

ВЛИЯНИЕТО НА МЕДИИТЕ ВЪРХУ НРАВСТВЕНОТО ВЪЗПИТАНИЕ НА ДЕЦАТА

Лилия Лозанова

В модерното информационно общество масовите комуникации започват да играят все по-важна роля в живота на хората. Те оказват влияние върху всички нас, включително върху ценностната система и нравственото възпитание на младото поколение. Факт е, че в информационното общество ежедневно ни „залива“ разнопосочна информация. Тя има както положително, така и отрицателно въздействие върху подрастващите, които трябва да се ориентират в един глобален информационен свят.

Масовата комуникация днес е неотменима потребност на социума. Тя възниква при определени обществено-икономически условия и е един от най-важните видове социално общуване. Същността на комуникацията е процес при които има опосредствани форми на процеса на взаимодействие между социалните образувания и индивидите, като специализирани институционални звена за обмен на информация между социалните структури. Масовата комуникация е една необходима връзка между човека и обществото.

Поради това проблемът за корелациите между масовите комуникации и нравствената ориентация на учениците придобива все по-голямо значение.

Цел на изследването е да се разкрие значимостта на проблема за влиянието на медиите върху развитието на децата и по-конкретно върху нравственото.

Задачи:

1. Да се изясни в теоретичен план проблемът за връзката на масовите комуникации и нравствените ценности на учениците.
2. Да се представят съвременни виждания и определения за същността на взаимодействието медии – деца като социален процес, който има значимо отражение върху ценностните ориентации на подрастващите.
3. Да се разкрият причините и ефектите от телевизионните предавания върху децата.

Обща теоретическа обосновка

Информационното общество е общество, стигнало до определена степен на развитие и използване на информационните технологии във всички сфери на живота – образование, труд, икономика, здравеопазване, отдих, развлечения. Поради непрекъснато развитие на информационните технологии и лавинообразното натрупване и предаване на информация индивидуалното умение тя да се класифицира, анализира, обработи и използва се придобива съществено значение за всяка личност. На всеки човек се налага непрекъснато да осъвременява знанията си и компетентностите си, посочват в своето изследване авторите доц. д-р Живко Карапенчев, ст. ас. Стоянка Георгиева-Лазарова, ст. ас. Лъчезар Лазаров (Образованието в информационното общество. – Педагогика. 2009, № 9–10). Съвременната парадигма в образованието се променя от образование за цял живот в образование цял живот. Тя е издигната до европейска ценност. Основната цел на непрекъснатото образование в ЕС е общото професионално развитие на личността, гарантиращо ускорено движение на обществото към общочовешките ценности. Чрез него се подобрява жизненото ниво на хората и се създава нов тип личност. Анализирайки европейската политика и националните стратегии за учене през целия живот, става ясно, че обучението трябва да представлява широк кръг от учения – базисни и професионални, да има взаимовръзка между формалната и неформалната система и др.

На практика медиите дават едно неформално образование, което е извън класните стаи и понеже не е свързано със задължителност, често по-силно интригува подрастващите.

Затова масовите комуникации на практика оформят някои от техните представи за определени събития, явления, проблеми в света и обществото. Доказан е психологическият механизъм, че човек е склонен да приеме първата информация, която получава за нещо и на съзнателно и подсъзнателно ниво, да я оцени като истина. Това е силата на медиите, които се ръководят от закона, че максимално бързо и в конкуренция за първенство трябва да съобщят за това, което се случва. Информацията не е знание, нито информираността винаги е еквивалент на интелектуално превъзходство. За да се превърне информацията в осъзнато действено притежание на младите личности, то тя се нуждае от дълбоко осмисляне и адекватното и използване в различни стандартни и нестандартни ситуации. Ученикът може да знае много неща, но да не може да използва

наученото творчески и в съответствие с житейските реалности. В такъв случай то „се изтрива” от неговото съзнание и не допринася за неговото интелектуално и морално израстване.

На съвременния етап учениците са засипвани от разнопосочна информация, но често тава не ги прави нито по-умни, нито подпомага многостранното им развитие. В някои случаи това, че определени данни им се предоставят наготово, понякога ги прави по-лениви, пречи им да оценят по достойнство тяхната стойност. Това, че са чули определена информация по радиото, телевизията или са попаднали лесно на определени данни в интернет, в някои случаи намалява желанието им творческо търсене и изследване на процесите и явленията.

Затова съвременната педагогическа парадигма е с акцент върху самостоятелността и развитието на креативните способности на учениците.

Известният специалист Б. Лалов препоръчва един модерен подход при проникването в механизмите на интелекта – „Създаване на способности у учещите за предвиждане на поведението на обектите и системите, за предвиждане развитието на процесите и начините за преобразуване на действителността, така че да бъдат получавани предварително заплануваните резултати...”

Медиите дават определен образ на действителността. Подрастващите „го пречупват” в своето съзнание, оценяват го според своите нравствени и житейски позиции.

В трудовете си „Медийна и комуникативна компетентност” и „Педагогически аспекти на масовата комуникация” Божидар Ангелов прави задълбочено изследване на тези проблеми. Той обосновава комуникационния процес на взаимодействие между човека и медиите като модел на социално взаимодействие. Според него средствата за масова комуникация решително изменят структурата на духовните контакти и нравствеността на съвременните хора, като това влияние е силно изразено при подрастващите. Разглеждайки ролята на масовите комуникации в обществените процеси, Б. Ангелов посочва трите им важни функции, обосновани още от Х. Ласуел.

Първата е наблюдение на околната среда и обществото. Втората е организиране на обществото спрямо промените в средата. Третата е предаване на социалното наследство от едно поколение на друго.

Важна за изясняване същността на комуникационния процес е класическата формула на един от известните изследователи Х. Ласуел. Тя съдържа няколко важни елемента:

1. кой предава съобщението? – комуникатор,
2. какво се предава? – съобщение,
3. как се предава съобщението – канал,
4. към кого е насочено съобщението – аудитория,
5. с какъв ефект и какво е въздействието на съобщението – ефективност.

Социологът Макс Вебер също проучва социалното въздействие на масовите комуникации върху хората, включително и върху децата. Според него, ако едно действие е социално, то е насочено към други хора и затова определя въздействието на масовите комуникации като социални по характер. Тази комуникация е дефинирана като взаимодействие, осъществявано посредством символи, в зависимост от естеството на медията – печатна, електронна, телевизия, интернет и др.

В последните години съществено място заемат изследванията, посветени на въздействието на телевизията върху детската аудитория. В проучванията на Джей Блумлър и Денис Маккуейл има своеобразно обединяване на две емпирични социологически школи – тази на функционалния анализ и на политологичните изследвания върху медиите. Набляга се върