

Балашовский институт (филиал)
Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского

Д. А. Давыдов, А. О. Ерофеева, А. С. Коповой

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Учебно-методическое пособие для студентов-бакалавров,
обучающихся по направлению подготовки 030300 «Психология»
(профиль подготовки «Медиапсихология»)*

Саратов
Издательство Саратовского университета
2013

УДК 681.5+378
ББК 32.81+74.58
Д13

Давыдов, Д. А.

Д13 Информационные технологии в психолого-педагогической деятельности : учебно-методическое пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 030300 «Психология» (профиль подготовки «Медиапсихология») / Д. А. Давыдов, А. О. Ерофеева, А. С. Коповой. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2013. – 96 с.

ISBN 978-5-292-04218-1

В пособии раскрываются теоретические основы использования информационных технологий в психолого-педагогической деятельности. Представлена авторская оригинальная методика, направленная на диагностику индивидуального стиля и мотивации медиапотребления в современном образовательном пространстве. Даны основные характеристики информационного пространства образовательного учреждения. Освещена роль информационных технологий в формировании конкурентоспособной личности выпускника. Описаны основные подходы к пониманию культуры медиапотребления.

Для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 030300 «Психология» (профиль подготовки «Медиапсихология»).

Рекомендуют к печати:

кафедра психологии и педагогики профессионального образования
социально-гуманитарного факультета Балашовского института

Саратовского государственного университета

доктор педагогических наук, профессор Г. С. Вяликова

(Московский государственный областной социально-гуманитарный институт)

Работа издана по тематическому плану 2013 года

*(утвержден на Ученом совете Саратовского государственного университета,
протокол № 10 от 25 июня 2013 года)*

УДК 681.5+378
ББК 32.81+74.58

ISBN 978-5-292-04218-1

© Давыдов Д. А., Ерофеева А. О.,
Коповой А. С., 2013

© Саратовский государственный
университет, 2013

ВВЕДЕНИЕ

Интенсивное развитие массмедиа (прежде всего, электронных СМИ) создаёт условия, при которых процесс формирования социальных представлений, социальных установок отдельных людей и целых групп приобретает всё более стихийный, плохо прогнозируемый характер. Медиапространство в последнее десятилетие становится катализатором мировоззренческих трансформаций, питательной средой для появления новых идеологий, адептами которых становятся в первую очередь молодые люди. Вместе с тем, данные процессы сопровождаются нарастанием таких явлений, как унификация индивидуального мышления/миропонимания, резкое преобладание индивидуалистических установок над групповыми ценностями, девальвация идеалов, кризис этнической и социальной идентичности, национального самосознания. Во многом это связано с характерным и отчасти неизбежным для молодого поколения некритичным усвоением поступающей извне медиаинформации. Возникающий таким образом в сознании медиазависимых молодых людей «информационный токсикоз» ведёт к потере целостности их мировоззрения, отрыву от этнических корней, что в конечном итоге выливается в глубинные внутриличностные конфликты.

Важнейшим инструментом контроля за данным процессом может стать целенаправленное развитие групповой и индивидуальной культуры производства и потребления различного рода медиаинформации.

Культура медиапотребления – это сложное и многомерное явление, которое при определённых условиях может выступать в каче-

стве инструмента самоорганизации и саморазвития отдельных социальных институтов и социальной системы в целом.

Развитие индивидуальной и групповой культуры медиапотребления (КМП), дозированное использование информационных технологий позволяют нейтрализовать неизбежные деструктивные тенденции, возникающие в процессе и результате сверхинтенсивного и стихийного развития медиaprостранства. Развивать культуру потребления медиаинформации можно так же целенаправленно, как и психологическую культуру в целом, т. е. путём реализации специальных образовательно-профилактических и коррекционно-развивающих программ (например, в форме элективных курсов для школьников, факультативных занятий и спецкурсов для студентов, тренинг-программ и т. п.). В настоящее время в общественном сознании уже сформировался запрос на такого рода программы и учебно-тренировочные курсы (например, со стороны бизнес-структур и наиболее прогрессивной части студенчества). Реализация конкретных задач по развитию КМП предполагает обязательность диагностики индивидуальных особенностей восприятия информации и последующее проведение с учащимися групповых занятий коррекционно-развивающей направленности.

1. ФУНКЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Если переформулировать в аспекте социальной психологии один из классических постулатов теории информации, то развитие технологий производства, накопления и передачи информации можно рассматривать как процесс, направленный на уменьшение хаоса и неопределенности в социальных системах. Однако социальные системы постоянно проходят через циклы распада, бифуркации и последующего возрождения в трансформированном, обновлённом состоянии. И поскольку исторические хроники свидетельствуют о том, что политико-идеологические институты всегда стремились подчинять себе все другие социальные институты, развитие информационных технологий, следуя формальной логике, должно напоминать некий эпифеноменальный процесс, так или иначе отражающий смену политико-экономических формаций. Вместе с тем, опираясь на материалы современных исследований, мнения экспертов в области эволюции информационных технологий, мы можем утверждать, что технологии накопления и передачи информации во все времена развивались как некая достаточно обособленная от характера политических режимов и экономических катаклизмов сфера социальной практики. Более того, во всех тех случаях, когда светские или религиозные власти пытались жестко контролировать и ограничивать процессы накопления и передачи знаний/информации, эти меры рано или поздно больно ударили по устойчивости политических режимов, т. е. по самим властным персонам. Таким образом, развитие технологий производства и рас-

пространения информации можно рассматривать в качестве одного из независимых и наиболее значимых факторов, непосредственно влияющих на общую динамику социально-экономического развития.

В данной главе мы попытаемся рассмотреть процесс развития производства и потребления информации в аспекте его социокультурной когерентности и интрапсихической доминантности. Выше уже было сказано о том, что развитие информационных технологий не столько подчиняется динамике политико-экономических процессов, сколько выступает в качестве независимого процесса. Поэтому некие имманентные закономерности, лежащие в основе процесса постоянного усложнения функций информации в человеческом обществе, мы попытаемся обнаружить посредством его соотнесения с таким сложным, многоплановым явлением, как общечеловеческая культура.

В поисках адекватного понимания детерминант развития информационного пространства целесообразно совершить краткий культурно-исторический экскурс к истокам возникновения технологий передачи информации и соответствующих медиауслуг. Это поможет нам проследить процесс постепенного расширения и усложнения медиапространства, а также ответить на вопрос о том, насколько исторически обусловленным и неизбежным было возникновение современных массмедиа как социального института.

Как показывают исследования в области культурной и психологической антропологии, «человек разумный» во все времена с неутолимой жадностью поглощал любые новые знания, любые сообщения о том, что происходит или может произойти в мире [1]. Историко-археологические исследования наиболее древних очагов цивилизации, таких как Шумеро-Аккадские города-государства или Древний Египет, показывают, что люди тех времён так же, как и наши современники, постоянно искали и находили всё более экономичные и эффективные способы получения, сохранения и передачи каких-либо сведений о том, что происходит в природе и обществе.

На ранних этапах цивилизационного развития функции производства и передачи социально значимой информации осуществляли жрецы и маги, бродячие артисты и менестрели, странствующие лекари и монахи. Царские гонцы и нанятые глашатаи переносили из города в город, из деревни в деревню всевозможные вести о враже-

ских нападениях и заключении мировых соглашений, о рождениях и кончинах, бракосочетаниях и разводах. В стихийном распространении всевозможных новостей, знаний и слухов активное участие принимали и «торговые люди», служившие на купеческих кораблях, при караванах и сопровождавшие «тыловые обозы» различных армий. Курсируя на протяжении многих лет «из варягов в греки», они имели возможность передавать новости из страны в страну, распространять слухи и личные свидетельства о «чудесах света», обычаях и преданиях многих народов мира. Вероятно, именно жаждой к получению новой информации можно объяснить столь распространённый по всему миру (особенно в прежние времена) обычай «страноприимничества», в контексте которого всегда существовал негласный договор: один даёт кров и еду, а другой делится всем, что знает, рассказывает о всём том, что видел или слышал.

Стихийный процесс устной передачи знаний можно рассматривать в качестве одного из важнейших условий не только широкого распространения религиозных учений, но и первичной институализации всех мировых учений, идеологий. По свидетельствам античных историков, *первые* христиане, жившие в *первые* века Новой эры, не имели никаких видимых преимуществ перед представителями других религиозных восточных сект. Более того, догматы их веры вызывали недоумение и подозрительность у значительной части современников, а их непримиримость в отношении «иных богов» стала причиной многолетних гонений со стороны официальных властей Древнеримской империи [2]. Тем не менее, выражаясь современным языком, «пропаганда христианства» оказалась успешной. Преимущество первых христиан, на наш взгляд, заключалось в том, что они понесли по миру догматы своей веры как «Благую Весть». Они доносили их до людей так, как передают хорошие новости, обнадёживающую информацию в тяжёлые, жестокие времена. Конечно, никто специально не просчитывал возможный эффект различных способов передачи верований, но в условиях тотального дефицита какой-либо позитивной информации благие вести первых христиан стали действительно востребованы массами. Относительно упорядочивая картину мира и проясняя личные перспективы в головах бедствующих и страждущих современников, носители благих вестей тем самым прямо или косвенно отвечали на многие их вопросы.

Ранние, стихийные формы массовой коммуникации по принципу «из уст в уста» способствовали развитию словесной культуры, риторики. Своеобразным эталонным сообщением в те времена можно считать метафорическую историю – притчу, раскрывающую в доступной воображению полуграмотного обывателя форме закономерности мироустройства и скрытые смыслы человеческой жизни. Интересно, что отшлифованные веками методы и приёмы устного распространения идей достаточно активно и успешно используются и в настоящее время, причём даже в таких далеких от религии сферах, как сетевой маркетинг.

Развитие технологий передачи информации непосредственным образом связано с развитием образовательной практики, институтов, обеспечивающих межпоколенную передачу накапливаемого опыта. Отечественные исследователи И. К. Шалаев и А. А. Веряев достаточно убедительно раскрыли культурно-историческую динамику перехода от локальной образовательной среды к предельно открытому образовательному пространству. Они отмечают, что «...обращение к эпохе, когда человеческая цивилизация только зарождалась, позволяет с достаточной долей уверенности судить о неразвитости образовательного пространства, которое было крайне ограниченным. Опыт передавался преимущественно локальным (в пространстве и во времени) способом. В частности, этими причинами определялись низкие темпы культурно-цивилизационного прогресса, характерные для той эпохи. Поэтому более правильным было бы сказать, что образовывался человек в среде, а не в образовательном пространстве. Образовательная среда была чрезвычайно естественной. Постепенно для образовательных нужд такую среду стали специально формировать. С появлением языка, письменности стало возможным отчуждение человеческого опыта от человека и фиксация его на различных носителях. Отныне стало возможным любого рода знания, сведения о мире переносить в иное место пространства (не там, где он был приобретен) и в иное время (не тогда, когда опыт получен). Возможности человечества по сохранению и переносу информации непосредственно привели к увеличению темпов социального развития и одновременно формировали образовательное пространство» [3]. Описанный процесс объясняет, на наш взгляд, не только исходное единство информационных и образовательных технологий, но и природу завышенных

ожиданий в отношении результатов внедрения компьютерных/сетевых коммуникаций в образовательный процесс.

С ускорением научно-технического прогресса за последние два века устные и письменные «вести» стали периодически продуцироваться и передаваться по самым различным коммуникационным сетям, включая газеты, радио, телевидение, Интернет, что привело к возникновению современного навязчиво стимулирующего медиапространства. Однако следует заметить, что потребность людей в получении свежих идей, обнадёживающих сведений от этого ничуть не уменьшается. Более того, все последние века она неуклонно растёт, что приводит к возникновению всё новых источников и средств массовых коммуникаций. Многие культурологические и исторические исследования показывают, что потребность человеческих сообществ в получении всё новой информации либо постоянно растёт, либо остаётся относительно устойчивой во все времена и во всех регионах мира [4]. А это значит, что **процесс познания человеком мира и связанные с ним процессы производства информации, её сохранения и обмена неправомерно рассматривать лишь как некие служебные функции адаптивного поведения, обеспечивающие его оптимизацию.**

Сформулированный выше тезис имеет косвенное отношение к такой проблеме, как понимание природы медиаадикции. Многие представители современной психологической науки всерьёз рассуждают о полной идентичности механизмов возникновения наркомании и интернет-зависимости, но последняя, на наш взгляд, является патологическим искажением познавательных функций, а не химически зависимым поведением. Если при наркомании происходит резкое вмешательство в биохимические процессы мозга и всего организма, происходит полная подмена естественного искусственным, то при телемании или интернет-аддикции мы имеем дело с несколько иным явлением: искажением способов реализации естественной потребности в познании мира. При этом ещё раз подчеркнём, что эта потребность имеет не «служебный», а такой же «базовый» статус, как потребность в безопасности или в социальном признании: с самых первых дней жизни человека нормальное развитие его организма возможно только при условии постоянного развития когнитивных функций.

Следует также отметить, что в науке ещё не получили достаточного осмысления те многочисленные факты, когда в целях полу-

чения новой информации, новых знаний люди пренебрегали всеми очевидными выгодами конформного, адаптивного поведения. Даже если не принимать во внимание биографии таких неординарных личностей, как Николай Коперник, Галилео Галилей или Джордано Бруно, в исторической ретроспективе можно найти великое множество примеров того, как жажда познания истины заставляла людей сознательно рисковать всем, что они имели, включая собственную жизнь. Заметим, что в классическом понимании интеллигенции как особой социальной группы заложено представление о том, что процесс получения новых знаний, постижения истины имеет цель более высокого порядка, чем достижение максимального комфорта в среде обитания.

Описанные выше социокультурные процессы и тенденции ставят вопрос о необходимости более внимательного подхода к формированию современных научных представлений о базовых характеристиках человеческой природы, о роли и месте познавательных функций в динамике социогенеза. Устойчивую потребность «человека разумного» в получении всё новой информации о внешнем мире и его месте в нём можно рассматривать как результат весьма продолжительного эволюционного процесса [5]. В то же время, эта же потребность выступает, с точки зрения многих исследователей, как исходная движущая сила цивилизационного развития [6, 7]. Конечно, всегда следует осторожно подходить к обобщениям в отношении таких глобальных явлений, как человеческая эволюция, однако позволим себе ещё раз напомнить то, что неоднократно доказано в процессе научных исследований: человеческая психика «нормально» функционирует и развивается только в режиме постоянного получения сигналов-стимулов из внешнего мира [8].

Анализируя известную теорию человеческих потребностей А. Маслоу, можно предположить, что человеческое стремление к получению, аккумуляции и переработке информации является своеобразной «сквозной» метапотребностью, без реализации которой невозможно удовлетворить ни одну из выделенных им групп потребностей. На каждой из ступеней «пирамиды А. Маслоу» эта метапотребность находит своё развитие и выражение. Для подтверждения данного тезиса достаточно предложить следующий ракурс рассмотрения выделенных А. Маслоу потребностей:

1) удовлетворение биологически обусловленной **потребности в обеспечении безопасности существования** невозможно без получе-

ния информации, обеспечивающей относительную определённости понимания настоящего и предсказуемость событий будущего;

2) удовлетворение социально обусловленной **потребности в самореализации (самоактуализации)** невозможно без получения знаний о возможных, социально поощряемых способах её достижения. И поскольку самоактуализация – это скорее процесс, чем результат, неизбежным условием её достижения является периодическое обновление и реструктуризация имеющихся знаний [9, 10].

Отметим, что способность к перманентному сканированию и переработке информации в условиях постоянных внутренних и внешних изменений позволяет человеку не только контролировать состояние внешней среды, внутренние состояния (например, уровень базовой тревожности), держать под контролем врождённые биологические инстинкты и приобретенные социальные страхи, но и стремиться к новым, неравновесным состояниям, сопровождающим процесс самоактуализации (который в своём максимальном выражении есть процесс постоянного самопревосхождения). Каждый индивид, осознанно или неосознанно, внимательно или невнимательно отслеживая все происходящие во внешней среде изменения, стремится быть неизменно защищенным и достаточно успешным в своём стремлении к самореализации. Поэтому можно выделить как минимум два вида эволюционно значимой информации, без которых невозможна реализация базовых потребностей человека, с какой бы позиции мы их не рассматривали. Это **информация, обеспечивающая безопасное существование, и информация, обеспечивающая успешное саморазвитие.**

Обобщая вышесказанное, можно констатировать, что произошедшие за последние две-три тысячи лет глобальные сдвиги в развитии медийного пространства (от первых пергаментных свитков до современных медиасетей) были в равной степени предопределены как имманентной логикой цивилизационного развития, так и глубинной духовно-психической природой Человека. Что же касается экономических факторов, по-своему влияющих на развитие технологий и модернизацию средств производства, то, на наш взгляд, они являются лишь опосредующим звеном общего механизма цивилизационного развития и потому вряд ли могут создать основу для решения большей части проблем, вызванных столь динамичным развитием медиапространства. В настоящее время становится всё более очевидным неза-

висимое и опережающее развитие информационных технологий по отношению к таким экономическим сферам, как тяжелая индустрия, перерабатывающая промышленность или финансово-кредитная система. Более того, как показали кризисные события 2008–2009 годов, высокотехнологичные информационные услуги оказались чуть ли не единственной сферой производства, способной сохранять позитивную динамику и развиваться при любой ситуации в финансово-кредитном секторе экономики. Иными словами, вследствие устойчивой социокультурной и интрапсихической детерминации массовый спрос на информационные услуги остаётся неизменно устойчивым даже в самые худшие для экономики времена.

В данной главе мы проанализировали взаимодействие социальных и психологических детерминант развития технологий производства и потребления информации, а в следующей попытаемся ответить на вопрос о том, какова взаимосвязь общей цивилизационной динамики и основных, наиболее заметных, качественно-количественных стадий/сдвигов в развитии информационного пространства. Мы пришли к выводу, что «общественный запрос» на новые виды производства и потребления информации является результатом комплементарного взаимодействия целого ряда факторов, включая политические трансформации, научно-технические достижения, экономические процессы, сценарии этнокультурного развития, социально-психологические интеракции медиапотребителей, имманентные закономерности развития информационных сетей. Однако, как нам кажется, пока в минимальной степени был задействован такой потенциально важный фактор, как целенаправленная деятельность образовательной системы. Наряду с интенсивной компьютеризацией деятельности образовательных учреждений, в России не наблюдается внедрение общедоступных программ развития информационной культуры. Хотя в настоящее время именно образовательные учреждения располагают необходимым интеллектуальным и техническим потенциалом, позволяющим им выступать в качестве наиболее независимой и самостоятельной силы, задающей некую оптимальную тенденцию в эволюции общей культуры производства и потребления информации.

Изложенная ниже в контексте общекультурной и научно-технической эволюции **периодизация развития информационного пространства** представляет собой попытку решения такого рода задачи

на основе соединения исследовательских подходов социальной антропологии, культурологии и социальной психологии. В рамках предложенной концепции развития социальной информации мы предприняли попытку исследовать имманентную логику взаимодействия таких сложных, многомерных явлений, как научно-технический прогресс, общечеловеческая культура и информационное пространство, включая соответствующие технологии производства и потребления информации. Кроме того, разработка периодизации развития информационного пространства предполагает, на наш взгляд, полноту описания процесса постепенного накопления предпосылок, необходимых для перехода на очередную, более высокую стадию функционирования социальной информации.

В качестве методологической и соответственно критериальной основы представленной периодизации выступила функционалистически ориентированная теория Т. Парсонса, и прежде всего её концептуальное положение о так называемом «функциональном императиве». В данном понятии получила выражение организмически осмысленная закономерность возникновения и развития социальных институтов, обеспечивающих удовлетворение ключевых потребностей человеческого общества. В ракурсе этой теории основные тенденции в развитии СМИ и других субъектов информационного пространства можно рассматривать как стихийную и/или целенаправленную подстройку под выполнение тех функций, которые являются наиболее значимыми, жизненно необходимыми для социума на том или ином этапе его исторического развития. Анализ и обобщение фактов преобладания востребованности отдельных видов информации в те или иные эпохи позволяет нам выделить четыре взаимодополняющие функциональные диады, определяющие динамику развития информационного пространства в социогенезе. Таким образом, в рамках представленной периодизации были выделены исторически зафиксированные изменения в отношении социальной востребованности и соответствующей ценности четырех видов информации [11]:

- информация, выполняющая адаптивно-регулятивную функцию;
- информация, выполняющая консервативно-дифференцирующую функцию;
- информация, выполняющая инновационно-утилитарную функцию;

– информация, выполняющая синергетически-глобализирующую функцию.

В соответствии с указанными видами социальной информации были выделены 4 стадии развития производства и потребления информации. Как будет показано, на каждой стадии развития информационного пространства наиболее востребованной и значимой оказывается какая-либо одна из функциональных диад, хотя все остальные функции при этом никуда не исчезают. Отметим, что представленное ниже описание стадий отражает как изменение культурно-исторических реалий, так и постепенное усложнение технологий производства, сохранения и передачи информации.

Первая стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей адаптивно-регулятивную функцию.

Если рассматривать данную стадию в контексте эволюции общественно-исторических формаций, необходимо отметить её неизбежное хронологическое совпадение не только с полным циклом развития первобытно-общинного строя, но и со временем зарождения и развития родоплеменных отношений. А поскольку региональные процессы культурно-психологического созревания и социально-политического становления человеческих сообществ, как правило, асинхронны, мы не можем говорить о неких всеобщих датах (в веках/годах), но должны говорить о конкретных признаках начала и завершения данной стадии. В технологическом аспекте её можно охарактеризовать как стадию появления первых, стихийно возникших способов фиксации и передачи личного и коллективного опыта, первых стихийно развивающихся моделей обмена значимой информацией через графические, пластические и ритуальные формы её выражения. В этой связи следует заметить, что утрата стихийности развития информационного поля, что проявилось на этапе распада родоплеменных отношений, является важнейшим признаком окончания данной стадии, признаком того, что в локальном культурно-историческом пространстве исчерпаны все возможности для преобладающего функционирования информации адаптивно-регулятивной направленности.

Поскольку практика производства социальной информации на данной стадии только зарождается, то, по сути, она сводится к производству разного рода предписаний по выживанию и успешному по-

ведению человека в мире. Эти предписания могли носить характер коллективных табу, священных обетов, передаваемых из поколения в поколение. Только следуя им, древний человек мог рассчитывать на защиту покровительствующих богов, духов или невидимых предков. Нередко истинный смысл этих предписаний имел весьма рациональную основу, т. е., по сути, они представляли собой инструкции по сведению к минимуму издержек и опасностей, возникающих в ходе адаптации человека к окружающему пространству. Таким образом, в отношении подавляющего большинства представителей человеческого сообщества на этой стадии доминировала *адаптивно-регулятивная функция информации*.

Неудивительно, что на этой стадии огромное значение имела практика соблюдения коллективных норм и табу, регулирующих поведение человека в контексте его социального окружения. Вероятно, её поддержанию и развитию во многом способствовали такие формы первичного накопления знаний, как устные сказания и эпические былины, предания и прочие виды народного творчества. По всей вероятности, вожди племенных и родовых сообществ были весьма заинтересованы в появлении письменности, так как знаково-символические формы закрепления коллективного опыта способствовали сохранению межпоколенной преемственности, развитию практики индивидуальной и коллективной идентификации членов родовых и племенных сообществ, что ранее обеспечивалось лишь через устные эпические повествования. Письменность сводила к минимуму риски субъективности, неизбежные при устной трактовке и передаче социальной информации. Графически зафиксированные в символах и знаках предания, наставления и коллективные табу приобретали статус священных текстов, что впоследствии обусловило появление первых официальных документов. Посредством первых письменных знаков не просто фиксировались предписания жрецов, указы вождей, но и, по сути, расширялись географическая протяженность их действия, сферы их обязательного исполнения.

По мере развития родовых/племенных сообществ усложняются законы и правила совместного проживания, а значит, и сам язык устно и письменно передающий их содержание и структуру. Эволюционируют письменные формы передачи знаний: возникают клинопись, иероглифическое и пиктографическое письмо и, наконец, первые

буквенные (буквенно-слоговые) алфавиты. Параллельно продолжают развиваться и такие формы закрепления социальных знаний, как обряды и ритуальные танцы, каноны орнаментирования предметов повседневного бытового назначения. Развитие всех упомянутых форм передачи опыта вполне отвечало доминирующему запросу общества на информацию, выполняющую *адаптивно-регулятивную функцию* в отношении индивидуального и коллективного сознания.

В качестве ярких примеров востребованности в период расцвета родоплеменных сообществ *информации адаптивно-регулятивной направленности* можно привести тексты, созданные в раннехристианской Руси (например, «Голубиная книга», созданная не позже X века, а также более поздние произведения, например, «Поучения Владимира Мономаха детям» (1096) и «Изборник Святослава» (1076)). Авторы этих книг включили в них детальные описания тех жизненных устоев, бытовых, трудовых и воинских традиций, которые сформировались у славян со времён «первых отцев». Они подчёркивают необходимость обязательного соблюдения этих традиций и красочно описывают те бедствия, которые испытывали их соплеменники, когда забывали следовать им.

В силу стихийности возникновения и развития информационного пространства, характерной для данной стадии, можно отметить наиболее тесную связь адаптивно-регулятивной функции информации с первичными биологическими инстинктами/страхами и базовыми потребностями, которые в последующие исторические эпохи находили всё более опосредованное и рационально секуляризированное выражение. В заключение следует отметить, что технологии производства и потребления информации, спонтанно возникшие и развиваемые на этой первой стадии, оказались вполне пригодной, потенциально продуктивной основой для возникновения всех последующих – новых функций, отвечающих потребностям усложняющейся социальной организации.

Вторая стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей консервативно-дифференцирующую функцию.

Опираясь на распространенную историческую хронологию, можно утверждать, что данная стадия развития информационного пространства охватывает исторический период от заката родопле-

менных отношений до зарождения и расцвета феодального общества. Это значит, что человеческое общество уже достигло такого уровня развития, когда вопросы первичной адаптации к природной среде по большому счёту уже были решены, а вопросы регуляции социального поведения решались не столько на стихийно возникающих сходках и периодических толковищах, сколько путём принятия единоличных или консолидированных решений теми, кто обладал реальной властью – властью наказывать или прощать. В усложняющейся социальной системе актуализируются такие проблемы, как дисгармония межклассовых отношений, зыбкость традиционных мировоззренческих представлений, исходящих от духовной и светской власти, отсутствие или дефицит объединяющих все слои общества целей и ценностей.

Возникает немало попыток противодействия растущему социальному расслоению и осмысления истоков социального неравенства. Актуальными становятся такие функции информации, как функция поддержания уже установившейся социальной структуры, духовной иерархии, функция сохранения сложившихся практик наследования материальных благ и властных полномочий. Как следствие, в наиболее обеспеченных слоях общества наблюдается растущий запрос на информацию, выполняющую не столько просветительскую, сколько *консервативно-дифференцирующую функцию*.

Производство и сохранение информации всё более применяются властной и церковной элитой для структурирования общества по различным социальным стратам, а также для получения и сохранения контроля над массами и социальными процессами. Знаково-опосредованные системы хранения и передачи информации находятся на данной стадии под влиянием двух следующих доминирующих трендов: 1) различные виды письменности (пиктографическая, идеографическая, иероглифическая, линейное слоговое письмо, алфавитное письмо) приобретают статус национальных, традиционных для тех или иных культур, официально утверждённых государственной властью тех или иных стран; 2) уточняются, унифицируются и закрепляются в качестве незыблемых эталонов наиболее удачные модели представления числовой и символической информации, включая обозначение химических элементов и соединений, принципы описания механических операций и медицинских процедур и т. п. Заметим, что указанные тренды в развитии информационного пространства воз-

ники и были поддержаны вследствие предельно выраженного государственного и общественного запроса на информацию *консервативно-дифференцирующего характера*.

Наиболее яркими письменными памятниками, свидетельствующими о социальной востребованности и значимости *консервативно-дифференцирующей функции информации* в указанный исторический период, можно назвать такие тексты, как «Государь», созданный итальянским философом Никколо Макиавелли в 1513 г., или так называемый русский «Домострой», составленный протопопом Сильвестром в первой половине XVI в. [12, 13]. Следует также отметить, что в информационном пространстве Европы на данной стадии особое значение имели сочинения, раскрывающие каноны и различные стороны христианской религии. Христианский взгляд на неравномерность социального устройства, на причины несправедливого распределения материальных благ в полной мере отвечал запросу власти на сохранение (т. е. консервацию) сформировавшихся социально-экономических отношений и государственно-правовых норм.

Интенсивное религиозное просвещение, характерное для всего средневекового периода, обуславливает потребность в широком освоении технологий оперативного производства иллюстрированных текстов, а также их тиражирования с соблюдением установленных канонов. По инициативе церковных иерархов возникают новые письменные алфавиты, разрабатываются всё более совершенные виды графического оформления письменных документов и способы их хранения. Вместе с тем, многие исследователи отмечают, что теоцентрическая доминанта средневековой культуры неизбежно ограничивала как предпринимательскую активность, так и когнитивные потребности граждан того времени. Поэтому можно вполне оправданно говорить, что до начала Ренессанса в информационном пространстве Европы имела место явная стагнация в развитии знаний сугубо научного характера, печатных изданий светской направленности. Изобретение в середине XV в. И. Гутенбергом первого печатного станка для тиражирования письменных текстов и графических изображений, появление в середине XVI в. в Венеции первых европейских периодических газет, а также первых способов их массового распространения – всё это стало своеобразной предпосылкой для перехода производства и потребления информации на новую стадию развития. Ведь именно

технические нововведения становятся важнейшим ознаменованием третьей стадии развития информационных технологий.

Третья стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей инновационно-утилитарную функцию.

В плане исторической хронологии начало данной стадии совпадает с периодом становления нового социального класса – европейской буржуазии – и переходом от экстенсивных форм ведения хозяйства эпохи феодализма к конкурентно ориентированной рыночной экономике Нового и Новейшего времени. Как известно, к середине XVII в. в Европе произошла череда буржуазных революций. Появляется и набирает силу социальный запрос на информацию, так или иначе способствующую развитию индустрии, новых промышленных технологий, информацию, облегчающую повседневное бытовое существование человека и расширяющую его амбиции в отношении овладения физическим миром. Интенсивно развиваются точные науки, появляются многочисленные прикладные исследования и теоретические концепции по естественным наукам – механике, архитектуре, химии, биологии, медицине и т. п. Как следствие, быстро расширяется сеть европейских университетов, востребованные и успешные их выпускники создают научные трактаты и технологии, направленные на трансформацию окружающей среды в интересах человечества. Возникают первые цеховые и инженерные школы, академические традиции, построенные на идеях технократического развития человечества, интенсивного потребления природных ресурсов и трансформации окружающей среды.

В качестве наиболее выраженной на этой стадии (особенно в Новейшее время) тенденции развития информационных технологий можно назвать объединение государственных и общественных усилий по автоматизации производства и передачи информации. По сути, в период с начала XIX до конца XX в. произошла серия качественных скачков и революционных изменений в развитии и освоении информационных технологий. В качественном аспекте эти изменения означают концептуальное переосмысление диапазона возможностей знаково-опосредованных форм производства, сохранения и передачи информации. Это привело к созданию таких технологий, как шифровка военных сведений, кодировка документов, представляющих особую государственную ценность, а впоследствии к разработке раз-

личных культурно-символических, культурно-стилистических языков, передающих абстрактные социально-философские идеи, а также цифровых и электронных кодов для передачи сведений конкретного правового или научно-технического характера. Произошедшие за последние два века количественные изменения заключаются в многократном расширении тиражей выпускаемых книг, журналов, газет, географических карт, технических чертежей, в публикации самых различных справочных изданий и энциклопедий, уже первые из которых, по сути, исполняли роль стационарных информационно-поисковых систем на бумажной основе. Особо отметим, что интенсивный рост тиражей и многообразия сведений был вызван столь же растущим запросом общества на информацию, позволяющую систематически познавать материальный мир, использовать научные знания и технические достижения для превращения природы в «мастерскую», которую человек пожелал устроить по собственному разумению. Таким образом, важнейшей, ключевой для понимания описываемой стадии характеристикой является резкое нарастание социального запроса на *инновационно-утилитарную функцию* информации.

В качестве ярких примеров чрезвычайной востребованности информации инновационно-утилитарного характера в период становления европейской буржуазии можно привести получившие широкую известность и признание научно-философские трактаты Т. Гоббса и А. Сен-Симона, работы А. Смита, раскрывающие финансово-экономические законы.

Процесс постепенного накопления и развития технологий приводит к появлению комплексных индустриальных отраслей. Представители складывающейся технократической элиты, реализуя на практике механистическую картину мира, создают к началу XX в. социальную реальность, в которой технические инновации и информация утилитарно-прагматического характера становятся главными инструментами достижения и удержания власти. Многие представители рода человеческого, «опьянённые» динамичным ростом технических возможностей и верой в безграничную силу науки, вовлекаются в XX в. в кровопролитные социальные эксперименты: вооруженные путчи и тоталитарные политические режимы, мировые и локальные войны и революции, безудержную гонку вооружений и опыты по созданию биологического оружия.

Однако начиная со второй половины прошлого века становится очевидным следующий факт: научно-технический прогресс, подчиняясь воздействию рыночных и социально-психологических механизмов, всё более приобретает транснациональный характер. Объединение природных и кадровых ресурсов различных национально-государственных образований в рамках совместных научно-исследовательских разработок, совместного производства товаров и услуг, расширение рынка их сбыта приводят человеческое сообщество к постепенному осознанию универсальных жизненных ценностей, пониманию взаимозависимости всех государств мира, необходимости создания и соблюдения международных правил использования природных ресурсов и сложных, энергоёмких технических объектов. Как следствие, с начала 60-х гг. прошлого века всё более значимую роль приобретают электронные СМИ, их деятельность становится всеохватывающей, что создаёт предпосылки для перехода на четвертую стадию развития информационных технологий.

Четвертая стадия развития – стадия преобладающей востребованности информации, выполняющей синергетически-глоболизирующую функцию.

Это наиболее поздняя и последняя на данный исторический момент стадия развития информационного пространства.

Процесс активного нарастания глоболизирующей функции информации берёт начало с возникновением общеевропейской университетской сети. Как известно, уже к 1500 г. в городах Европы насчитывалось 65 университетов, профессора и сотрудники которых стремились постоянно обмениваться результатами своих исследований [14]. По мнению ряда экспертов, явное научное лидерство Старого Света, наблюдавшееся с середины XVIII по середину XX столетия, непосредственным образом вытекает из сетевого принципа развития знаний, систематическое внедрение которого началось уже в первых европейских университетах. Неслучайно за два последних века научная информация, с одной стороны, всё более становилась предметом социальной конвенции, а с другой – продуктом функционирования взаимосогласованной сети её производителей и потребителей.

В режиме параллельного процесса все последние века нарастают и эффекты синергетического взаимодействия информационного пространства с социально-политической и экономической сферами

общественной жизни. Как известно, социальная синергетика подпитывается оперативным и непрерывным информационным обменом. По мере насыщения информационного пространства научными данными и концептуальными знаниями происходит нарастание фактов взаимообогащающего, во многом непредсказуемого, соразвития (коэволюции) его субъектов и, как следствие, продуктивная трансформация социальных институтов.

Переход на данную стадию обусловлен серией эпохальных научно-технических достижений XIX–XX вв.: возникновение фотографии в 1839 г., изобретение электрического телеграфа в 1832 г., телефона в 1876 г., радио и кинематографа в 1895 г., беспроводной передачи изображения на расстояние в 1907 г., промышленного телевидения в середине XX в. и, наконец, появление персонального компьютера в конце 70-х и глобальной сети Интернет в конце 80-х гг. прошлого века. Таким образом, к концу XX столетия созрели все условия для формирования общемировой системы создания, хранения и быстрой передачи информации. Это система, не знающая ни политических границ, ни пространственно-временных преград, превратила информацию в движущую силу прогресса – транснациональную по масштабам и глобализирующе-синергетическую по конечному эффекту. Можно по-разному, в том числе весьма настороженно, относиться к таким процессам, как глобализация финансово-экономических институтов, глобализация телекоммуникационных сетей, глобализация массовой культуры, с учётом привнесения в них идеологии, корпоративных интересов, но необходимо признать тот факт, что эти процессы не возникли случайно, не созданы искусственным образом. Во многом они являются закономерным следствием всего предшествующего развития цивилизации.

С середины 60-х гг. XX в. начинается процесс широкого внедрения электронных средств в национальные и международные системы хранения, передачи и приёма данных. Научный и технологический прогресс, стремительно и тотально преобразующий социальную реальность, превратил мировую информационную сеть в наиболее динамично развивающуюся сферу социально-экономических отношений. Современные политики, эксперты и журналисты с полным основанием заявляют о том, что СМИ, наряду с законодательной, исполнительной и судебной властью, по сути, стали четвертой ветвью власти.

Медиавласть реализуется посредством активного и весьма искусного формирования социальных представлений граждан, их политических предпочтений, личных устремлений и ожиданий. Бесконечный поток новостных блоков, познавательных программ и аналитических выпусков, развлекательных программ и ток-шоу, документальных и художественных сериалов, соединяясь с нарастающими возможностями Интернета, является той силой, которая способствует стиранию политических и культурных границ, интегрирует пространственно разделённые сообщества, выравнивает уровень базовых и профессиональных знаний у людей с исходно различными стартовыми возможностями. Однако этот же поток может превратить кратковременный региональный конфликт в международный политический кризис, семейную ссору в скандал, о котором год будет говорить половина мира, судебную тяжбу в прецедент, вызывающий мировой резонанс.

Современное медиапространство, подпитываясь непрерывным синергетическим взаимодействием источников информации и многомиллионной армии «агентов влияния», легко придаёт частному формату всеобщего и за считанные часы превращает события, имеющие локальное значение, в события глобального масштаба. Именно поэтому данная стадия развития может быть названа стадией явного доминирования *синергетически-глобализирующей функции* информационного пространства, хотя все другие, ранее описанные виды социальной информации, за последнее столетие также получили весьма существенные стимулы к развитию. На информацию синергетически-глобализирующего характера наблюдается преобладающий запрос со стороны государственных и коммерческих структур, общественных и научных организаций, и, конечно же, простых граждан.

Нарастающее доминирование синергетически-глобализирующей функции информации приводит к существенному изменению её социальной роли к концу XX в.: знания перерастают в абсолютную ценность, имеющую чётко определимый материальный эквивалент, одинаково значимый в различных политических системах, во всех сферах социально-экономических отношений.

Особо подчеркнём, что преобладание социальной востребованности одного вида информации не отменяет возможности развития всех других ранее обозначенных видов и функций информационного пространства. Важнейшей закономерностью развития информацион-

ного пространства является то, что с переходом на очередную стадию развития ранее преобладающие виды информации не утрачиваются, а продолжают развиваться в фоновом поле, выступая в качестве ресурсно-инструментальной базы для создания новых видов (и функций) социальной информации. Иными словами, ранее наработанные практики создания и передачи информации становятся основой для появления новых технологий, с одной стороны, соответствующих, новым требованиям социально-экономического развития, а с другой – выдвигающих в качестве доминантных новые функции. По той же причине развитие информационных технологий приводит к актуализации потребности в дальнейшем росте культуры потребления информации (как на групповом, так и на индивидуальном уровне). Человеческое сознание неизбежно отреагирует на нарастание технологической мощи информационного пространства качественной перестройкой ранее усвоенных способов потребления и переработки информации. В сознании отдельных, наиболее критичных медиапотребителей такого рода процессы наблюдаются постоянно, но пока они имеют характер индивидуальных изменений. Для изменения культуры медиапотребления на групповом уровне потребуются «глобальная перезагрузка», затрагивающая некую «критическую массу» субъектов медийного пространства. А поскольку массовые установки и представления достаточно инертны, вероятно, потребуется немало времени для постепенного публичного осмысления происходящих социокультурных изменений и последующей, достаточно болезненной перестройки повседневных способов получения и производства информации на уровне «коллективного Я» этнокультурных сообществ [11].

2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Состояние современных массмедиа всё более свидетельствует о нарастании тенденции к интенсивной, но в то же время слабо согласованной деятельности значительного числа социальных институтов, формальных объединений и неформальных групп самой различной направленности. В этой «хаотической совокупности» можно выделить когорту доминирующих игроков: политические силы и под-

контрольные им СМИ, включая ведущие телевизионные каналы, бизнес-корпорации и структуры, имеющие свои PR-службы, наиболее динамично развивающиеся сетевые компании и сообщества и, как это ни прискорбно признавать, крупнейшие производители разного рода нелегальной и деструктивной медиапродукции, а также создатели вредоносного программного обеспечения и «ботнета» в целом. В этом интенсивно развивающемся информационном хаосе образовательной системе (включая все её ступени и виды обучения) еще только предстоит завоевать достойное место.

Вступая в глобальное медиaprостранство, современные образовательные структуры вынуждены играть по неудобным, заданным извне правилам игры. Во многом эти правила диктуются не каким-либо локальным сообществом, а имманентной логикой сверхдинамичного развития коммуникационных средств и технологий, так или иначе связанных сетью Интернет. Поэтому не удивительно, что образовательная среда находится в явно амбивалентных отношениях с глобальным медиaprостранством: она не может **не** ориентироваться на его развитие и в то же время, осуществляя воспитательную функцию, должна защищать сознание учащихся от всякого рода деструктивной информации. Но, похоже, настала пора всерьёз задуматься над тем, как это сделать.

Вопреки прогнозам футурологов, информационные технологии уже в настоящее время (а не к 2025 г.) становятся важнейшим фактором радикальных изменений, происходящих в мировой экономике, межгрупповых и межкультурных отношениях [15]. Уже сейчас широкодоступный и мобильный доступ к сети Интернет выступает основной причиной масштабных изменений в системах общего и профессионального образования многих стран мира. Поэтому, анализируя первые итоги тотальной информатизации, можно спрогнозировать как открывающиеся возможности, так и наиболее вероятные её риски и угрозы в ближайшем будущем. С одной стороны, с этим процессом связаны повышение стартовых возможностей для представителей малообеспеченных слоёв общества, ожидание большей свободы выбора профессиональной деятельности, массовые надежды на достижение более высокого качества жизни и продление сроков активного социального функционирования человека. С другой стороны, глобальное информационное пространство за

последние десятилетия превращается в основной источник открыто-деструктивной информации, провоцирующий формирование искажённых межгрупповых представлений и негативных гендерных установок, влияющих на сознание и поведение представителей молодых поколений, что позволяет говорить о новых «информационных» рисках, чреватых утратой привычных смыслов и ценностей человеческого существования [16].

Анализируя наиболее вероятные риски и угрозы всеобщей информатизации, следует отметить не только быстрый рост числа интернет-зависимых пользователей среди молодого поколения, но и перспективу широкомасштабного манипулирования реакциями и установками потребителей с помощью интенсивно развивающихся технологий медиамаркетинга. Манипулирование аудиторией с помощью искусной подачи тенденциозно подобранной или искажённой информации, как известно, является одной из форм контроля общественного сознания [17]. Такого рода контроль посредством избыточного медиастимулирования потребителей может осуществляться достаточно незаметно и в то же время весьма эффективно. На наш взгляд, это является основной причиной столь существенного роста числа молодых и независимых медиаструктур, легальный или нелегальный бизнес которых построен на постоянном обновлении маркетинговых стратегий [18], на использовании агрессивных рекламных стратегий и таких метарекламных технологий, как «молва», всё шире применяемых на форумах и в блогах [19].

Можно констатировать, что *в настоящее время риски и угрозы интеграции глобального медиaprостранства и образовательной среды продиктованы целым рядом как объективных, так и субъективных факторов.* И поскольку названные выше объективные факторы зависят не столько от деятельности образовательных, сколько расторопности и оперативности правоохранительных структур, мы более подробно остановимся на рассмотрении субъективных факторов. К наиболее очевидным на сегодняшний день субъективным факторам следует отнести нереалистичные оценки и завышенные ожидания со стороны «ответственных лиц» федеральных и региональных органов образования в отношении:

– объективных возможностей современных родителей контролировать поведение детей в Интернете;

- степени защищённости специально созданных образовательных порталов, сайтов;
- степени эффективности устанавливаемого в школах «специализированного софта»;
- способности детей к спонтанному развитию навыков поисковой деятельности в векторе конструктивной, просоциальной направленности;
- субъективной востребованности в сознании учащихся систематизированных знаний из Интернета.

Необходимо более пристально взглянуть на реальные возможности и способности современных учащихся и их родителей в сфере развития информационной культуры в целом и навыков осознанного медиапотребления в частности.

Сегодня в образовательной среде из уст разного рода специалистов можно часто услышать следующий тезис: за поведение детей и подростков в информационной среде должны нести ответственность их родители. Но если мы будем предельно реалистично и адекватно оценивать возможности современных родителей в сфере контроля поведения детей в медиaprостранстве, то необходимо признать, что в контексте динамичного развития технологий мобильного доступа к глобальной сети, средств беспроводной связи, родители теряют большую часть контролирующих рычагов. Следует признать, что сами взрослые за последние годы создали все условия для того, чтобы интернет-активность детей активно формировалась вне родительского контроля. Почти все подростки сегодня имеют мобильные телефоны, но в то же время многие из них по разным причинам более или менее продолжительное время живут вне дома, в неполных, проблемных семьях. Немало и таких семей, в которых родители, в отличие от детей, находятся в достаточном отрыве от компьютерных технологий и сетей. В силу реальной загруженности работой, делами по ведению домашнего хозяйства либо иных неустранимых причин, они при всём желании не в состоянии осуществлять ежедневный эффективный контроль информационного пространства ребёнка. Поэтому возникают закономерные вопросы:

- что произойдёт, если в ближайшие годы, как и прежде, будут звучать лишь «заклинания» о необходимости родителей проявлять компетентность и бдительность в вопросах информационного поведения детей?

– каковы основания считать родителей способными эффективно развивать культуру потребления информации у детей и полагаться на эту способность как на главный механизм регуляции их индивидуального информационного пространства?

Вероятно, чтобы требовать от родителей эффективности в сфере контроля информационной активности детей, необходимо, чтобы образовательные учреждения стали площадками для формирования критичных и полезных установок в отношении медиапотребления для молодых поколений россиян. Только в таком случае можно ожидать, что, став спустя годы родителями, они смогут научить этому своих детей.

Попробуем посмотреть на проблему родительского контроля в сравнительном ракурсе: сегодня много говорится о потенциальной или реальной опасности целого ряда пищевых ингредиентов, но большинство родителей не отслеживают с достаточной щепетильностью состав продуктов, которые поглощаются их детьми, в том числе в стенах школ. И почему-то никто не ставит вопрос о полной ответственности родителей в вопросах контроля питания детей. Хотя немало продуктов не отвечают требованиям сертификационных служб, содержат в избытке потенциально опасные добавки, вполне обоснованно допускается, что родители могут быть не вполне компетентными в данном вопросе и основную ответственность должны нести специалисты соответствующего профиля. Но почему тогда нельзя допустить, что в силу объективных причин многие родители не в состоянии проявлять необходимую компетентность в функциональных возможностях новейших IT-гаджетов и, как следствие, в вопросах контроля над поглощением информации? Стоит взглянуть на проблему с предельным реализмом: *чтобы родители смогли самостоятельно обучать детей знаниям и умениям осознанного медиапотребления, необходимо затратить как минимум один полный поколенческий цикл (не менее 25 лет) на целенаправленное формирование соответствующих культурных инструментов и их закрепление в рамках макрогрупповых и семейных традиций. Но, вероятно, даже в этом случае далеко не все актуальные компетенции в сфере медиапотребления будут спонтанно развиваться и передаваться из поколения в поколение.*

Как уже было сказано выше, интеграция информационного и образовательного пространства таит риск утраты связи молодого по-

коления с этнокультурными традициями и коллективными идеалами. Можно согласиться с Н. В. Макаровой, что в настоящее время целью образования является в первую очередь получение на рынке труда престижной работы и соответствующего материального обеспечения, а значит, система образования ориентирует молодое поколение на приобретение социальной мобильности и инновационных установок, что, конечно же, отвечает вызовам современности [20].

Но формирование социальной мобильности и приоритетных профессиональных ценностей не должно приводить к игнорированию духовных запросов обучаемых, их потребности в построении целостной модели мира, совмещающей духовные и физические измерения. Этнокультурная идентификация и духовное развитие учеников, к сожалению, не обеспечиваются самим фактом их доступа к сети Интернет. Поэтому *в условиях глобализации медиапространства возникает насущная потребность в разработке образовательных программ, целенаправленно совмещающих такие задачи, как сохранение самобытного культурного наследия различных народов Российской Федерации и осознанное освоение динамично развивающихся информационных технологий.* Однако пока, к сожалению, в стенах большей части образовательных учреждений медиаобразование детей сводится лишь к освоению элементарных компьютерных операций. Но в контексте провозглашенной государством линии на построение инновационно-ориентированной, устойчивой национальной экономики это недопустимо мало даже для общеобразовательной программы, так как создавать документы, входить в сеть и искать интересующие их сведения многие современные дети обучаются задолго до начала практических занятий в рамках школьного курса информатики.

Следует отметить, что поверхностный подход к пониманию компьютерной грамотности является «миной замедленного действия» как для самой образовательной системы, так и государства в целом. Без своевременного обучения детей основам осознанного и безопасного медиапотребления их хаотическая активность может приводить к хронической информационной интоксикации и, как следствие, к разрушению в их сознании тех ценностей, той картины мира, которые должны закладываться посредством реализации воспитательных и образовательных школьных программ. Поэтому *одна из главных угроз всеобщей информатизации заключается в том, что в силу инерт-*

ности и узости восприятия вызовов информационного общества не будут предприняты своевременные и всеобъемлющие меры для ограждения молодого поколения от нарастающих и всепроникающих потоков деструктивной медиапродукции – порнографии, цифровых наркотиков, материалов, распространяемых лидерами тоталитарных сект и сатанинских культов. Следует отметить, что этим необходимо начать заниматься как можно скорее, но избегая соблазна поспешных, радикальных решений. И первым шагом должно стать обучение педагогов, школьных психологов и администраторов. На сегодняшний день значительная часть педагогического сообщества не имеет специальной подготовки, позволяющей проводить эффективные профилактические занятия, которые призваны свести к минимуму негативное влияние такого рода медиапродукции на сознание молодых людей.

Подростковый возраст – период бурного и неравномерного развития, характеризующийся резкими качественными изменениями. В этот период на формирование личности подростка влияет огромное количество факторов, часть из них является традиционными (семья, школа, коллектив сверстников и пр.), а часть вновь появившимися, одним из которых выступает информационное пространство, включающее в себя телевидение, Интернет и другие источники информации. Растущие объемы информации требуют от потребителя определенного подхода к ее потреблению, характеризующегося критичностью в выборе содержания и интенсивности информационных потоков, наличием навыков эффективного поиска и обработки информации, четкого представления о структуре и необходимости искомой информации. Зачастую взрослый человек не может противостоять информационным потокам, что выражается в неэффективном потреблении информации, большом объеме времени, проводимом за бесцельными занятиями в Интернете или просмотре телепередач. Подросток же более подвержен негативному влиянию медиaprостранства, так как имеет низкий уровень культуры потребления информации, размытые, не до конца сформированные представления о норме поведения, затрудняется в оценивании увиденного в силу недостаточности жизненного опыта. Структура потребляемой подростком информации направленность этой информации могут формировать у него представления о нормах поведения, далеких от социально одобряемых образцов. В

силу того что медиапотребление подростка – процесс трудно контролируемый, необходимо формировать культуру медиапотребления, высокий уровень которой позволит снизить негативное влияние Интернета и телевидения на школьника.

Современное медиапространство – сложная, самоорганизующаяся среда, имеющая свою структуру, знание которой позволяет лучше понять, какие именно средства и механизмы необходимы для формирования культуры медиапотребления. Можно выделить две составляющие информационного пространства: конструктивную (имеет образовательное, релаксационное значение) и деструктивную (популяризирует образцы поведения, противоречащие норме, не несет полезной информации).

Чтобы как-то сблизить различные позиции и трактовки, при определении конструктивных составляющих медиапространства можно опереться на достаточно обобщающий документ, называемый «Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов». Анализ её содержания позволяет прийти к выводу о том, информационное пространство состоит из следующих структурных компонентов:

- информационные ресурсы, представленные в базах и банках данных, различных архивах;
- система депозитариев государственных информационных ресурсов;
- библиотеки, музеи и прочие объекты концентрации культурно-исторического опыта;
- телекоммуникационная инфраструктура, включающая СМИ, рынок информационных технологий, средства связи, информатизации и телекоммуникаций, информационные продукты и услуги;
- система обеспечения информационной защиты;
- система взаимодействия информационного пространства России с мировыми открытыми сетями;
- система законодательства в области информационных технологий.

К сожалению, мы не можем рассчитывать на то, что в ближайшее время порядок в информационном пространстве будет обеспечен введением некоего всеобъемлющего «пакета законов». Многие эксперты

сходятся во мнении, что информационное пространство трансформируется и расширяется настолько динамично, что законодательные институты современного мира и нормативная деятельность в рамках профессиональных сообществ хронически отстают от этого процесса в своём развитии [21].

Поскольку для глобального медиапространства не существует государственных, межведомственных и прочих преград, для выработки режима оперативной разработки, согласования и внедрения этих законов в повседневную практику потребуется еще десяток лет. Поэтому в настоящее время родители и педагоги, стремящиеся обезопасить информационное пространство детей, могут рассчитывать не столько на слаженную системную работу правоохранительных органов, сколько на поддержку со стороны специализированных сетевых структур, таких как Национальный узел интернет-безопасности в России (www.saferunet.ru), Сообщество пользователей безопасного интернета NetPolice (www.netpolice.ru) или РОЦИТ (www.rocit.ru). Но в масштабе такой огромной страны, как Россия, ресурсов этих организаций явно недостаточно.

Следует отметить, что с момента начала всеобщей информатизации образовательных учреждений прошло уже немало времени, а конкретные решения по внедрению в образовательных учреждениях Российской Федерации специальных программ, направленных на защиту учащихся от негативного медиаконтента, пока не приняты. Хотя в последние годы периодически проходят и круглые столы, на которых обсуждаются вопросы создания безопасного интернет-пространства, и 2009 год был объявлен «Годом Безопасного Интернета в России» («Фонд Развития Интернет» <http://www.fid.su/>), для большей части педагогов, занимающихся развитием информатизации в школах, эти вопросы, как ни странно, не актуальны. Это становится очевидным при просмотре интернет-версий периодических изданий для педагогов данного профиля.

Весной 2009 г. в министерских кабинетах были рассмотрены технические пути решения проблемы: рассматривались предложения по внедрению программ ограничения доступа и установке соответствующих фильтров на школьных компьютерах и серверах образовательных ресурсов (см. www.saferinternet.ru). Анализируя данные предложения, следует отметить, что даже если найдутся те немалые суммы, которые

требуются на их реализацию (цены качественных интернет-фильтров измеряются в тысячах у.е.), это не решит всех проблем, связанных с обеспечением безопасности детей в Интернете. Более того, если не развивать культуру медиапотребления учащихся, не исключено, что «запрещенные» интернет-ресурсы станут для них тем самым «запретным плодом», тайное вкушение которого превратится в очередное неформальное подростковое движение. Как отмечал еще в начале этого века В. И. Стражев, необходимы не просто перемены в традиционных образовательных технологиях, но и разработка новых путей их освоения, конструирование качественно иной системы образования, адекватно отвечающей вызовам информационного общества [22]. Никто не ставит под сомнение необходимость интернет-фильтров, но их установку вряд ли можно назвать принципиально новым подходом к решению образовательных и воспитательных задач.

Современные образовательные учреждения, создающие свои ресурсы и сайты, всё больше превращаются в «узловые точки» генерации, хранения и распространения информации, а учащиеся активно вовлекаются в освоение технологий информационного пространства [23]. Однако многие учителя, отстаивающие своё понимание «классической модели» образования, весьма настороженно относятся к таким переменам. Они считают, что быстрые и радикальные изменения, вызванные применением информационных технологий, приводят к подрыву привычной учебно-воспитательной атмосферы. Если в былые времена учитель в глазах учеников являлся не просто источником знаний, а своеобразным эталоном, носителем целостных представлений о мире, то в контексте информационного общества учитель предстаёт, скорее, в роли «узкого специалиста», раскрывающего отдельную сферу знаний. Однако если даже принять такую точку зрения как содержащую некую долю истины, это отнюдь не значит, что учитель действительно обречён на утрату тех важных функций, которые он всегда выполнял в социальной системе. В ближайшие годы отношения в диаде «учитель – ученик» во многом будут зависеть от того, какими темпами информационная культура станет развиваться в среде самих педагогов.

При существующем уровне культуры потребления информации в педагогическом сообществе сегодняшние ученики действительно могут низко оценивать познавательные возможности своих учителей. Но

данная ситуация может существенно измениться, если организовать соответствующее обучение педагогов. Учащиеся станут видеть в своих учителях компетентных «штурманов» в океане информации и получать от них остроумные и ненавязчивые наставления по безопасному овладению медиапространством. Многие современные школьные учителя вполне способны осваивать и передавать своим ученикам знания и умения, обеспечивающие защиту сознания от негативного воздействия избыточного медиастимулирования и агрессивного медиаконтента. Ну а поскольку этого пока не происходит, в ответ на заявления об ответственности за поведение детей в Интернете родители вправе задать встречный вопрос: какова доля ответственности образовательной системы, стимулирующей познавательный интерес школьников к овладению компьютерными технологиями и киберпространству, но не обучающей их безопасным способам медиапотребления?

В настоящее время многие исследователи проблем информатизации образования особо отмечают, что ключевой задачей информатизации является создание информационно-педагогической среды, включающей в себя не только систему аппаратных средств, программного обеспечения, но и специалистов/пользователей, реализующих информационные процессы, документооборот, оперирующих с базами данных. Организацию подготовки этих специалистов, обеспечивающих информационно-образовательные процессы в рамках образовательных учреждений, следует рассматривать как наиболее важное и трудоёмкое звено в общей деятельности по достижению конечной цели. В число осваиваемых ими компетенций должны входить не только техническое оснащение и развитие компьютерных сетей, но и организация познавательной деятельности учащихся. А это значит, что от сегодняшних (и тем более завтрашних) специалистов в области информационных технологий требуется освоение качественно иных моделей реализации профессиональных умений и навыков. Они должны уметь передавать учащимся знания и умения, не просто позволяющие «работать в сети», но и способствующие их полноценной адаптации и безопасному развитию в информационном обществе. Таким образом, можно утверждать, что успешная интеграция образовательного учреждения в общую структуру информационного пространства действительно реализуется, если при этом возникают новые «точки роста»:

- осуществляется подготовка педагогических кадров, способных самостоятельно осваивать новые технические средства и осуществлять в приемлемые сроки систематизированное, безопасное обучение этому других;

- целенаправленно создаются и/или последовательно внедряются обучающие программы, построенные на применении мультимедийного оборудования и отвечающие актуальным интересам обучаемых;

- создаются условия для развития умений и навыков самообразования учащихся через предоставление им свободы широкого ознакомления с актуальными для их профессионально-личностного становления знаниями;

- происходит активное приобретение необходимых практических навыков, обеспечивающих ускорение процессов адаптации обучаемых в условиях становления информационного общества;

- организуется разностороннее взаимодействие субъектов образовательного процесса, обмен знаниями и мнениями;

- организуется круглогодичный процесс обучения, учитывающий индивидуальные психофизические особенности каждого человека [24].

Как известно, одним из свойств интернет-пространства считается его структурированность. И поскольку структурированность и перцептивная релевантность связаны с качеством моделирования информации, в идеале знания, размещённые на «правильных» интернет-сайтах, должны способствовать расширению миропонимания молодёжи, упорядочению их представлений о каких-либо сферах социальной жизни. В этом общественность периодически убеждают правительственные чиновники, ответственные за интернетизацию образования. Однако на практике происходит следующее: значительная, если не большая, часть молодых людей, осваивая Интернет, обращается к сайтам, несущим «системные» знания только в тех случаях, когда необходимо скачать рефераты по заданным темам. В других случаях молодые люди предпочитают использовать совсем иные сетевые ресурсы, создатели которых не стесняются в способах привлечения внимания потребителей.

Следует отметить, что если говорить о полноценной и безопасной интеграции информационного пространства и образовательной среды, то на практике этот процесс оказывается достаточно затратным,

технологически кропотливым, требующим индивидуальных усилий каждого причастного к нему специалиста. При этом конечный результат вполне может вызывать разочарование у тех, кто ожидает автоматические качественные сдвиги в структуре познавательной деятельности учащихся, например, за счёт элементарного расширения форм и видов освоения учебных материалов [25]. Но при всей затратности и хлопотливости этого процесса он должен постоянно осуществляться и совершенствоваться, поскольку в противном случае расширение видов или объёмов поглощаемой информации будет происходить механически, с высокими социальными рисками, без должного осознания конечных целей и роста качества получаемых знаний.

Возникает вопрос: а можно ли саму систему иерархически выстроенных знаний рассматривать в качестве универсальной структурообразующей основы информационно-образовательного пространства? Ведь знания как содержательные компоненты любых сетей и ресурсов всегда могут быть формализованы, составлены в некую чёткую структуру. Увы, не всё так просто: даже если знания систематизированы и адаптированы под нужды потребителей, как таковые они не всегда представляют конечную цель образовательного процесса, поскольку должны в конечном счёте превращаться в умения и навыки личности, в способности генерировать новые знания. А поскольку этого не происходит автоматически, образовательное пространство должно обязательно включать в себя некие гуманитарные технологии, алгоритмы по преобразованию знаний в личностные компетенции, инструкции и рекомендации по их применению. Таким образом, сугубо теоретически в структурно-содержательную основу информационно-образовательного пространства может быть положено так называемое «чистое знание», но это не будет отражать всю многомерность данного пространства и весь спектр его социальных функций. Абсолютной ценностью образовательного процесса, как известно, является не некая сумма знаний, а сам человек, его умения и активность, направленные на личностный и профессиональный рост, творческое преобразование социальной реальности [11].

Как известно, одной из важнейших задач подросткового и юношеского возраста является преодоление «нормативного», т. е. генетически обусловленного кризиса идентичности [26]. Как правило, молодые люди активно выискивают и осваивают социальную информацию

достаточно узкого профиля, например, одного может интересовать всё, что связано с футболом или выпуском новых марок современных автомобилей, другого – развитие новых направлений в музыке. Иными словами, их интересует только то, что, с их точки зрения, помогает им найти себя, обрести личную и социальную идентичность. При этом следует заметить следующую двойственность когнитивной активности подростков: с одной стороны, их интересует всё нетрадиционное, нетривиальное, любого рода новомодные веяния и технологии, а с другой – они стараются найти и использовать те сведения и знания, которые, так или иначе, способствуют повышению их социального статуса. Даже те молодые люди, школьные успехи которых весьма скромны, способны жадно поглощать и эффективно усваивать довольно сложную информацию, если только они убеждены, что она помогает им определять жизненные цели и профессиональные планы. Проблема в том, что поглощаемая ими информация часто носит социально неодобряемый характер.

Несмотря на всю пользу информационного пространства, его деструктивная составляющая значительно превосходит конструктивную по привлекательности, объему, агрессивности подачи информации. Подросток, в большей степени ориентированный на поглощение информации деструктивного характера, рано или поздно проявляет это в своем поведении, обнаруживая определенные отклонения (девиации).

В настоящее время ученые применительно к несовершеннолетним с отклонениями в развитии и поведении используют термины «трудные дети» (К. С. Лебединская, М. М. Райская, М. Раттер, Л. С. Славина), «трудный подросток» (Л. М. Зюбин, В. Г. Степанов, Д. И. Фельдштейн и др.), к категории которых относят детей с отклонениями в нравственном развитии, акцентуациями характера, с нарушениями в аффективно-волевой сфере, отклонениями в поведении, «аномальные дети», имеющие отклонения от того, что является нормальным, но не включающее патологическое состояние (Л. Пожар, 1996 г.); «дезадаптированные дети» (С. А. Беличева, 1993 г.), «дети, нуждающиеся в специальной заботе» (Л. Кошч, 1974 г.), дети «группы риска» (И. А. Невский, 1996 г.); «ребенок с нарушениями в аффективной сфере» (К. С. Лебединская, М. М. Райская, Г. В. Грибанова, 1988 г.; Л. С. Славина, 1966 г.). Однако названные термины часто

несут одностороннюю информацию: бытовую, клиническую, юридическую. Е. С. Иванов, Л. М. Шипицина, Г. В. Сафина считают правомерным употребление терминов: «отклоняющееся», «асоциальное», «ненормативное», «противоправное», «преступное» поведение [27].

Зарубежные ученые (Э. Дюркгейм, Р. Мертон, Н. Смелзер, Т. Шибутани и др.) определяют девиантность соответствием или несоответствием социальным нормам-ожиданиям. Следовательно, девиантным является поведение, не удовлетворяющее социальным ожиданиям данного общества.

В отечественной литературе под девиантным поведением (Я. И. Гилинский, И. С. Кон, В. Г. Степанов, Ю. И. Фролов, А. М. Яковлев и др.) понимается:

1) поступок, действия человека, не соответствующие официально установленным или фактически сложившимся в данном обществе нормам, будь то нормы психического здоровья, права, культуры или морали;

2) социальное явление, выраженное в массовых формах человеческой деятельности, не соответствующих официально установленным или фактически сложившимся в данном обществе нормам;

3) поведение, которое рассматривается как отклонение от групповых норм и приводит к изоляции, лечению, исправлению или наказанию нарушителя.

В первом значении девиантное поведение является преимущественно предметом общей и возрастной психологии, педагогики, психиатрии. Во втором и третьем значении – предметом социологии, социальной психологии, криминологии, пенитенциарной педагогики.

Исходным для понимания сути девиантного поведения служит понятие «норма». В. Д. Менделевич подчеркивает, что девиация – это граница между нормой и патологией, крайний вариант нормы. Девиантность нельзя определить, не опираясь на знание норм.

Таким образом, без систематического развития общей культуры мышления и восприятия информации моделирование социальной реальности может происходить по весьма упрощенным когнитивным схемам. Качество когнитивной переработки поступающей информации не зависит от стихийных умений, приобретаемых во время пребывания в Сети. Диагностические данные, полученные нами с помощью опросника СПАИММ в 2006–2009 гг. в ходе исследования старше-

классников и студентов, показывают, что бездумное «поглощение инфы», интроекция фрагментарных сведений о природных и социальных процессах приводят к формированию у них одномерных моделей реальности, в которых доминируют хаотичные, антагонистические либо технократические представления о происходящих процессах и явлениях [28]. Более адекватные представления о каких-либо явлениях в мире возникают только при непосредственной, деятельностно-детерминированной коммуникации учащихся с носителями систематизированных знаний – преподавателями, инструкторами, мастерами производственного обучения, наставниками. Даже если современный ученик сверхмотивирован на получение систематизированных знаний из сетевых ресурсов, сохраняется высокая вероятность того, что получаемые им знания не будут обладать такими важными свойствами, как инструментальность, применимость на практике. Поскольку при доминировании интернет-образования каждый ученик создает информационные модели выборочно, отражая только те явления, которые имеют для него ценность, возникает риск неизбежного искажения и упрощения познаваемой таким образом офлайн реальности.

Завершая рассмотрение темы, стоит отметить, что вследствие избыточного стимулирования потребителей и эффектов информационной интоксикации даже способные ученики, предпочитающие обучение по индивидуальной образовательной траектории, легко попадают в сетевые лабиринты, блуждание по которым может привести к забыванию отправной точки и утрате конечной цели. Поэтому их продвижение по траекториям, пролегающим через открытые медиаресурсы, должно обеспечиваться педагогическим мониторингом. Но такого рода мониторинг невозможно, да и не нужно проводить с навязчивой частотой. Для того чтобы свести к минимуму возможные угрозы избыточного потребления информации, требуется не бесконечно «мониторить процесс», а прививать ученикам умения критического восприятия и осмысления получаемой информации, развивать у них навыки анализа её смыслового содержания и источников.

Поскольку человечество столкнулось с таким явлением, как избыточное медиастимулирование, только в последней четверти XX в., пока еще не сформированы соответствующие культурные инструменты и генетические изменения, позволяющие молодому поколению спонтанно осваивать данные умения и навыки. Поэтому повторим-

ся ещё раз: чтобы высокий уровень культуры медиапотребления стал достоянием большинства, необходимо последовательное внедрение программ развития информационной культуры в общеобразовательных учреждениях. И конечно же, следует помнить, что снижение описанных выше рисков не может быть достигнуто только усилиями специалистов образовательных учреждений, т. е. без планомерной работы по внедрению нормативно-правовых актов в области информационных технологий.

3. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ЛИЧНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Современный этап развития цивилизации характеризуется избытком информационных потоков и хаотичным продуцированием как научной, так и квазинаучной информации, поэтому встаёт вопрос о выработке образовательных технологий, позволяющих оптимизировать содержание обучающих программ. Решение данного вопроса, в свою очередь, тесно связано с темпами разработки технологий, позволяющих оперативно реструктурировать, сворачивать и разворачивать любую информацию, имеющую научно-практическую ценность. Однако к настоящему времени работа в этом направлении в основном ограничивается созданием различных каталогов, отражающих развитие и основные достижения науки. В последние годы появилось немало электронных каталогов, позволяющих с большей или меньшей степенью оперативности реструктурировать и дополнять имеющиеся знания. Тем не менее этого недостаточно для решения всех возникающих проблем. Отметим, что в гуманитарных науках, в отличие от естественных (например, математики, физики, химии), не проводится последовательная, систематизированная работа по созданию ёмкой научной символики.

Достаточно пассивную роль в указанном процессе играют представители образовательной системы: педагоги во все времена не столько создавали, сколько принимали в готовом виде от науки, промышленности и различных сфер социальной практики те или иные виды «архивированных» знаний. Поэтому в арсеналах самой педаго-

гической науки вплоть до середины прошлого века отсутствовали какие-либо подходы к архивированию знаний. За последние три десятилетия возникло немало педагогических инноваций, построенных на идее трансляции в сознание учащихся «сжатых знаний», но в повседневной педагогической практике они приживались с большим трудом.

Вероятно, ситуация будет медленно, но неуклонно меняться по мере освоения педагогами информационных технологий. Современные информационные технологии позволяют создавать междисциплинарные программы, в которых усилиями специалистов всевозможных сфер знания и профессиональной деятельности могут органично соединяться возможные каналы передачи знаний (визуальные, аудиальные), что усилит эффективность и скорость восприятия и обработки информации. Но проблема заключается в том, что большая часть сегодняшних успешных и опытных педагогов в возрасте от 30 лет и старше получали знания в школе и обучались в институте в «доинформационный» период. Они привыкли работать «по старинке», не могут осваивать эти технологии в самостоятельном режиме. Понимая необходимость соответствовать вызовам современности, они, тем не менее, стараются найти и использовать более привычные и простые способы передачи «сжатых» знаний.

Вместе с тем, следует отметить, что в современной психологии и педагогике есть ряд интересных подходов, открывающих альтернативные пути к решению данной проблемы. Те или иные личные ограничения в навыках восприятия или передачи информации могут компенсироваться за счёт наличия существенных преимуществ и плюсов в других сферах личностного и профессионального развития.

Как известно, интенсификация передачи знаний в педагогическом процессе может осуществляться за счёт трёх ресурсных составляющих: формы, средств, системы. Следует заметить, что далеко не во всех случаях такие формы подачи материала, как электронная карта или схема, созданная на интерактивной панели, будет наиболее продуктивна при обучении. Форма передачи знаний должна подбираться с учётом оптимального соответствия передаваемым смыслам. Простое замедленное движение рук может оказаться наиболее эвристичной формой передачи опыта, если, к примеру, требуется постижение «секретной» техники циркового фокуса. Простые «метафорические истории», позволяющие передавать нечто абстрактное и сложное

через известные объекты и доступные пониманию процессы, также являются формами, при которых происходит сжатие текста больших книг.

Одной из наиболее продуктивных систем передачи знаний, использующих все три указанные выше составляющие, является система интенсификации обучения на основе схемных и знаковых моделей, предложенная ученым-педагогом В. Ф. Шаталовым. Эта система наглядно показывает, что учебный материал надо подавать не поэтапно, а целостно, при помощи метода крупноблочной подачи материалов. Данная технология предполагает, что на первом этапе ученик должен знакомиться с изучаемой темой в целом. Например, он может прослушать материал учителя и составить вместе с ним так называемый «опорный конспект», который представляет собой наглядную схему, отражающую подлежащие усвоению единицы информации, а также связи между ними [29]. Одна единица информации в системе В. Ф. Шаталова называется «опорный сигнал», а совокупность таких единиц, символизированная и преобразованная в «опорный конспект», позволяет учащимся усваивать больший объем информации за сравнительно меньшее количество времени. Одним из ключевых понятий данной системы является «опора», означающая ориентировочную основу деятельности или, иначе, способ внешней организации внутренней мыслительной деятельности. Необходимо отметить, что данный способ является комплементарным тем принципам организации информации, которые заложены в архитектуру электронных баз данных, включая обширные интернет-ресурсы. Поэтому описываемая технология, на наш взгляд, в максимальной степени отвечает такой задаче, как психолого-педагогическая подготовка педагогов и учащихся к процессу практического освоения электронных средств производства и потребления информации.

Для того чтобы оптимизировать процесс сбора и переработки информации, человек неизбежно прибегает к готовым схемам, привычным способам обобщения получаемых сведений. Эмоционально окрашенное житейское суждение и эмпирически выверенное теоретизирование являются в определённом смысле равноценными способами удовлетворения познавательных потребностей. Но в динамично развивающемся обществе каждому человеку приходится постоянно обновлять представления как о внешней среде, так и о своих внутрен-

них процессах. Согласно одному из ключевых положений, принятых в рамках нейро-лингвистического программирования, осознание индивидуальных ресурсов, скрытых за иллюзорными ограничениями, позволяет нам включать не самые эффективные из них [30]. Необходимо отметить, что достигнутые в ходе личностной трансформации изменения в скорости и качестве обработки информации напрямую влияют:

- 1) на уровень индивидуальной целостности и, как следствие, уровень контроля базовой тревоги так называемых экзистенциальных страхов;
- 2) на успешность процесса личностной и профессиональной самореализации и выбираемые стратегии её достижения.

На сегодняшний день невозможно говорить о полной зависимости индивидуальной целостности от достигнутого личностью качества сбора и переработки информации. Но даже допуская возможность влияния различных иных факторов на этот процесс, можно утверждать, что успешность социальных интеракций личности, её субъективное восприятие жизни во многом зависят от того, каким образом она аккумулирует и перерабатывает информацию о мире и своём месте в нём. При этом необходимо отметить, что **одним из ключевых условий эффективной переработки информации, получаемой из внешнего мира, является её интеграция с интрапсихически продуцируемыми образами и суждениями, с теми критериями оценки, которые порождаются в сознании и/или бессознательном познающего субъекта.** В данном случае в понятие «интеграция» вкладывается, прежде всего, идея возможности гармоничного соотнесения в индивидуальном сознании «внутренних» императивов и «внешних», т. е. социально заданных условий, требований, идеологем.

Функциональные различия между «внешней» и «внутренней» информацией вполне очевидны. Если информация, поступающая по внутренним каналам (самоощущение, самопринятие и т. п.), является для нас референтной при оценке личностной самореализации, то информация, приходящая из внешней среды, является для нас таковой при оценке условий внешней безопасности. Именно поэтому человеку порой бывает очень трудно, если вообще возможно, обмануть себя с помощью внешней атрибутики (статус, капитал и т. д.) при постоянно присутствующей внутренней (т. е. реальной) оценке процесса

самореализации. И по той же причине, реализуя свою потребность в биологической безопасности, мы полагаемся на внешние источники и каналы информации. А это значит, что обучение новым, более качественным методам работы с внешней и внутренней информацией имеет явное психотерапевтическое значение.

Следует отметить, что как только возникает расхождение между внутренними ощущениями, интуицией и внешними сообщениями, человек начинает испытывать когнитивный диссонанс, ощущать дискомфорт, внутренний конфликт. В чём же позитивная функция таких переживаний для развития личности? Дело в том, что на глубинном уровне нашей психики сопричастны архетипически укорененные образы и социально заданные эталоны, заложенные в раннем детстве, которые обладают столь мощной силой, что служат своеобразным подсознательным фильтром для всякой информации, привносимой извне. И чем более человек склонен интроецировать социальные представления и идеи, диссонирующие с указанными внутренними образцами и эталонами, тем более вероятны подсознательно вызванные негативные реакции: потеря мотивации к личностному развитию, неврозы, психозы и депрессивные расстройства. Если применить сравнительный анализ к функциональному назначению внешней (в т. ч. производимой массмедиа) и внутренней (интрапсихической) информации, то можно сделать следующие выводы.

1. Информация, исходящая из социальной и природной среды, т. е. внешняя, во все времена служила и служит для обеспечения функций адаптации к обитаемому пространству, она позволяет человеку контролировать угрозы процессу биологического функционирования.

2. Внутренняя, или интрапсихически порождаемая, информация (включая образы сновидений, чувственные состояния и физические ощущения) позволяет человеку осознавать и контролировать возможные угрозы процессу его духовного развития и личностной самореализации.

3. Человек в равной степени нуждается в контроле биологических и духовных констант своего существования, поэтому он вынужден всё время искать «пути когерентности» для внутренней и внешней информации.

4. Человек – непрерывно развивающееся существо, что выражается в периодически возникающих в нём неравновесных состояниях,

в динамике интрапсихически порождаемых образов и социально объективированных знаний о мире и, как следствие, стимулирует поиск путей их синергетического взаимодействия.

Процесс самостоятельного продуцирования новых знаний начинается с неудовлетворенности познающего актуально достигнутым. Эта неудовлетворённость переживается как конфликт между достигнутым «известным» и желаемым «неизведанным». При конструктивном подходе «неизвестное» формулируется как некая задача, пути решения которой осмысливаются благодаря интрапсихическим ресурсам – идеям, догадкам, гипотезам, проектам. В качестве наиболее известных примеров совмещения известного и неизведанного в виде развернутых идей и гипотез можно привести некоторые произведения прошлых веков: «Государство» Платона [31], «Утопия» Т. Мора [32], а также исследовательские работы последних десятилетий: «Структура научных революций» Т. Куна [33], «Дао физики» Ф. Капра [34], «Наше постчеловеческое будущее» Ф. Фукуямы [16] и др.

Завершая обзор актуальных проблем интеграции информационного и образовательного пространства, хотелось бы отметить, что к настоящему времени умение человека работать с базами данных, адекватно оценивать объем и качество требуемых знаний, способность генерировать новые знания становятся важнейшим фактором его социальной востребованности, группового признания. Чем успешнее современный человек в сборе и анализе информации, тем больше он включён в жизнь самых продуктивных социальных групп. С одной стороны, он всё глубже втягивается в учебные или производственные процессы, с другой – его деятельность во всё большей степени предполагает наличие способности осознанно и самостоятельно оценивать информацию и корректировать медиапотребление.

Нарастание функциональных возможностей технологических компонентов медиапотребления становится отдельным и весомым фактором формирования субъективной модели реальности современного человека, не менее важным, чем доминирующая тематика постоянно продуцируемых медиасообщений. Влияние данного фактора особенно заметно при исследовании стратегий социального познания и моделей мира молодого поколения. Постоянное нарастание объемов ежедневно поступающей информации не смущает, а, скорее, вдохновляет молодых людей, осваивающих всё новые ИТ-технологии.

Но в силу отсутствия в общественном сознании соответствующих компонентов информационной культуры, молодые люди не могут параллельно осваивать умения и знания, обеспечивающие качество когнитивной переработки потребляемой медиапродукции. Поэтому многие эксперты сегодня сходятся во мнении, что значительная часть информации входит в сознание современных граждан без участия произвольного внимания, а значит, минуя стадию критической оценки [35, 36].

Практика интенсивно-пассивного потребления информации получает всё большее распространение в среде студенческой молодежи как некий элемент новомодного – гиперкоммуникативного жизненного стиля. Нередко те или иные источники информации осваиваются молодыми людьми в первую очередь под воздействием мотивации к поиску и получению новых впечатлений, развлечений, ярких переживаний.

Анализируя социальные функции массмедиа, следует признать, что современные СМИ выполняют не только и не столько образовательную, сколько развлекательную и нравственно-идеологическую функции. За два последних десятилетия медиaprостранство стало наиболее мощным катализатором мировоззренческих трансформаций, питательной средой для появления новых мировоззренческих идей, адептами которых становятся, прежде всего, молодые люди. Но, как показывают современные исследования, такого рода «идейное становление» нередко сопровождается нарастанием побочных явлений: интернет-зависимости, унификации/стандартизации индивидуального мышления и миропонимания. В значительной мере это связано с характерной для молодых людей (и отчасти неизбежной в данной возрастной группе) *тенденцией к получению максимально возможного количества сенсорных стимулов*, что приводит к некритичному и избыточному восприятию поступающей извне информации [7].

Значительный объём интроецированной информации вызывает в сознании молодого человека «эффект брожения», что выражается в постепенном отрыве от корневых этнокультурных ценностей, фрагментарном мировосприятии, смешении противоречивых индивидуалистических установок, девальвации этических и эстетических идеалов. Современные исследователи, объясняя указанные интрапсихические процессы, говорят о возникновении своеобразного «информационного токсикоза», оказывающего искажающее и блокирующее

воздействие не только на мировосприятие и миропонимание, но и на профессиональное становление молодых людей, их социальную адаптацию в целом [37].

С переходом из подросткового в юношеский возраст значительно возрастают возможности и навыки технического расширения контактов с медиапространством. Но при этом навыки качественной дифференциации информационных сообщений, способности к определению их объективной значимости и достоверности развиваются сравнительно медленно. Остаётся устойчивой тенденция к интроекции значительной части воспринимаемой медиапродукции, особенно той, которая имеет явный или неявный лейбл «special for young». Многие молодые люди, активно осваивающие новейшие гаджеты, ежедневно, без каких-либо пространственных ограничений «прокачивают» через свои глаза и уши все доступные потоки информации, не особо задумываясь о последствиях их воздействия на эмоциональную и когнитивную сферы. Поэтому для современного старшеклассника и студента типична ситуация, когда важные «смысловые единицы», воспринятые на уроках и лекциях преподавателей в первой половине дня, могут частично или полностью «перекрываться» во второй половине дня «смысловыми единицами», заложенными в беспрерывно поглощаемых смс-сообщениях, музыкальных композициях, видеоклипах, рекламных роликах, интернет-чатах и т. п. Подобные информационные «накладки» могут создавать предпосылки к развитию глубинных внутриличностных конфликтов, которые могут приобретать хроническую форму в более зрелом возрасте.

В начале 2008 г. в целях разработки специального инструментария для исследования данных процессов нами была создана и апробирована экспериментальная версия опросника «Индивидуальный стиль медиапотребления» (ИСМ), направленного на выявление психологических проблем, возникающих вследствие нарушенной когнитивной активности, и в частности избыточного медиапотребления. Предварительный анализ данных, полученных нами в ходе опроса 172 активных медиапотребителей в возрасте 18–23 лет, позволяет предположить, что **рост ежедневного объёма потребляемой информации обратно пропорционален уровню её контекстуального восприятия и критического оценивания.** Так, например, на вопрос: *«Часто ли вы включаете телевизор, для того чтобы каким-то об-*

разом, отвлечься и расслабиться после интенсивной умственной (!) работы?» – 54 % респондентов ответили утвердительно. Вопрос: «Насколько вам удаётся запоминать все те сообщения, которые в общем потоке информации вы выделяете как полезные?» – заставил треть респондентов ответить «не более чем на 50 %», в то время как ещё на 39 % они затруднились ответить. Интересно, что на вопрос: «Как часто какая-либо ненужная информация “забивается” Вам в голову и мешает думать?» – 25,9 % респондентов ответили «достаточно часто», а 34,3 % выбрали ответ «нередко». Но при этом на вопрос: «Считаете ли вы, что рекламные блоки или музыкальные передачи мешают вам обдумывать что-либо действительно важное?» – 32,2 % респондентов ответили отрицательно и 52,4 % выбрали ответ «в редких случаях». Ответы значительной части респондентов указывают на достаточную противоречивость их позиции в отношении медиапотребления, что неслучайно. Вероятно, одной из наиболее типичных реакций на избыточный приток информации является «включение» режима «экономичного функционирования» психики, в котором указанные противоречия становятся незаметны. Иными словами, активное поглощение «инфомассы» неизбежно приводит к снижению и общего уровня самокритичности медиапотребителей, и качества оценивания поступающих медиасообщений. По сути, так же как при «классическом варианте» эмоционального выгорания, происходит незаметное срабатывание психических защитных механизмов, что находит выражение через:

- склонность к автоматической интроекции непосредственного содержания большей части медиасообщений;
- неспособность отделять, при желании или необходимости, смысл сообщений от их формально заданного содержания;
- неспособность учитывать влияние политического, социально-экономического и собственно медийного контекстов при оценке содержания и причин возникновения медиасообщений.

Итак, поскольку современное медиапространство становится экспансивнее и всё большее число молодых людей в силу возрастных и прочих факторов проявляет себя в качестве его активных или пассивных субъектов, возникает закономерный вопрос: как образовательная система может предотвратить угрозу постепенного, почти незаметного, но при этом всеобщего понижения уровня критическо-

го оценивания потребляемой информации? Как нам представляется, это вполне возможно. Но при условии, что в самой образовательной системе, точнее, в основной массе педагогического сообщества произойдут существенные изменения в отношении к процессуальным характеристикам и конечным целям социального познания молодого поколения.

Как отмечает социальный философ В. Хёсле, целостность индивидуального сознания может быть достигнута лишь в результате его контакта и противоборства (!) с миром. Причем, по мнению данного автора, существует оптимальная мера подобного рода противостояния, так как индивидуальное сознание не способно вобрать в себя всё то, что кажется возможным. Согласно логике рассуждений В. Хёсле, воспринимаемый во всём своём многообразии мир не может не нарушать целостность индивидуального сознания, ибо переполняет его и разрушает человеческие представления об упорядоченности, причинно-следственных связях и т. п. [38].

История становления научного знания знает случаи, когда даже такие великие умы прошлого столетия, как А. Эйнштейн [39], Н. Бор [40] или В. Гейзенберг [41], переживали настоящий когнитивный шок после того, как, используя новейшие технологии исследования, проникали за грань поверхностно наблюдаемых явлений. И только после весьма длительных и напряжённых поисков объяснения формальной алогичности, невероятности наблюдаемых явлений они выходили на новый уровень миропонимания. Это сопровождалось введением новых теоретических положений в основание фундаментальных наук, таких как «теория относительности» или «принцип неопределённости». Таким образом, человеческий разум, конфликтуя с трудно постигаемой многомерностью и внешней алогичностью происходящего в мире, постоянно стремится интегрировать и обобщить всё воспринятое в рамках единой модели реальности.

Реалии современной жизни таковы, что многие молодые люди также неизбежно испытывают когнитивный диссонанс, пытаются последовательно уложить в своей голове всю противоречивость и многомерность окружающего их мира. Как показывают наши исследования, этот диссонанс усугубляется тем, что при столкновении с агрессивным медийным и противоречивым контентом их сознание переходит в режим хаотичного мировосприятия. Ведь в настоящее

время никто специально не обучает молодого человека «противостоять» беспорядочно нарастающим информационным потокам, т. е. критически относиться к несущим взаимоисключающие смыслы и ценности текстам, фактам, сообщениям. Современные школьники и молодые люди, получающие профессиональное образование, по их собственным признаниям, явно нуждаются в таком обучении. Об этом свидетельствуют и результаты интервьюирования 272 студентов гуманитарных факультетов, проведённого нами в мае 2009 года. Оказалось, что многие из них испытывают вполне осознанную потребность в освоении интеллектуальных технологий, направленных на преодоление возможных последствий возрастающего информационного хаоса. Но эта потребность не может быть реализована, пока научное и педагогическое сообщество не инициирует процесс широкого внедрения методических инструментов, позволяющих диагностировать и корректировать индивидуальные способы переработки медиаинформации.

В учебно-воспитательный процесс современных образовательных учреждений в настоящее время активно внедряются идеи медиаобразования как направления, предполагающего изучение учащимися закономерностей массовой коммуникации. Вместе с тем, согласно материалам ЮНЕСКО медиаобразование – это обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации [42]. Иными словами, современная концепция медиаобразования направлена, скорее, на внедрение новых технологий получения информации, в то время как в тени остаётся проблема разработки методов адекватной психологической защиты сознания учащихся от агрессивных и навязчивых информационных воздействий. Профилактически ориентированные методы, позволяющие снизить рост медиазависимости среди молодых людей, на наш взгляд, должны стать важной составляющей программ развития культуры потребления медиаинформации.

Заметим, что **медиазависимость, являясь прямым следствием отсутствия культуры потребления информации, по сути, означает неспособность человека самостоятельно управлять привходящими информационными потоками и прерывать состояния бесконтрольной пассивной медиаактивности, препятствующие его социальной адаптации, личностной самореализации и пребыва-**

нию в состоянии эмоционального равновесия. По мере нарастания медиазависимости человек перестаёт регулировать своё поведение и контролировать информационные потоки. Медиапространство фактически начинает управлять познавательными процессами индивида, стимулируя и направляя в патологическое русло его внимание, процессы запоминания и мышления.

В последнее время ведётся немало научных дискуссий о том, насколько правомерно говорить о таких явлениях, как медиазависимость или интернет-адикция. Мы разделяем мнение, что к медиазависимости/интернет-адикции не применимы классические критерии оценки, поскольку в подавляющем большинстве случаев слабо проявляется знакомая всем специалистам симптоматика: разрушение волевой саморегуляции личности, психоэмоциональная фиксация на поиске «очередной дозы», явные перепады психофизического тонуса под воздействием химических стимуляторов и, наконец, отсутствует синдром отмены в его клиническом понимании. Однако поскольку медиазависимость, или интернет-аддикция, относится к нехимическим формам зависимости, то нет необходимости применять к ним выше-названные критерии. При диагностике патологических форм медиаактивности подростков можно опираться на такие «симптомы», как:

- снижение волевого контроля в повседневном поведении;
- замедленность психомоторных реакций;
- снижение общего психофизического тонуса в состоянии внесетевой активности;
- отсутствие реалистичной оценки времени, проводимого в медиапространстве;
- сужение и искажение стратегий социальной адаптации;
- задержка развития умений и навыков непосредственного межличностного общения;
- нарушения процесса личностной идентификации.

Следует особо отметить, что при развитии интернет-зависимости часто нарушаются естественные биологические ритмы: многие подростки начинают проводить за компьютером большую часть ночного времени, что постепенно входит в привычку и приводит к снижению психофизическому тону организма в течение светового дня и таким дисфункциям, как нарколепсия. И хотя человек не переживает в явной – психофизической – форме синдром отмены, в его эмоцио-

нальной сфере не трудно заметить дисфорические состояния и дефицитарность позитивных реакций на внешнее окружение, возникающие в ситуации информационной изоляции. Как показывают данные интервьюирования интернет-зависимых молодых людей, в подавляющем большинстве случаев они с трудом переживают ситуации многочасовой изоляции от информационной среды (четыре часа и более) и откровенно признаются в том, что не понимают, какие позитивные действия они могут предпринять в этих ситуациях.

В связи с вышесказанным необходимо отметить, что современная школа не подводит учащихся к осознанию следующей, достаточно простой истины: процесс познания не сводится лишь к оперированию лишь внешней информацией. Сознание человека пребывает в состоянии произвольного или непроизвольного восприятия различных информационных потоков 24 часа в сутки. Поэтому даже если человек остаётся в одиночестве и в полной тишине, он способен получать важную для себя информацию. Например, это может быть поток внутрителесных ощущений, поток целенаправленной рефлексии, образный ряд креативной деятельности или эмоциональных переживаний. Поэтому *внедряемые в образовательный процесс программы развития культуры потребления информации не должны сводиться к управлению лишь внешними её источниками и потоками*. И поскольку они призваны выполнять ранее указанные коррекционно-профилактические, защитные функции по отношению к индивидуальному сознанию, то неизбежно должны ориентировать учащихся на поиск и обретение внутренней «точки опоры». Это предполагает формирование своеобразной «дисциплины ума», что должно стать неотъемлемой частью комплексных программ направленных на психолого-педагогическую коррекцию познавательных процессов молодых людей в условиях экспансивной информационной среды. Реализация данных программ позволит отследить взаимосвязь изменений социальных установок и поведенческих реакций реципиентов в ответ на информационное воздействие с изменениями, происходящими в структуре их субъективного самовосприятия и миропонимания.

Подводя итог вышесказанному, определим перечень самых необходимых информационно-познавательных компетенций, которые учащиеся могут и должны приобретать в современном образовательном пространстве. Итак, в условиях экспансивного развития массме-

диа усилия педагогического сообщества должны быть направлены на то, чтобы научить молодых людей:

- внимательно отслеживать воспринимаемые потоки информации, автономно и оперативно дифференцировать поступающие сообщения по их актуальной значимости, источникам и причинам возникновения;

- адекватно оценивать ценностно-смысловую нагрузку медиа-продуктов, информационных сообщений, выделяя ключевые смыслы и сопоставляя вкладываемые в них ценности с собственной системой ценностей, а также теми ценностями, которые являются доминирующими среди их ближайшего окружения;

- полностью или частично блокировать информацию, провоцирующую аффективные реакции, возникновение эмоционального дисбаланса, непродуктивных конфликтов с окружающими и т. п.;

- активно формировать и поддерживать наиболее полезную для адаптации и личностной самореализации информационную среду, своевременно отключая или переключая информационные потоки.

В процессе целенаправленного развития обозначенных умений особое, ключевое, значение приобретает такая характеристика интеллектуальной деятельности, как когнитивный стиль. Исследования разновидностей когнитивного стиля составляют в настоящее время одно из важнейших направлений в современной психологии, так как когнитивный стиль раскрывает не только познавательные способности, но и адаптивные возможности индивида (М. Холодная). В аспекте адаптирующей коррекции субъективного восприятия мира наибольшее значение имеют такие разновидности когнитивного стиля, как:

- полезависимость/полenezависимость в восприятии информации;
- конкретность/абстрактность концептуализации (интерпретации) происходящего;
- степень когнитивной простоты/сложности при построении образа ситуации, событийного ряда.

Так, в условиях множественности информационных потоков, динамично меняющегося общества более адаптивные стратегии поведения демонстрируют индивиды, проявляющие полenezависимость в восприятии социальных процессов, высокую степень абстрактности в интерпретациях происходящего и способность создавать когнитивно сложные, т. е. многомерные, модели реальности. Такие люди, как

правило, обладают высокой социальной мобильностью, они чаще рискуют, меняя сферу профессиональной деятельности, место жительства, оформляя банковские кредиты, но они же и чаще выигрывают в конкурентной среде, поскольку их видение мира предрасполагает к инновациям в экономике, образовательной деятельности, массовых коммуникациях и т. д.

Разработчики стилевых концепций познавательной активности говорят о том, что существуют естественные генетически и культурно заложенные ограничения в развитии индивидуального когнитивного стиля человека. Как нам представляется, на основе учёта этих ограничений можно устанавливать и оценивать степень комплементарности когнитивного стиля индивида и уровня/режима его повседневной информационной загрузки.

Как показывают наши исследования, в ходе целенаправленного развития умений и навыков критического восприятия информации молодые люди всё чаще начинают замечать не только отсутствие позитивных смыслов и вторичность в содержании большей части современной медиапродукции, но и наличие манипулятивных посылов, включённых в рекламу разного рода товаров и услуг, которые предлагают своей аудитории многочисленные радиостанции и телеканалы, печатные издания и интернет-сайты.

Психологические аспекты развития адекватного мировосприятия молодого поколения, на наш взгляд, тесно связаны с обучением молодых людей критическому анализу продуктов функционирования массмедиа. Впервые проблема адекватности мировосприятия с достаточной полнотой была рассмотрена в известном докладе К. Г. Юнга «Аналитическая психология и мировоззрение», прочитанном им в 1927 г. в г. Карлсруэ. Стремясь предельно выразить актуальность исследований индивидуального миропонимания, Он отмечает, что создавая образ мира, мыслящий человек изменяет одновременно и самого себя... Если бы образ мира, создаваемый нами, не воздействовал на нас самих, то можно было бы вполне довольствоваться какой-нибудь красивой или приятной иллюзией. Однако самообман отражается на нас самих, он делает нас нереальными, глупыми, неадекватными. Таким образом, еще задолго до возникновения когнитивной психологии К. Г. Юнг обозначил соответствующий ей ракурс постановки данной проблемы: достижение социальной зрелости невозможно без осоз-

нанной интеграции индивидуально детерминированного, т. е. «**субъективного**», и коллективно выверенного – «**объективного**» – в рамках целостной системы представлений о мире.

В условиях становления информационного общества развитую способность критически оценивать состояние и продукты деятельности современных массмедиа можно считать одним из ключевых компонентов социальной зрелости. Следует определить те исходные положения социальной психологии, опираясь на которые мы можем осуществлять критический анализ функционирования СМИ:

– *процесс восприятия и переработки информации осуществляется по определённым, поддающимся рефлексивному анализу и алгоритмизации программам. Эти программы неизменно включают в себя как универсальные составляющие, независимые от культурной, расовой принадлежности, так и уникальные компоненты, связанные с индивидуальными психологическими особенностями и, возможно, биографическим опытом личности. Они же напрямую детерминируют её стратегии социального поведения [43];*

– *процесс систематизации/упорядочивания знаний о мире подчиняется универсальной, т. е. общей для всех людей тенденции к поддержанию согласованности и конгруэнтности всех когнитивных репрезентаций внешнего мира и всех самопрезентаций. При этом устранение когнитивного диссонанса и достижение когнитивного баланса выступают в качестве своеобразных сверхмотивов познавательной деятельности, направляя в соответствующее русло весь процесс переработки информации об окружающем мире [44];*

– *при обработке информации, получаемой извне, в структуре индивидуального сознания актуализируются исходные репрезентативные категории – так называемые прототипы. Прототипы играют важнейшую роль при решении широкого спектра когнитивных задач, включая восприятие и оценку медиапродукции, построение мультимедийных/мультимодальных моделей, к которым относятся субъективные модели мира [45–47].*

Посредством приведённого обращения мы сообщаем молодым людям научно доказанные перспективы их личностного роста и одновременно стимулируем их к освоению навыков критического оценивания и утилизации поступающей по различным каналам медиаинформации. Как показывает наш опыт проведения групповых занятий

со старшеклассниками и студентами, направленных на развитие осознанного медиапотребления, многие из них впервые задумываются над тем, почему они создают и поддерживают в своем сознании такие модели реальности, которые вызывают у них чувство внутреннего дискомфорта, построены на ожидании фиаско, постоянного противостояния с миром и т. д. Таким образом, опираясь на вышеобозначенные положения, мы стимулируем молодых людей к преодолению искаженных представлений о мире и ложных экспектаций.

Обучая молодых людей осознанному медиапотреблению, следует заострять их внимание на эмоциональных аспектах воздействия СМИ. В идеале знания о мире, о современных тенденциях в культурной жизни, получаемые молодыми людьми из медиапространства, должны выполнять не только ориентирующую и адаптивную, но и своеобразную терапевтическую функцию, поддерживая в них на должном уровне чувства защищенности, безопасности, собственного достоинства. На практике процесс восприятия и переработки поступающей медиаинформации происходит во многих случаях достаточно проблематично, а иногда с весьма болезненными последствиями. Разного рода деструктивная информация, приходящая из медиапространства, вызывает стрессовые состояния, усиливает чувство дезадаптации и провоцирует возникновение апатии, латентных депрессивных состояний.

Текущие эмоциональные состояния, в свою очередь, также непосредственно влияют на индивидуальное восприятие и переработку информации, поступающей из внешнего мира. Под влиянием сильных аффективных переживаний человек может на более или менее длительное время «терять» значительную часть своих знаний о мире, воспринимая его более редуцированно, т. е. сквозь призму оценочной шкалы «хорошо – плохо», что сужает выбор стратегий поведения [48].

На каких характеристиках современного состояния СМИ и наиболее заметных тенденциях их функционирования следует фиксировать внимание молодых людей, чтобы они могли адекватно понимать и критически анализировать наиболее важные тенденции и явления, происходящие в современном информационном пространстве?

К началу XXI в. развитие СМИ осложнилось возникновением следующей парадоксальной ситуации: *реальных позитивных новостей и креативных медиапродуктов гораздо меньше, чем журналов, газет, новостных сайтов и телеканалов, созданных для того, чтобы ежеосу-*

точно о них рассказывать. Поскольку любая «новость» должна иметь некую событийную значимость для аудитории (для той или иной целевой группы), не каждое событие является реальным поводом для производства новой и тем более позитивно окрашенной информации. На первый взгляд, тезис о дефиците фактов и явлений, порождающих социально значимую информацию, может вызывать недоумение. Как нам представляется, в современном мире всегда происходит множество событий, каждое из которых может стать поводом к созданию медиапродукции или, как минимум, к очередному выпуску новостей. Однако в реальности существует множество объективных и субъективных причин, вызывающих дефицит полезного медиаконтента и позитивных «новостных» событий.

Одна из наиболее очевидных причин возникновения дефицита креативной медиапродукции и позитивных новостей — деятельность персонала большей части газет или телеканалов, которая, как правило, находится под контролем со стороны тех или иных «владельцев», например бизнес-структур или политических партий. И эти владельцы задают весьма жесткие рамки для освещения происходящего в социальной реальности. Если даже освещается нечто реально происходящее, то при этом в той или степени идеологизируется, мифологизируется, выхолащивается суть событий. В итоге многие журналисты, режиссеры и редакторы изданий постепенно теряют всякое желание проявлять творчество и инициативу, а реально значимые, креативные идеи, как и многие положительные события в жизни общества, остаются «за кадром». У действительно независимых СМИ другая проблема: вечная нехватка денег на «раскрутку» интересных идей и проектов.

В настоящее время дефицит реально значимых, полезных сведений и оригинальной медиапродукции отчасти вызван и такой причиной, как их высокая себестоимость. Затраченные суммы не всегда окупаются в условиях агрессивного медиамаркетинга, применяемого конкурирующими СМИ [49]. Как следствие, современные СМИ с каждым годом наращивают массу низкозатратной медиапродукции, имеющей квазикреативный и псевдоновостной характер. Например, население бесконечно информируется о повседневных событиях в жизни известных кинозвезд, музыкантов или бизнесменов. Но светская или криминальная хроника, монтируемая по стандартным и нередко примитивным шаблонам, исходно не может порождать какие-

либо качественные сдвиги в сознании потребителей медиапродукции, хотя при этом затрагивает их эмоциональную сферу, наполняет самыми различными противоречивыми переживаниями от иллюзии сопричастности до откровенной зависти.

Руководители многих ведущих СМИ заявляют, что в последние годы сократили в новостных выпусках процент сообщений о разного рода негативных событиях, поскольку их руководство понимает, что избыток «чернухи» отпугивает значительную часть аудитории. Но вследствие дефицита реальных позитивных событий сотрудники многих информационных агентств, новостных сайтов и т. д. всё чаще беззастенчиво воруют информацию у своих конкурентов. Но поскольку «новостной плагиат» вызывает противодействие законных авторов, плагиаторы вынуждены несколько видоизменять украденные сообщения и в итоге *не просто создают «новую информацию», но значительно искажают суть описываемых событий, объектов и явлений*. Например, так часто происходит при переформатировании украденных сообщений о тех научных экспериментах и социальных инновациях, которые действительно заслуживают внимания общественности [50].

Современные ньюсмейкеры наработали немало способов, позволяющих компенсировать дефицит реально значимой и позитивной информации. Значительная часть продуцируемых современными СМИ сообщений представляет собой не обещанные «новости», а перманентно трансформируемые «нарративы», произвольные трактовки ранее известных явлений и фактов. Как показывает практика, нескольких творческих вариаций в отношении формата подачи сообщений оказывается вполне достаточно, чтобы медиапотребителей не покидала иллюзия новизны от очередной порции информации. При этом находчивость корреспондентов и редакторов информационных служб достаточно высока, что позволяет им беспрепятственно выдавать «старое» за «новое», манипулируя настроением и вниманием аудитории.

Следует отметить: чем более глубоким ценностно-смысловым содержанием должно быть наделено создаваемое сообщение или авторское послание (например, художественный фильм), тем больше возникает трудностей при поиске адекватной формы его передачи, тем больший объем творческой работы должен быть выполнен. И наоборот, чем более примитивна некая мысль или идея, тем легче об-

лачить её в яркую упаковку. В силу этой закономерности жизненно необходимые для сохранения общества и духовного развития нации образы и ценности оказываются на втором плане, утрачивают свою значимость в медиaprостранстве в силу превалирования образов и ценностей, более примитивных по содержанию, но простых по форме подачи, что и происходит в настоящее время. К сожалению, многие современные сценаристы, режиссёры, художники выбирают путь наименьшего сопротивления, легко укладывая затасканные сценарные решения, простейшие художественные образы в яркие, пестрые упаковки, мгновенно привлекающие массового потребителя. Таким образом, ярко упакованный примитив становится одной из важнейших примет современного медиaprостранства и проблем современного общества.

Количественный эффект от избытка безвкусицы и примитивизма в потоке современной медиаиндустрии влечет за собой и качественные изменения: общее снижение стандартов производства и культуры потребления медиаинформации. Одним из наиболее плачевных последствий этого является то, что значительная часть массовой аудитории постепенно привыкает к потреблению некачественной и откровенно обольщающей медиапродукции. Как показывает опыт последних десятилетий, не только на уровне массового сознания, но и в среде творческой интеллигенции за относительно короткий срок может сформироваться тенденция к коллективному «притуплению» нравов и вкусов, к снижению критериев оценки качества медиапродукции, что облегчает задачи манипулирования общественным сознанием [17].

Скорее всего, описанные тенденции в развитии массмедиа в ближайшие годы будут нарастать, поскольку их возникновение обусловлено общим социально-экономическим контекстом. Так, если за последние 10 лет число разного рода источников информации выросло более чем в 10 раз, то население России сократилось без малого на 10 млн граждан (см, например, официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – www.gks.ru). При стабильном демографическом и экономическом росте динамично развиваются и все остальные сферы социальной жизни, что порождает изобилие реальных информационных поводов и оригинальных медиапродуктов. Но поскольку в современной России, как и во многих других стра-

нах мира, динамика общего социально-экономического развития значительно отстаёт от динамики развития медийного пространства, СМИ приспосабливаются к ситуации, прибегая к гипертрофированным формам отражения немногих позитивных явлений или акцентируя внимание общественности на хронике каких-либо негативных процессов, скандальных событий. Стоит отметить, что при всей полезности обучения критическому анализу указанных тенденций в развитии современных СМИ педагогам необходимо в то же время учить старшеклассников и учащихся профессиональных учебных заведений избегать радикальных и максималистских оценок. Для этого требуется соответствующее внимание к цифрам, фактам и их трактовке, что является одним из важных компонентов развития культуры потребления информации.

В последнее время в целях изучения и развития более совершенных стратегий восприятия и оценки информации исследователи всё чаще обращаются к изучению метакогнитивных процессов. Проблематика метакогниций основывается на давних философских традициях, однако в психологии она впервые эксплицитно появляется лишь в середине 70-х гг. прошлого века в работах Дж. Флейвелла по проблемам когнитивного развития [51]. Как отмечал Дж. Флейвелл, мы прибегаем к метакогнициям в тех случаях, когда теряем возможность непосредственного считывания/сбора информации о мире, например, когда требуемый объём информации столь велик, что не позволяет сделать нам обоснованные выводы в приемлемые сроки, с опорой на приёмы формальной логики. Не владея всей полнотой знаний о мире, мы, тем не менее, не останавливаемся в поисках ответов на глобальные вопросы о смысле человеческой жизни и смерти, о роли человеческого рода и т. п. Множество подобных вопросов получает более или менее приемлемое объяснение благодаря нашей способности к метакогнитивному миропониманию. По сути, к метакогнициям можно отнести все осознано или неосознанно применяемые личностью способы заполнения пробелов между отдельными фрагментами актуально доступной информации. На наш взгляд, в ходе обучения молодых людей конструктивному критическому анализу деятельности массмедиа их метакогнитивные способности получают стимул к развитию. Развитие метакогнитивных навыков предполагает способность к интуитивному распознаванию очередных уловок со стороны

сетевых мошенников, производителей вирусной рекламы и т. д. Кроме того, личность становится более способной к творческой интеграции познанного и непознанного в формате целостных моделей миропонимания.

Современные исследования когнитивных процессов показывают, что слабое развитие способности человека видеть новые возможности в получении ценных сведений о мире приводит к возникновению затяжных личностных кризисов [52]. Вместе с тем, стоит отметить, что выход из круга рутинной повседневности не сводится к одномоментным действиям, а предполагает необходимость длительной перестройки способов работы с потоками информации. Так, например, открытие новых возможностей медиапотребления в целях личного и профессионального роста может осуществляться лишь посредством постепенного и кропотливого развития следующих когнитивных способностей:

- активно использовать все возможные и доступные источники информации в процессе моделирования решений актуальных проблем;

- гибко и оперативно анализировать поступающие медиатексты, считывая вложенные в них подтексты и выстраивая собственное видение контекста из внешне разрозненных единиц-сообщений;

- чётко осознавать и интерпретировать возникающие проблемы как «точки роста», как задачи, требующие решения и имеющие его;

- обобщать большие массивы тематически связанной информации и трансформировать их в принципиально новое сообщение, смысл которого не является механической суммой охваченных единиц информации;

- поддерживать необходимое количество времени интеллектуально продуктивные состояния, обеспечивающие видение новых возможностей.

В целях диагностики и целенаправленного развития указанных способностей требуется разработка и апробация специального инструментария, применение которого возможно в рамках элективных курсов, отдельных разделов школьного курса информатики, а также различных форм групповых тренинговых занятий, направленных на развитие культуры потребления информации в современном образовательном пространстве.

4. КУЛЬТУРА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА

Всё большее число отдельных исследователей и научных коллективов включаются в разработку таких проблем, как восприятие медиaprостранства и отдельных СМИ, формирование ценностных компонентов и индивидуального стиля информационной активности, развитие медийного образа представителей различных социальных групп и институтов. Но вследствие отсутствия полноценной теоретико-методологической базы и эмпирически выверенных данных многие исследования, раскрывающие психологические аспекты массового медиапотребления, всё ещё находятся на уровне научной публицистики. Отчасти это связано с тем, что медиапотребление долгое время оставалось на периферии научных интересов представителей отечественной психологии. Значительно больше раскрыта в западной и отечественной науке проблематика медиаобразования: определены основные теоретические подходы к пониманию влияния массмедиа в контексте образовательной парадигмы и разработан соответствующий категориальный аппарат. Так, например, в работах известного отечественного автора А. Федорова и его коллег выделяются как достаточно проработанные следующие теории: протекционистская теория, теория, ориентированная на формирование «критического мышления», теория медиаобразования как источника удовлетворения потребностей аудитории, семиотическая и культурологическая теории и некоторые другие [53].

Однако приходится признать, что большую часть времени граждане «информационного общества» не столько занимаются медиаобразованием (что предполагает, как минимум, наличие соответствующей учебно-методической базы, педагогического сопровождения, систематизированных обучающих программ и процедур оценки их освоения), сколько пребывают в состоянии перманентного стихийного медиапотребления, которое характеризуется ситуативностью интересов и влиянием эмоциональной доминанты. В отличие от медиаобразования, стихийное потребление медиапродукции в значительной степени зависит от текущего психического состояния потребителя, его ситуативных возможностей, индивидуального стиля когнитивной

переработки информации и интенсивности воздействия конкурирующих медиастимулов.

Но при всей стихийности этого процесса вполне допустимо и обоснованно предполагать наличие ведущих мотивов информационной активности человека, каждый из которых по своему влияет на формирование их привычек и предпочтений в сфере медиапотребления. И хотя ведущий мотив далеко не всегда осознаётся, это не значит, что он может отсутствовать в принципе. Конечно, во многих случаях человек, включающийся в процесс потребления информации, полимотивирован. При необходимости и достаточном уровне рефлексии человек может осознавать, какие именно мотивы им двигают в тот или иной момент, но испытывает затруднения, если требуется выделить некий ведущий мотив деятельности. Более того, одна и та же деятельность (в данном случае медиапотребление) может осуществляться, подкрепляясь различными, порой конфликтующими мотивами. Не отрицая распространенность полимотивированной информационной активности, мы, тем не менее, говорим о практической целесообразности установления преобладающих мотивов (пусть даже двух равных по силе) при наличии дополнительных мотивов, имеющих второстепенное значение, фоновый характер.

В чём заключается практическая польза определения ведущих мотивов информационной активности? Характер мотивации, как известно, во многом предопределяет и развитие соответствующих личностных умений, предпочтений, привычек и конечный результат деятельности. Поэтому выделение ведущих мотивов медиапотребления позволяет составить прогноз дальнейшего развития данной сферы жизнедеятельности человека, определить степень его предрасположенности к возникновению медиазависимости от тех или иных источников, видов информации. Как показал проведенный нами анализ отечественных и зарубежных исследований последних двадцати лет (основы воздействия СМИ, медиапсихология и др.), большая их часть основывается на эмпирически установленных фактах преобладания в структуре информационной активности человека пяти видов деятельности: познание (когниция), общение (коммуникация), расслабление (релаксация), восстановление активности (реактивация) и восполнение недостающего (компенсация). Следовательно, можно выделить и пять преобладающих мотивов медиапотребления, каждый из которых акту-

ализируется и выходит на первый план в определённый момент времени. Таким образом, информационная активность человека последовательно подкрепляется и направляется одним из пяти видов мотивации:

- познавательной – желание больше узнать о чём-то интересном, важном;
- коммуникативной – стремление общаться со значимыми другими;
- релаксационной – желание освободиться от эмоционального и/или физического напряжения;
- реактивирующей – стремление получить импульс к дальнейшей деятельности;
- компенсаторной – стремление компенсировать недостающее в реальной жизни виртуальной активностью.

В зависимости от того, какое количество времени тот или иной мотив направляет информационную активность человека, можно прогнозировать интенсивность формирования соответствующих поведенческих установок и привычек медиапотребителей. Опираясь на данный тезис, мы разработали классификацию, построенную на принципе выделения преобладающей мотивации медиапотребления.

1. *Преобладание познавательной мотивации* – медиаинформация потребляется с целью обогащения запаса знаний, общего интеллектуального развития, личностного/профессионального роста, духовного самосовершенствования. Человек оценивает поступающие сообщения, сведения, медиапродукцию художественного или документального формата, опираясь, в первую очередь, на такие критерии, как новизна, возможность расширения кругозора, потенциальная польза в повседневной жизни, актуальная практическая ценность, научная обоснованность, степень удовлетворения специфических познавательных интересов. Хотя информационная активность познающего субъекта временами может быть достаточно высокой, вероятность формирования медиазависимости (включая интернет-аддикцию) относительно низкая. Однако в ряде случаев познавательная активность может сопровождаться нежеланием (боязнью) упустить какую-либо важную, объективно значимую информацию, что и провоцирует избыточное медиапотребление.

2. *Преобладание коммуникативной мотивации* – потребление медиаинформации выступает в качестве процесса, неизбежно сопут-

ствующего межличностному/межгрупповому общению. При этом основные темы для общения и социального взаимодействия определяются как событиями, происходящими в реальной повседневной жизни медиапотребителей, так и тем, что происходит в медиапространстве, в сети Интернет, на телеканалах и т. п. Какой-либо основной критерий оценки информации/медиапродукции при доминировании коммуникативной мотивации отсутствует. Предпочтение отдаётся ни каким-либо специфическим видам информации/медиапродукции, а тем или иным источникам/коммуникаторам. Если преобладание коммуникативной мотивации выражается в явном предпочтении виртуального общения непосредственным межличностным контактам, то это выступает фактором, провоцирующим возникновение и развитие медиазависимости. Однако возрастание числа активно коммуницирующих медиапотребителей по всему миру не имеет прямой корреляции с ростом медиазависимости.

3. Преобладание релаксационной мотивации – медиаинформация/медиапродукция используется как средство достижения расслабления после стрессов или напряжения, вызванного предшествующей активностью. Основным мотивом потребления медиапродукции выступает в данном случае желание переключиться на информацию, не требующую интеллектуальных затрат, вызывающую положительные эмоции. Предпочтение отдаётся такой медиапродукции, которая отвлекает от текущих проблем, не вызывает негативных переживаний, не провоцирует долгие размышления. Доминирование релаксационной мотивации может провоцировать формирование привычки к патологическому «зависанию» в медиапространстве, установок, predisposing к пассивному восприятию реальности, некритичному поглощению (интроекции) медиапродукции. По мере формирования указанных привычек и установок релаксирующий в виртуальном мире субъект начинает подсознательно или вполне осознанно оттягивать возвращение к активной деятельности в реальной жизни.

4. Преобладание реактивирующей мотивации – различная медиаинформация/медиапродукция используется, прежде всего, с целью скорейшего вхождения в режим активных действий, достижения эмоционального подъема, обретения желаемого физического тонуса, бодрости. Основным критерием оценки медиапродукции выступает её насыщенность содействующими стимулирующими качествами, обеспечива-

ющими возможность получения эмоциональной и физической подзарядки. При этом медиaprостранство играет в данном случае сугубо служебную роль, поскольку используется как источник побудительных и направляющих стимулов к достижению каких-либо социально значимых целей, находящихся за его пределами. И поскольку приоритет отдаётся внеинформационной активности, любого рода медиапродукция рассматривается человеком не как некая абсолютная, самодостаточная ценность, а лишь как некий внешний антураж его жизни. Преобладание данной мотивации, как правило, не несет риска возникновения медиазависимости, так как приоритетные цели и ценности личности находятся за пределами медиaprостранства.

5. Преобладание компенсаторной мотивации – медиапотребление в данном случае является способом ухода от серой обыденности, однообразной реальности в виртуальный мир. При этом разного рода медиапродукция используется как средство возмещения отсутствующих в реальной жизни состояний или достижений, виртуальной симуляции желаемых переживаний. Наиболее ярким примером такого рода продукции выступают компьютерные игры. Основным критерием оценки информации/медиапродукции выступают те возмещающие и симулирующие возможности, которые она предоставляет. При этом компенсаторный мотив во многих случаях не признаётся или не осознаётся индивидом. Компенсаторная мотивация медиапотребления выступает как наиболее предрасполагающая к возникновению медиазависимости (интернет-адикции).

Как известно, мотивация деятельности всегда так или иначе отражает определённые потребности человека. *Поиск более продуктивных способов реализации потребностей (на основе выделения ведущих мотивов медиапотребления)* должен составлять основу разработки и оптимизации программы коррекционного вмешательства. Реконструкция мотивационной сферы медиапотребителя рассматривается нами как наименее перспективный путь, поскольку, как известно, большая часть мотивов человека отражает его естественные, базовые потребности. Намного более эффективным и важным звеном коррекционного процесса является замена разрушительных способов реализации потребностей на более полезные и безопасные. Так, например, любого рода сетевым коммуникациям можно найти вполне адекватную офлайн-замену, а привычка «релаксировать»

с помощью просмотра разного рода видеопроодукции может быть дополнена, а впоследствии вытеснена привычкой снимать напряжение с помощью вечернего моциона, выезда за город на природу и т. п. В процессе коррекции всегда можно найти субъективно значимые и конструктивные варианты замещения деструктивных способов реализации индивидуальных потребностей, даже в случае преобладания компенсаторных мотивов.

Следует отметить, что мотивационную сферу современного человека отличает многомерность и противоречивость, поэтому при коррекции индивидуального медиапотребления необходимо учитывать возможность параллельного формирования и ситуативного проявления самых разнообразных видов информационной активности. В некоторых случаях можно наблюдать процесс постепенного замещения одной устойчиво доминирующей модели другой, ранее не столь актуальной для индивида. Появление деструктивных привычек в структуре индивидуального медиапотребления может произойти под влиянием психотравмирующих событий, негативной динамики личностного развития и профессионального становления (например, вследствие профессионального выгорания). При выходе из кризисных и посттравматических состояний может наблюдаться обратный процесс: возникают и закрепляются более продуктивные динамические стереотипы в сфере повседневного медиапотребления.

Анализ индивидуальной мотивации медиапотребления подводит нас к рассмотрению психологических закономерностей развития медиазависимости. Если мы исходим из концептуальной полезности выявления ведущих мотивов медиапотребления, то закономерно возникает вопрос: каковы причины и механизмы превращения мотивации, основанной на естественных потребностях человека, в такие патологические формы медиапотребления?

Традиционный академический подход к пониманию причин аддиктивного поведения предполагает обязательность детерминации, т. е. наличие «преморбидных» индивидуальных особенностей, predisposing личностных факторов. Неудивительно, что возникновение компьютерной или интернетзависимости в этом случае строится по аналогии с механизмами возникновения зависимости от ПАВ. Действительно, механизмы формирования химической аддикции и медиазависимости при первом рассмотрении предстают как весьма

сходные. Однако, на наш взгляд, это сходство во многом носит поверхностный характер, за исключением случаев доминирования описанной выше *компенсаторной мотивации* медиапотребления. У индивидов с преобладанием компенсаторных мотивов потребления информации с большой вероятностью будут присутствовать соответствующие личностные особенности, например шизоидный тип акцентуации характера, внутриличностный конфликт между желаниями и возможностями, а также соответствующий – компенсаторный – тип защитных реакций, который можно легко диагностировать, например, с помощью методики LSI (Индекс жизненного стиля), разработанной на основе концепций Г. Келлермана и Р. Плутчика.

На наш взгляд, детерминистский подход вряд ли приложим к пониманию возникновения медиазависимости, особенно при доминировании в структуре индивидуального медиапотребления реактивирующей или коммуникативной мотивации. Далеко не у всех, кто имеет симптомы медиазависимости, можно обнаружить какие-либо однозначно предрасполагающие к её возникновению индивидуальные особенности или личностные факторы. А такие личностные характеристики, как наличие травматического опыта, низкая самооценка, готовность к неоправданному риску, нарушению социальных запретов, имеющие статус обязательности для возникновения наркотической зависимости, в анамнезе медиааддикции встречаются далеко не всегда, а значит, утрачивают свою значимость. Если процесс медиапотребления развивается в рамках рассмотренных выше коммуникативной модели и активирующей модели, формирование медиазависимости не будет сопровождаться стремлением к избеганию трудностей, уходом от социальной реальности. Напротив, ведущими мотивами в данном случае могут выступать такие, как достижение социального успеха, взаимное подкрепление, межличностная аффилиция, трансформация психического и физического напряжения и т. п. Особо отметим, что при доминировании указанных мотивов нарастание включенности в социальный контекст может проходить наряду с увеличением времени пребывания в информационном пространстве, например в сети Интернет.

Современным исследователям приходится признать, что поскольку универсальные методы коррекции медиазависимости так и не созданы, не исключено, что для каждой индивидуальной модели

медиапотребления существуют специфические риски и пути возникновения медиаадикции. Поэтому следует избегать применения всякого рода шаблонов, осторожно применяя даже те исследовательские методы, которые продуктивны в иных проблемных контекстах.

Поиски адекватного понимания эпидемии медиазависимости, предпринятые научным сообществом, в последние десятилетия привели к достаточно неожиданным результатам: приобрела популярность так называемая «вирусная» концепция возникновения медиаадикции [54]. Согласно данной концепции наличие каких-либо предрасполагающих «внутренних факторов» совсем не обязательно для формирования медиазависимости. На сегодняшний день воздействие массмедиа столь тотально и одновременно изощрённо, что нередко ни сам человек, ни его ближайшее окружение не подозревают о том, что процесс формирования медиазависимости уже запущен. Далеко не всегда развитие медиазависимости сопровождается какими-либо резкими переменами в когнитивной или эмоциональной сфере. Эти перемены становятся болезненно заметны только тогда, когда человек начинает затрачивать неоправданное по объёму время на медиапотребление – более 4–5 часов в сутки или большую часть ночного времени. А при отсутствии явных и резких негативных изменений избыточное медиапотребление (например, еженощное пребывание в Интернете) всегда можно вполне рационально оправдывать своими познавательными установками или профессиональными обязанностями. Но незаметность изменений не означает их отсутствия. Поскольку медиапотребление – это процесс, сопровождающийся поглощением интроектов – оперативно и рационально «неперевариваемой» информации, то вместе с относительно нейтральными сообщениями в сознание потребителя неизбежно попадают и так называемые медиавирусы.

Как подчёркивают современные эксперты в области СМИ [55, 56], многие медиафакты и медиасобытия, вызывающие широкий социокультурный резонанс, по сути, заражают сознание человека синдромом неосознаваемых, неконтролируемых изменений. Первоначально незначительно и постепенно, а затем всё быстрее и заметней происходит разрыв между прежней и новой социокультурной идентичностью, теряется релевантность индивидуального мировосприятия личности тем жизненным выбором и ценностям, которые ранее

её поддерживали и укрепляли. Нередко обёрнутые в яркую упаковку медиавирусы представляют собой некие забавные оксюмороны. Они моментально привлекают внимание, вызывают удивление, недоумение, эмоциональную вовлечённость и в некоторых случаях гипнотическую зачарованность. В последнем случае возникает своеобразный когнитивный «сбой»: эмоции переполняют человека, а аналитические функции блокируются, поскольку невозможно быстро и без применения чётких критериев критически осмыслить нечто необычное, гротескное, построенное на противоречивом сочетании несочетаемого.

В ракурсе глубинной психологии К. Г. Юнга «вирусные» медиа-сообщения предстают как своеобразные «ценностно-смысловые бомбы», разрывающие привычное миропонимание, связь индивидуального сознания с коллективным архетипическим опытом и соответствующими ему общественными нормами, запретами. Эти «бомбы» заложены в содержание рекламных продуктов, как, например, реклама женских духов, содержащих афродизиаки, реклама технологий зомбирования другого человека или реклама так называемых «цифровых наркотиков», сулящая потенциальным клиентам возможность, не отрываясь от монитора компьютера, ощутить на себе опыт пиковых переживаний. Однако поскольку эти вирусные «бомбы» «взрываются» не сразу, а постепенно, без специальных познаний трудно заметить эффект отсроченных изменений, постепенный сдвиг границы дозволенного или иные ценностные и поведенческие трансформации [54].

С позиции сторонников данного подхода, *чем дольше медиавирус удерживается в фокусе нашего внимания, чем чаще мы активизируем память о тех медиапродуктах, в которых он присутствует, тем меньше у нас шансов остаться такими, какими мы были прежде*. Конечно, в некоторых случаях медиавирусы могут выполнять и позитивную социальную роль, например, если с их помощью выявляются ложные ценности или пустая напыщенность официальной идеологии. Но в силу хаотичности функционирования медиавирусов в медийном пространстве и общественном сознании никто сегодня не в силах осуществлять контроль за их распространением и даже делать какие-либо прогнозы о конечном результате того или иного «вирусного сообщения».

Научное подтверждение вирусная концепция получает в исследованиях, раскрывающих способность массмедиа воздействовать на

процессы построения индивидуальной модели мира, этнокультурной идентификации, на выбор идеалов и соответствующих критериев оценки жизни. Нередко случается так, что взамен утраченных идеалов возникают не более чёткие и адекватные, а весьма противоречивые по смыслу и содержанию, порождающие мировоззренческий кризис [57]. Теряя чёткие бытийные ориентиры, человек не способен защищать свое сознание от хаотически мутирующего, завораживающего своими масштабами и креативными изысками медиапространства. Многие медиапотребители действительно становятся похожими на насекомых, барахтающихся в невидимой глобальной паутине: они перестают отдавать себе отчёт в том, насколько целесообразно и оправданно расходуют своё время, свои силы и деньги в попытках объять необъятное. Таким образом, согласно «вирусной» концепции возникновения медиаадикции, чем больше мы открываем своё сознание непрерывному потоку «актуально значимой» информации, тем менее способны отслеживать и нейтрализовывать различные нежелательные изменения, провоцирующие нас к патологическому «зависанию» в медиапространстве.

В поисках адекватных моделей возникновения медиазависимости мы не можем не учитывать влияния маркетинговых стратегий и технологических инноваций на практику повседневного медиапотребления. Рассматривая воздействие информационных технологий через призму социальной психологии, бихевиорально-когнитивного подхода к пониманию психологических явлений, мы обнаруживаем, что ключевое значение в современных условиях приобретают коллективные и индивидуальные *реакции на гиперстимулирование* со стороны СМИ. При этом гиперстимулирование медиапотребителей выражается не столько в количественных, сколько в качественных изменениях, а следовательно, должно рассматриваться как процесс, порождающий некую нелинейную, труднопредсказуемую динамику последствий.

Социологические и психологические исследования свидетельствуют об устойчивой тенденции к возрастанию субъективной значимости СМИ для большинства медиапотребителей (Д. Брайант, С. Томпсон, 2004 г.). Медиапотребление сегодня сопровождает практически все сферы индивидуального бытия, от профессиональной и образовательной деятельности до построения интимных межличност-

ных отношений и совершения духовно-религиозных ритуалов. Современные СМИ научились чутко реагировать на конъюктуру потребительских настроений: с появлением многоканального телевидения и Интернета они способны удовлетворять любые самые взыскательные запросы аудитории. При этом *предложения* (в виде телепрограмм, интернет-сайтов, фильмов и т. д.) всё чаще опережают и, что немаловажно, формируют *спрос*. Можно без всякого преувеличения утверждать, что интенсивная «бомбандировка» медиастимулами актуальной и потенциальной медиааудитории на сегодня является важнейшим условием стабильного функционирования рынка информационно-развлекательных услуг.

Хаотическое нарастание гиперстимулирования медиапотребителей неизбежно приводит к возникновению так называемых «побочных последствий» в виде «случайно» возникших эффектов «косвенного внушения», «негативного парадоксального внушения», наведённых «трансовых» состояний сознания [58]. В процессе избыточного медиа-стимулирования виртуальные образы, переходя в субъективный мир личности, затмевают яркость, значимость и привлекательность реальных социальных объектов, притупляют осознание актуальных задач, стоящих перед человеком. И поскольку медиапотребление может быть представлено как стихийно протекающая активность, то можно утверждать, что вследствие гиперстимуляции она начинает протекать с явным перевесом эмоций над разумом. Этот перевес выражается не только в нарастании сумбурности и фрагментарности познания, но и в преобладании интроецированных представлений о социальной реальности. Как следствие, у медиапотребителей возникают чувство утраты способности к целостному мировосприятию, социальная дезориентированность. Перегруженность информацией как побочный эффект гиперстимуляции вопреки формальной логике вызывает у большей части медиапотребителей не ощущение повышенной осведомлённости и полноты мировосприятия, а, скорее, ощущение сверхсложности, неопределённости наблюдаемого «сегодня» и непредсказуемости «завтра».

В связи с вышесказанным рассмотрим три парадокса в функционировании современного медиaprостранства. *Первый парадокс* заключается в том, что современные СМИ, открыто претендуя на роль общепланетарного «волшебного ока», часто оказываются не в состоянии предоставить информацию, позволяющую потребителям быстро

оценивать и верно корректировать своё поведение в соответствии с текущими событиями. Конечно, представители СМИ могут вполне обоснованно заметить, что во многих случаях (например, при создании развлекательных программ) предоставление объективных сведений вообще не ставится в качестве некой приоритетной задачи. Реальной приоритетной задачей является привлечение и удержание аудитории, что находит выражение в повторяющемся призыве «не переключайтесь!» Но *второй парадокс* заключается в том, что все медиапродукты, даже имеющие развлекательную направленность, неосознанно воспринимаются современными медиапотребителями как содержащие некие ценностные ориентиры и критерии оценки жизни. Неслучайно многие сугубо развлекательные, на первый взгляд, телепрограммы (например, «Поле чудес», «Минута славы») воспринимаются в «массах» как площадки для демонстрации успешной личностной и профессиональной самореализации. И поскольку в развлекательных программах и прочих медиапродуктах данные ориентиры и критерии оказываются предельно размытыми и противоречивыми, медиапотребитель всё время удерживается в состоянии неопределённости, в ожидании очередных «проясняющих» фактов, комментариев и прогнозов. При этом *третий парадокс* заключается в том, что хаотичное и противоречивое гиперстимулирование вызывает у большей части медиапотребителей не столько естественные защитные реакции «пресыщения» или «отторжения», сколько своеобразное когнитивное «зависание», пассивное, нерефлексивное поглощение «инфопотока».

Особо стоит отметить следующую закономерность: чем более непосредственно и открыто индивид воспринимает гиперстимулирующее медиaprостранство, тем больше вероятность возникновения информационной интоксикации, а значит, его «зависания» в режиме деструктивного медиапотребления. Для современных СМИ идеальным реципиентом, а значит, идеальным клиентом является эмоционально вовлечённый потребитель. Поэтому в каждый медиапродукт вкладывается своеобразная «эмоциональная начинка». Весьма показательными в этом отношении были события 11 сентября 2001 г., когда ведущие электронные СМИ искусно и непрестанно раскачивали на «эмоциональных качелях» многомиллионную аудиторию, чередуя сообщения, вызывающие состояния «фоновой тревожности», с сообщениями, вызывающими «успокаивающую информированность».

Следует отметить, что гиперстимулированное медиапотребление, если его понимать как психическое состояние и процессуальную характеристику жизни современного человека в последние десятилетия, становится культурно заданным, предписанным в качестве «нормативного». Для многих медиапотребителей оно выступает необходимым (хотя и весьма иллюзорным) способом контроля окружающей среды и поддержания эмоционального равновесия. До времени возникновения современного медийного пространства количество актуально действующих стимулов в личном пространстве человека было достаточно ограниченным. Поэтому на уровне индивидуального и массового сознания пока не выработано эффективных инструментов контроля и регуляции отношений между человеком и гиперстимулирующим его медиaprостранством. Рассмотренные последствия гиперстимулирования потребителей, на наш взгляд, могут провоцировать возникновение медиазависимости даже в тех случаях, когда в качестве преобладающей мотивации медиапотребления выступают такие относительно безопасные, как *реактивирующая* или *познавательная*.

В связи с вышесказанным встаёт вопрос о своевременной и адекватной диагностике и коррекции медиазависимости. Диагностический инструментарий для определения индивидуальных моделей медиапотребления и выявления надёжных признаков медиазависимости пока недостаточно разработан. Некоторые диагностические задачи могут быть реализованы с помощью таких инструментов, как тест на определение компьютерной и интернет-зависимости, разработанный Кимберли Янг. Одна из его версий (в адаптации В. А. Буровой) представлена на сайте www.narcozona.ru. В целях расширения диагностических возможностей нами был разработан опросник ИСМ, позволяющий выявить индивидуальный стиль медиапотребления.

Подводя итоги рассмотрения проблематики, затронутой в данной главе, следует отметить, что установление индивидуальных факторов, «запускающих» избыточное медиапотребление, далеко не всегда гарантирует успех коррекционной работы. Даже глубокое осознание подсознательных, психобиографических причин их возникновения не гарантирует нейтрализацию возникших на их основе когнитивных и поведенческих шаблонов. Малоэффективны и попытки их блокирования путём применения директивных методов вмешательства. Поэто-

му при коррекции индивидуального стиля медиапотребления целесообразно сосредоточиться на формировании новых умений и навыков, препятствующих возникновению ситуаций избыточного медиапотребления.

5. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОМ МОНИТОРИНГЕ

При всей стихийности процесса медиапотребления в подростково-юношеских группах можно выделить несколько основных моделей, раскрывающих преимущественные установки и мотивы среди молодого поколения медиапотребителей. Если в качестве основного критерия классификации использовать «преобладающий мотив» медиапотребления, направленный на реализацию той или иной осознанной или неосознанной потребности, то можно выстроить следующий «модельный ряд».

1. *Познавательная модель* – медиаинформация потребляется с целью обогащения запаса знаний, личностного развития, роста и самосовершенствования. Человек замотивирован, прежде всего, на расширение кругозора и удовлетворение познавательной потребности. При этом его познавательная активность может стимулироваться боязнью упустить какую-либо важную, объективно значимую информацию, что в ряде случаев провоцирует избыточное медиапотребление.

2. *Активирующая модель* – медиаинформация используется с целью подъема жизненных сил, придания бодрости, поднятия жизненного тонуса. Основным мотивом медиапотребления выступает использование медиаинформации для достижения каких-либо социальнозначимых целей, как правило, находящихся за пределами информационного пространства. Преобладание данной модели потребления, как правило, не несет риска возникновения медиазависимости, так как приоритетные цели и ценности личности находятся за пределами медиапространства.

3. *Коммуникативная модель* – потребление медиаинформации выступает в качестве содержательной стороны процесса общения, т. е. основные темы для общения и социального взаимодействия определяются событиями, происходящими в медийной среде: интернет-ресурсах, телеканалах и т. п. Число потребителей, для которых данная

модель является актуальной/доминирующей, особенно возросло за два последних десятилетия. Преобладание коммуникативного мотива в структуре индивидуального медиапотребления также может вызывать медиазависимость.

4. *Релаксационная модель* – медиаинформация используется как средство релаксации, достижения расслабления, отдыха после стрессов и напряжения трудового дня. Основным мотивом потребления медиапродукции выступает в данном случае желание переключиться на информацию, не требующую интеллектуальных затрат, вызывающую положительные эмоции. Релаксационный мотив также достаточно часто может приводить к патологическому «зависанию» в медиапространстве, к формированию таких личностных привычек, как пассивное восприятие реальности, некритичное медиапотребление.

5. *Компенсаторная модель* – медиаинформация в данном случае является способом уйти от серой обыденности, однообразной реальности в виртуальный мир. Медийная продукция используется, прежде всего, как средство возмещения отсутствующих в реальной жизни переживаний, в целях их виртуальной симуляции. При этом компенсаторный мотив во многих случаях не осознаётся индивидом. Компенсаторная модель медиапотребления выступает как одна из наиболее предрасполагающих к возникновению медиаадикции.

Данная классификация отвечает прикладным задачам – диагностике и коррекции индивидуального медиапотребления. В структуре индивидуального медиапотребления могут сопридти и ситуативно актуализироваться несколько моделей [11].

Анализ стихийного поведения молодого поколения медиапотребителей и результатов проведённых за последние полвека исследований по проблемам социального познания (Г. М. Андреева, 1999 г.) медиапотребления (С. В. Матвеева, 2006 г.) и стилевых особенностей когнитивной деятельности (В. М. Холодная, 2004 г.) позволил нам выделить четыре наиболее значимых критерия, положенных в основу четырёх соответствующих шкал оценки индивидуальной культуры потребления медиаинформации:

1) шкала **ЭПВ** (эмоционально-познавательная вовлеченность); позволяет выявить степень вовлеченности респондента в различные формы медиапотребления и, как следствие, его вовлеченности в пере-

живание событий и процессов, отражённых в поступающей ему информации;

2) шкала **ВКМ** (волевой контроль медиапотребления); позволяет определить уровень волевого самоконтроля респондента в отношении сформировавшихся и формирующихся у него способов и режимов потребления медиаинформации;

3) шкала **РКМ** (рефлексивная критичность медиапотребления); позволяет выявить развитие у респондента умений, навыков, позволяющих с рефлексивной критичностью воспринимать любого рода информацию, избегая её интроекцию (некритическое «заглатывание»);

4) шкала **ЭПИ** (эффективность поиска информации); позволяет определить индивидуальный уровень развития умений и навыков, обеспечивающих эффективность поиска в медиaprостранстве жизненно важной для респондента информации.

Опросник ИСМ (индивидуальный стиль медиапотребления)

(разработан авторским коллективом: Ю. Н. Долговым,
А. С. Коповым, Г. Н. Малюченко, В. М. Смирновым)

Инструкция: вам предлагается с помощью данного опросника определить свой стиль восприятия и обработки разного рода медиаинформации. Прочтите каждое из предложенных утверждений и выберите тот вариант ответа («да», «скорее да», «скорее нет», «нет»), который наиболее соответствует наличию/отсутствию и выраженности тех или иных ваших установок, привычек и реакций в сфере потребления информации. Желательно избегать варианта «затрудняюсь ответить».

Пожалуйста, предварительно укажите некоторые данные о себе:

1. Возраст _____
2. Пол _____
3. Частоту использования (например, 1 – наиболее часто, 6 – наименее) следующих источников информации:
 - а) телевидение,
 - б) Интернет и/или другие электронные ресурсы,
 - в) книги,
 - г) журналы,

- д) радио,
- е) газеты.
- 4. Ваше образование:
 - а) неполное среднее,
 - б) полное среднее,
 - в) среднеспециальное,
 - г) неполное высшее,
 - д) высшее.

Утверждения	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
1. Вам бывает трудно определить, насколько полезна или, напротив, вредна для вас та или иная информация, транслируемая через ТВ, радио, Интернет и т. д.					
2. Вы продолжаете смотреть телевизор (слушать радио и т. д.), даже если не находите то, что вас по-настоящему интересует					
3. Вы переключаете каналы, если во время просмотра фильма, любимой передачи начинается телереклама					
4. Вы просматриваете транслируемые программы одновременно по нескольким телеканалам, желая быть в курсе всего, что показывают по ТВ					
5. Вы прекращаете просмотр фильма (телепередачи и т. д.), не досмотрев до конца, если становится заранее всё понятно или скучно					
6. Вы бываете раздражены, если по каким-либо причинам не можете смотреть любимую телепрограмму, слушать любимую радиостанцию и т. п.					
7. Вы критикуете тех, кто создаёт теле-, радиопередачи за однообразность и отсутствие чувства меры					

8. Вы изучаете программу телепередач, чтобы заранее выбрать интересующие вас				
9. У вас часто возникают трудности и проблемы, связанные с поиском необходимой информации				
10. Вы часто тратите большее количество времени, чем планировали, на поиск нужной информации				
11. Вы просматриваете телепередачи, печатные издания и т. д. только по определенной, интересующей вас тематике, не обращая внимания на все остальные				
12. Вам удастся находить по телеканалам, в Интернете, книгах и журналах то, что является действительно интересным и полезным				
13. Вы легко находите какие-либо недостатки/недоработки в той или иной телепередаче, телефильме и т. д., даже если в целом они вам нравятся				
14. Включая телевизор, вы не просматриваете все каналы подряд, а сразу останавливаетесь на одном излюбленном канале				
15. Вы задумываетесь над тем, почему выбираете для просмотра тот или иной фильм, телепередачу, сайт и т. д.				
16. В поисках нужной информации вы можете незаметно для себя отвлечься на что-либо другое, менее важное				
17. Вам легко удастся собрать необходимое и достаточное количество информации в процессе поиска требуемых ответов				
18. Постоянно включённый телевизор, компьютер или радиоприёмник составляют привычный фон вашей жизни				
19. Планируя свои повседневные дела, вы стараетесь избегать излишнего просмотра телеканалов или брожения в интернет-сети				

20. Просмотр телепередач или посещение Интернета иногда вызывают у вас чувство усталости и/или эмоционального выгорания					
21. Вы стараетесь всякий раз избегать просмотра/прослушивания рекламных блоков, дабы не забивать себе голову ненужной информацией					
22. Нередко какая-либо ранее воспринятая информация «забывается» вам в голову и мешает думать о текущих делах					
23. Вы забываете многие из тех сообщений, которые в общем потоке информации выделяете как полезные					
24. Вы выключаете все источники информации, если необходимо отвлечься и расслабиться после интенсивной умственной работы					
25. Вы заранее планируете просмотр какой-либо телепрограммы/телефильма или прослушивание радиопередачи, специально выкраивая для этого время					
26. Вас часто раздражает глупость и пошлость сценаристов новых теле-шоу или «звёзд эфира»					
27. Вы часто даёте нелестную оценку тем фильмам и передачам, которые широко обсуждаются					
28. Вы сожалеете о времени, потраченном на фильмы, телепроекты, если они не содержат новые интересные идеи, полезные мысли					
29. Порой вам кажется, что в общем потоке информации, выпускаемой в теле-, радиоэфир, Интернет и т. д., можно пропустить нечто очень важное и ценное					
30. Вы используете современные СМИ (включая телевидение, радио, Интернет), прежде всего, как источник развлечений					

31. Вы стараетесь чётко осознавать, какая информация вам нужна, когда в тот или иной момент включаете телевизор, радио, входите в Интернет и т. п.				
32. Вам свойственно анализировать происхождение и истинные цели всякой новой информации, с которой сталкиваетесь при просмотре телевизионных каналов, интернет-ресурсов и т. д.				
33. Иногда вам хочется просто «проглатывать» интересные сообщения, поступающие из различных источников, не задумываясь над их реальной ценностью				
34. Вы настойчиво ищете дополнительную информацию по какой-либо теме из различных источников, если она заинтересовала вас				
35. Вы открываете информационные ресурсы по всплывающим окнам, когда что-то изучаете, ищете, находясь в сети Интернет				
36. Вам легко удаётся находить информацию по любой возникающей проблеме или интересующей теме				
37. Вы часто замечаете, как современные СМИ не столько информируют о чём-то важном, сколько занимаются пропагандой или рекламой чего-либо				
38. Вы сознательно дозируете потребление информации, так как чувствуете, что излишняя информация ничего не даёт				
39. Прибегаете ли вы к помощи книг и тематических журналов при поиске ответов на интересующие вопросы				
40. Вы откладываете выполнение важных, но не интересных дел ради просмотра увлекательной телепередачи или компьютерной игры				
41. Вы обращаетесь к компетентным лицам на интернет-форумах и чатах, если необходимо быстро найти некую ценную, редкую информацию				

42. Вы невольно отвлекаетесь на сопутствующую информацию в процессе поиска сведений по строго определенной теме				
43. После напряжённого рабочего дня вы часто отдыхаете в условиях одновременного функционирования нескольких источников информации (ТВ, радио, Интернет и т. п.)				
44. У Вас возникают труднопреодолимые эмоции и импульсы к совершению каких-либо действий после просмотра отдельных фильмов, телепередач, сайтов и т. п.				
45. Вы размышляете над тем, насколько представленная в СМИ информация расходится с вашим реальным жизненным опытом				
46. Ваше настроение может меняться в зависимости от характера тех информационных сообщений, которые транслируются СМИ в течение суток				
47. Вы способны без особого труда обнаруживать основные смыслы/идеи в тех сообщениях, текстах, фильмах и т. п. которые попадают в зону вашего внимания				
48. Вы часто попадаете в ситуацию, когда какая-либо тщательно собранная и подробно изученная вами информация оказывается бесполезной				
49. Вы привыкли самостоятельно решать, какая информация должна присутствовать в поле вашего внимания, а какую лучше исключить				
50. Вам с трудом удастся находить те фрагменты информации, которые являются недостающими для решения какой-либо задачи				
51. Просматривая газеты, телеканалы или интернет-сайты, вы особо не задумываетесь над достоверностью тех сведений, которые распространяются через них				

52. Вы прерываете те информационные сообщения (фильмы, передачи и т. д.), которые вносят разлад в ваш внутренний мир, вредят душевному здоровью					
53. Вам хорошо знакомо чувство предвкушения удовольствия от просмотра фильмов, ток-шоу и т. д. развлекательного содержания					
54. Вы чувствуете себя более уверенно при общении в сети Интернет, в WAP, смс-чатах и т. п., чем при непосредственном общении с людьми					
55. Вы продолжаете смотреть телевизор или слушать радио во время рекламных пауз					
56. Вы продолжительное время обдумываете и переживаете информацию, полученную из СМИ					
57. Вы знаете где и как находить нужную и ценную информацию по всем текущим проблемам, возникающим в жизни					
58. Вы пропустите увлекательные телепрограммы, фильмы, игровые сеансы, если имеются важные дела					
59. Вы оцениваете уровень и успешность своей жизни в зависимости от тех картин и стандартов, которые демонстрируются современными СМИ					
60. Вы часто используете различные источники информации (телевидение, радио, Интернет и т. д.) как средство выхода из стрессовой ситуации, поднятия настроения					

Порядок обработки полученных ответов.

1. При обработке бланков опросных листов ответ «да» оценивается в 2 балла, «скорее да» – в 1 балл, ответ «нет» оценивается как 2 балла, а «скорее нет» – как 1 балл, вариант «затрудняюсь ответить» – 0 баллов.

2. В соответствии с представленными ниже ключами по каждой из 4 шкал просчитывается общая сумма баллов. Минимальное количество отрицательных баллов – 30, максимальное количество положительных баллов по каждой шкале 30.

3. В соответствии с общей суммой баллов по каждой шкале устанавливается степень выраженности соответствующих показателей в рамках индивидуального стиля медиапотребления респондента.

4. Через сравнение степени выраженности показателей анализируются «плюсы» и «минусы» индивидуального стиля медиапотребления респондента.

Ключи к обработке полученных ответов по каждой шкале:

1) шкала ЭПВ (эмоционально-познавательная вовлеченность)

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
2, 4, 6, 20, 22, 29, 30, 40, 44, 46, 53, 54, 55, 56, 60	2	1	0	-2	-1
	-2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ЭПВ:

– если сумма набранных баллов находится в интервале от **- 30 до - 10**, это свидетельствует о достаточно низком уровне вовлеченности респондента в медиaprостранство. По всей вероятности, у него низкий уровень направленности на получение информации из таких источников, как электронные СМИ (ТВ, Интернет). Большая часть его познавательной активности связана с книгами, журналами и такими источниками информации, которые более подходят для любителей спокойной размеренной жизни, уединённого отдыха и размышления. В большинстве случаев он сознательно или неосознанно избегает получения информации из всех тех источников, которые активно стимулируют внимание и интерес потребителей. Таким образом, динамика его личностного развития, вектор его социальной активности в минимальной степени зависят от влияния современных массмедиа, что в ряде случаев может отрицательно сказываться на его адаптивных способностях;

– если сумма набранных баллов находится в интервале от **- 10 до + 10**, это свидетельствует о среднем (или так называемом нормативном) уровне включенности респондента в медиaprостранство. Медиапотребление респондента характеризуется умеренным и/или избирательным проявлением эмоциональных и когнитивных компонентов вовлеченности. Респондент отслеживает потоки информации,

но при этом не склонен тратить излишнее количество времени и душевных сил на получение какой-либо информации, которая продаётся в СМИ как важная или новая. Любого рода «медиафакты» имеют второстепенное значение в его жизни по сравнению с теми фактами и событиями, которые составляют его повседневное существование. В некоторых случаях события, происходящие в мире, и процессы, протекающие в медиапространстве, могут на время активизировать его интеллектуальную активность, вызывать интенсивные эмоциональные реакции, но на достаточно ограниченный период времени;

– если набранная сумма баллов находится в интервале **от 10 до 30** баллов, это свидетельствует о тенденции к чрезмерной вовлечённости респондента в медиапотребление. Его познавательная активность и сопутствующие эмоциональные реакции во многих случаях определяются процессами, происходящими в медиапространстве. Личностные реакции на события, освещаемые СМИ, характеризуются преувеличением их масштабов и значения, застреванием на процессе их анализа. Вместе с тем, познавательная активность респондента во многом сводится к перманентному поглощению информационных программ развлекательного характера. Продуктивность его медиапотребления, несмотря на постоянно возрастающие объёмы получаемой информации, чаще всего остаётся низкой, т. е. многое из действительно полезной информации усваивается хаотично или забывается вследствие избыточного притока последующих сведений. Кроме того, его эмоционально-познавательные реакции на медиапространство характеризуются застреванием на анализе тех или иных событий. Вследствие того что основные интересы такого человека перемещаются в медиапространство, у него может разрушаться взаимопонимание с родными и близкими людьми;

2) шкала ВКМ (волевой контроль медиапотребления):

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
8, 11, 14, 15, 19, 24, 25, 31, 38, 49, 52, 58	2	1	0	–1	–2
18, 35, 43	–2	–1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ВКМ:

– если набранная сумма находится в интервале от – 30 до – 10 баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента умений и навыков самоконтроля. Процесс формирования у него привычек медиапотребления имеет крайне хаотичный характер, что приводит к нарушению необходимого баланса между временем, отводимым на медиапотребление, и временем, затрачиваемым на все остальные виды деятельности респондента. Его познавательная активность и сопутствующие эмоциональные реакции почти полностью определяются процессами, происходящими в медиапространстве. При этом продуктивность познавательной активности респондента, несмотря на постоянно возрастающие объемы получаемой информации чаще всего остаётся низкой. В целом потребление им медиаинформации носит случайный, ситуативный характер;

– если сумма набранных баллов находится в интервале от – 10 до + 10 баллов, это свидетельствует о том, что респондент в большинстве случаев осознаёт цели потребления той или иной информации и в значительной степени контролирует ее содержание. Респондент понимает значимость сознательного контроля при формировании навыков медиапотребления, но не всегда достаточно продуктивно расходует время на поиск и обработку нужных данных. Его волевой самоконтроль в процессе медиапотребления имеет ситуативный характер, в зависимости от уровня значимости и актуальности медиаинформации. В целом респондент способен распределять и оптимизировать время, затрачиваемое на получение информации;

– если сумма набранных баллов находится в интервале от + 10 до + 30, это характеризует респондента как потребителя медиаинформации с высоким уровнем волевого самоконтроля. Респондент способен чётко ставить цели при поиске и обработке информации и продуктивно достигать ее с минимальными затратами времени и материальных ресурсов. Эмоциональные реакции респондента на медиапространство характеризуются высокой мобильностью, гибкостью, а познавательная активность – ориентацией на решение наиболее актуальных задач. Потребление медиаинформации в большинстве случаев носит целенаправленный, осознанный характер. В некоторых случаях респондент склонен к излишнему контролю информационных потоков в своём ближайшем окружении. В то же время чрезмерный уровень

волевого контроля позволяет ему решать поисково-информационные задачи в условиях, требующих оперативного освоения больших объёмов информации, новых способов и средств их обработки;

3) шкала РКМ (рефлексивная критичность медиапотребления):

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
1, 3, 5, 7, 13, 21, 26, 27, 28, 32, 37, 45	2	1	0	-2	-1
33, 51, 59	-2	-1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале РКМ:

– если набранная сумма находится в интервале от – 30 до – 10 баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента способности к критичному анализу медиаинформации, о его неразборчивости в выборе источников и содержания потребляемой информации. Респондент зачастую не вполне осознаёт необходимость получаемой информации и, следовательно, не вполне дифференцирует информацию по степени достоверности её содержания, продуктивности вложенных в неё идей и целесообразности её использования. У респондента отсутствуют способности к четкой формулировке критериев оценки и отбора той или иной информации и к построению логического плана ее обработки;

– если сумма набранных баллов находится в интервале от – 10 до +10, это свидетельствует о среднем уровне сформированности у испытуемого критичности при восприятии медиаинформации, о наличии у него саморефлексии в отношении объективного значения и личностного смысла воспринимаемой информации. В большинстве случаев испытуемый способен к сравнительному анализу качества сообщений, исходящих из медиапространства, и при необходимости использовать имеющийся средства и методы ее обработки для выделения конструктивных идей, новых мыслей и т. д. Вместе с тем, при обработке информации респондент не всегда способен достичь желаемого результата с минимальными затратами. Испытуемый характеризует достаточный уровень осознания смысла и содержания искомой и обрабатываемой информации;

– если сумма набранных баллов находится в интервале от +10 до +30, это характеризует респондента как потребителя медиаинформации с оптимально высоким уровнем рефлексивной критичности. Респондент способен чётко формулировать критерии оценки и отбора медиасообщений. Он способен быстро улавливать истинное назначение медиасообщений, целевую аудиторию, сообразность потребления медиаинформации, критериев ее полезности. Сознание испытуемого характеризуется присутствием своеобразных фильтров в восприятии и потреблении медиаинформации, высокой продуктивностью медиапотребления. В то же время такие респонденты не всегда способны позитивно воспринимать информацию, содержание которой вступает в противоречие с имеющейся у них системой ценностей и взглядов;

4) шкала ЭПИ (эффективность поиска информации):

Номера утверждений	Количество баллов				
	Да	Скорее да	Затрудняюсь ответить	Скорее нет	Нет
12, 17, 23, 34, 36, 39, 41, 47, 57	2	1	0	–2	–1
9, 10, 16, 42, 48, 50	–2	–1	0	1	2

Интерпретация данных по шкале ЭПИ:

– если набранная сумма находится в интервале от –30 до –10 баллов, это свидетельствует о низком уровне развития у респондента знаний, умений и навыков, способствующих продуктивному поиску актуально значимой информации. Респондент не способен отделять нужную, жизненно важную информацию от медиаинформации рекламного характера, включая спам, продакт-плейсмент, контекстную рекламу или рекламу, передаваемую посредством так называемой «молвы». Как следствие, респондент так и не доходит до сбора необходимого и достаточного количества знаний, позволяющих ему сформировать целостную личностную и социокультурную идентичность;

– если сумма набранных баллов находится в интервале от –10 до +10, это свидетельствует о наличии у испытуемого определенной совокупности знаний, умений и навыков, позволяющих ему ориентироваться в окружающем медиапространстве и выделять среди всех

информационных потоков актуально значимую информацию. Респондент достаточно самостоятелен и критичен в выборе способов и путей поиска требуемой информации. Он способен ориентироваться в поисковых системах, в информационных ресурсах сетевых сообществ, но порой ему требуется значительное количество времени на поиск и обработку искомых данных;

– если сумма набранных баллов находится в интервале от +10 до + 30, это характеризует испытуемого как человека, обладающего высоким уровнем развития умений и навыков поиска информации. Респондент постоянно совершенствует способы нахождения требуемой информации, оптимизирует пути её поиска, усваивая новые более эффективные технологии обработки базы данных. Он целенаправленно формирует систему поисковых технологий, позволяющих легко ориентироваться в окружающих медиапотоках, не тратить лишнее время на поиск нужной информации и не отвлекаться на различного рода медиарекламу.

В целях выработки наиболее доступных для понимания способов оценки результатов диагностики с помощью методики ИСМ мы предлагаем ориентироваться на характеристики наиболее выраженных стилей индивидуального медиапотребителей. Данные характеристики построены на основе преобладания крайних вариантов и исключения средних показателей по первым трём шкалам (ЭПВ, ВКМ, РКМ).

1. Вовлеченный контролирующий критичный – высокие показатели по шкале ЭПВ (+10 и выше), высокие показатели по шкале ВКМ (+10 и выше) и высокие по шкале РКМ (+10 и выше).

2. Вовлеченный контролирующий некритичный – высокие показатели по шкале ЭПВ (+10 и выше), высокие по шкале ВКМ (от +10 и выше) и низкие по шкале РКМ (–11 и ниже).

3. Вовлеченный неконтролирующий некритичный – высокие показатели по шкале ЭПВ (+ 10 и выше), низкие по шкале ВКМ (–11 и ниже) и низкие по шкале РКМ (–11 и ниже).

4. Вовлеченный неконтролирующий критичный – высокие показатели по шкале ЭПВ (+10 и выше), низкие по шкале ВКМ (–11 и ниже) и высокие по шкале РКМ (+10 и выше).

5. Невовлеченный неконтролирующий некритичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (–11 и ниже), низкие по шкале ВКМ (–11 и ниже) и низкие по шкале РКМ (–11 ниже).

6.Невовлеченный неконтролирующий критичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (30–), низкие по шкале ВКМ (30–) и высокие по шкале РКМ (30–).

7.Невовлеченный контролирующий некритичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (30–), высокие по шкале ВКМ (45+) и низкие по шкале РКМ (30–).

8.Невовлеченный контролирующий критичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (30–), высокие по шкале ВКМ (45+) и высокие по шкале РКМ (45+).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современная цивилизация доросла до состояния «информационного общества», но всё ещё находится на стадии «первоначального накопления информации», когда интенсивное и стихийное развитие медиaproстранства воспринимается как вполне естественный и безальтернативный процесс. При всей периодичности «традиционных» критических высказываний в адрес массмедиа непрерывное нарастание технических возможностей и объёмов производства информации вызывает скорее полную безоговорочную поддержку, чем критический анализ со стороны государственных структур и гражданского общества. Однако следует признать, что сегодня крайне незначительная часть общества является подготовленной к расширяющимся в геометрической прогрессии объемам информации. Известный девиз «кто владеет информацией, тот владеет миром» при всей его внешней эффектности весьма далек от истины. Если мы стоим на стороне медиапотребителя, то более корректно следующее выражение: «кто владеет собой, тот владеет информацией». Что же касается тех, кто стоит на противоположной стороне, то, наблюдая за наиболее крупными из них – владельцами транснациональных медиакорпораций, невольно приходишь к выводу, что они овладевают миром посредством постоянного и интенсивного производства информации для массового потребления, большую часть которой медиапотребители «проглатывают» не пережёвывая.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Лурье С. В.* Психологическая антропология : История, соврем. состояние, перспективы : учеб. пособие для вузов. М. ; Екатеринбург : Акад. Проект ; Деловая кн., 2003. 622 с.
2. *Ранович А. Б.* Первоисточники по истории раннего христианства. Античные критики христианства. М. : Политиздат, 1990. 477 с.
3. *Шалаев И. К., Веряев А. А.* От образовательных сред к образовательному пространству : культурологический подход к проблеме // Педагог : Сибирский межвузовский журнал. 1998. № 5. URL: http://www.uni-altai.ru/Res/Journal/pedagog/pedagog_5/a03.html (дата обращения : 24.04.2013).
4. *Шкуратов В. А.* Историческая психология. М. : Смысл, 1997. 505 с.
5. *Асмолов А. Г.* Культурно-историческая психология и конструирование миров. М. : МПСИ, 1996. 768 с.
6. *Брунер Дж.* Психология познания. М. : Прогресс, 1977. 412 с.
7. *Найссер У.* Познание и реальность. Смысл и принципы когнитивной психологии. М.: Прогресс, 1981. 230 с.
8. *Годфруа Жо.* Что такое психология : в 2 т. : пер. с фр. / под ред. Г. Г. Аракелова. М. : Мир, 1992. Т. 1. 491 с.
9. *Маслоу А. Г.* Дальние пределы человеческой психики / пер. с англ. А. Татлыбаевой. СПб. : Евразия, 2002. 432 с.
10. *Маслоу А. Г.* Мотивация и личность / пер. с англ. Т. Гутман, Н. Мухиной. 3-е. изд. СПб. : Питер, 2003. 352 с.
11. *Долгов Ю. Н.* Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический анализ : монография / Ю. Н. Долгов, А. С. Коповой, Г. Н. Малюченко, В. М. Смирнов. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2009. 210 с.
12. Домострой : Как устроить свой быт богоугодно, а жизнь свято. М. : Лествица, [1997?]. 190 с.
13. *Макиавелли Н.* Государь : [Сборник: пер. с итал.] М. : ЭКСМО-пресс ; Харьков : Фолио, 1998. 653 с.
14. Средневековая школа, университеты // Сайт «Средневековая жизнь». URL: <http://www.thedarkages.ru/school.htm> (дата обращения : 24.04.2013).
15. Мир нашего завтра : Антология современной классической прогностики. М. : Эксмо, 2003. 512 с.
16. *Фукуяма Ф.* Конец истории и последний человек / пер. с англ. М. Б. Левина. М. : Ермак ; АСТ, 2005. 592 с.

17. Доценко Е. Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита. М. : Речь, 2003. 304 с.
18. Вазанова О. Прыжки за потребителем // Комп&ньоН. 2009. № 24. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend259.html> (дата обращения : 21.05.2013).
19. Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации» : в 2 ч. Ч. II / под общ. ред. проф. В. В. Тулупова. Воронеж, 11–12 мая 2012. URL: http://jour.vsu.ru/edition/thesis/05_12_part2.pdf (дата обращения : 24.05.2013).
20. Макарова Н. В. Интегрированное образовательное пространство на базе компьютерных технологий – фундамент информационного общества // Конгресс конференций «Информационные технологии в образовании ; XI международная конференция – выставка «Информационные технологии в образовании» («ИТО – 2001»). Москва, 5–9 ноября 2001. URL: <http://ito.edu.ru/2001/ito/I/1/I-1-11.html> (дата обращения : 24.05.2013).
21. Печенкин В. В. Социальная структура и информационное пространство // Актуальные проблемы социальной геронтологии : материалы междисциплин. науч. конф. / СГТУ. Саратов, 1998. С. 54–57.
22. Стражев В. И. Технологии информационного общества // Интернет и современное общество : материалы Всерос. объединенной конф. Санкт-Петербург, 20–24 ноября 2000. СПб., 2000. 292 с.
23. Солдатова Г. В., Кропалева Е. Ю. Межрегиональное исследование «Моя безопасная сеть : интернет глазами детей и подростка России» // «Фонд Развития Интернет». М., 2005–2013. URL: <http://www.fid.ru/projects/school/mysafernet/> (дата обращения : 24.05.2013).
24. Яриков В. Г. Некоторые подходы к педагогическому осмыслению понятия «информационное пространство» // Конгресс конференций «Информационные технологии в образовании ; XI международная конференция – выставка «Информационные технологии в образовании» («ИТО – 2001»). Москва, 5–9 ноября 2001. URL: <http://ito.su/2001/ito/III/2/III-2-12.html> (дата обращения : 24.05.2013).
25. Могилев А. В., Яшина Т. С. О понятии и структуре единого информационного образовательного пространства (ЕИОП) // Вопросы интернет-образования. 2004. № 24. URL: http://vio.uchim.info/Vio_24/cd_site/articles/art_1_5.htm (дата обращения : 20.05.2013).
26. Эриксон Э. Идентичность : юность и кризис. М. : Прогресс, 1996. 344 с.
27. Гонеев А. Д. Основы коррекционной педагогики: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / А. Д. Гонеев, Н. И. Лифинцева, Н. В. Ялпаева ; под ред. В. А. Сластенина. М. : «Академия», 1999. 280 с.
28. Малюченко Г. Н., Смирнов В. М. Социально-психологический анализ целостных представлений о мире. Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2006. 215 с.
29. Селевко Г. К. Современные образовательные технологии : учеб. пособие. М. : Народное образование, 1998. 256 с.
30. Бендлер Р., Гриндер Д. Рефрейминг : ориентация личности с помощью речевых стратегий / пер. с англ. Воронеж : НПО «МОДЭК», 1995. 256 с.
31. Платон. Государство / [вступ. ст.: К. А. Сергеев, Л. С. Камнева ; пер. А. Н. Егунова]. СПб. : Наука, 2005. 570 с.
32. Мор Т. Утопия. Киев : Днипро, 1988. 206 с.
33. Кун Т. Структура научных революций / пер. с англ. И. З. Налетова и др. М. : АСТ, 2001. 606 с.
34. Канпа Ф. Дао физики. Киев : София, 2002. 434 с.

35. *Ширков Ю. Э.* Модель формирования массовых представлений // Реклама и жизнь. 1999. № 11–12. С. 63–67.
36. *Ширков Ю. Э.* Модель формирования массовых представлений // Реклама и жизнь. 2000. № 13. С. 28–33.
37. *Крайс Г.* Психология развития. СПб. : Питер, 2002. 578 с.
38. *Хёсле В.* Кризис индивидуальной и коллективной идентичности // Вопросы философии. 1994. № 10. С. 112–123.
39. *Бор Н.* Избранные научные труды : в 2 т. / под ред. Е. И. Тамма, В. А. Фока, Б. Г. Кузнецова ; сост. У. И. Франкфурт. М. : Наука, 1971. Т. 2 : Математика и естествознание. 562 с.
40. *Гейзенберг В.* Физика и философия. Часть и целое: пер. с нем. М. : Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1989. 400 с.
41. *Эйнштейн А.* Эйнштейн о мире. М. : Наука, 1994. 638 с.
42. *Фёдоров А. В.* Медиаобразование : история, теория и методика. Ростов н/Д : ЦВВР, 2001. 708 с.
43. *Heider F.* The psychology of interpersonal relations. New York : John Wiley & Sons, 1958. P. 107–128.
44. *Фестингер Л.* Теория когнитивного диссонанса / A theory of cognitive dissonance / пер. А. Анистратенко, И. Знаешева. СПб. : Ювента, 1999. С. 15–52.
45. *Cordier Fr.* Les representations cognitives privilegies : Typicalite et niveau de base (Psychologie cognitive). Villeneuve-d'Ascq: Presses Universitaires de Lille, 1993.
46. *Nosofsky R. M.* Similarity Scaling and Cognitive Process Models // Annual Review of Psychology. 1992. Vol. 43. P. 25–53. doi : 10.1146/annurev.ps.43.020192.000325.
47. *Rosch E., Lloyd B. B.* (Eds.). Principles of categorization // Cognition and categorization. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1978. P. 27–48.
48. *Петренко В. Ф.* Основы психосемантики. 2-е изд., доп. СПб. : Питер, 2005. 479 с.
49. *Лазарева И., Радионова А.* Стратегии маркетинга в СМИ // Эффективные коммуникации : профессиональный журнал о рекламе и PR, 2008–2010. 2010. № 1(5). URL: http://www.eff-com.ru/archive/issue5/advertising/Strategii_marketinga.html (дата обращения : 24.05.2013).
50. *Андреев Л.* СМИ под носом. URL: <http://webplanet.ru> (дата обращения : 24.05.2013).
51. *Flavell J. H., Flavell E.R., Green F. L.* Development of the appearance-reality distinction // Cognitive Psychology. 1983. Vol. 15 (1). P. 95–120.
52. *Пек М.* Скотт. Нехоженые тропы : новая психология любви, традиционных ценностей и духовного роста / пер. с англ. Н. Н. Михайлова. М. : ЮНИТИ, Авиценна, 1996. 301 с.
53. *Федоров А. В., Новикова А. А.* Основные теоретические концепции медиаобразования // Вестн. Рос. гос. гуманит. фонда. 2002. № 1. С. 149–158.
54. *Rushkoff D.* Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture. New York : Ballantine Books, 1996. 368 p.
55. *Беккер К.* Словарь тактической реальности. Культурная интеллигенция и социальный контроль / пер. О. Киреева. Vienna, edition selene, 2002. URL: <http://readr.ru> (дата обращения: 22.04.2013).
56. *Харрис Р.* Психология массовых коммуникаций. 4-е междунар. изд. СПб.: Прайм-Еврознак : Нева, 2001. 445 с.
57. *Расторгуев С. П.* Информационная война. М. : Радио и связь, 1999. 416 с.
58. *Годэн Ж.* Новый гипноз : глоссарий, принципы и метод. Введение в эриксоновскую гипнотерапию / пер. с фр. С. К. Чернетского. М. : Изд-во Института Психотерапии, 2003. 298 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Введение</i>	3
1. Функции информационных технологий на различных этапах развития общества.....	5
2. Информационное пространство образовательного учреждения.....	24
3. Роль информационных технологий в формировании конкурентоспособной личности выпускника образовательного учреждения.....	40
4. Культура медиапотребления как составляющая профессиональной эффективности выпускника вуза	62
5. Информационные технологии в психолого-педагогическом мониторинге.....	75
<i>Заключение</i>	91
Список литературы	92

Учебное издание

**Давыдов Денис Александрович,
Ерофеева Анастасия Олеговна,
Коповой Андрей Сергеевич**

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Учебно-методическое пособие для студентов-бакалавров,
обучающихся по направлению подготовки 030300 «Психология»
(профиль подготовки «Медиапсихология»)*

Редактор *Е. А. Малютина*
Технический редактор *В. В. Володина*
Корректор *Н. Г. Жакина*
Оригинал-макет подготовила *Н. И. Степанова*

Подписано в печать 11.12.2013. Формат 60х84 ¹/₁₆.
Усл. печ. л. 5,58 (6,0). Тираж 100 экз. Заказ 61.

Издательство Саратовского университета.
410012, Саратов, Астраханская, 83.
Типография Издательства Саратовского университета.
410012, Саратов, Астраханская, 83.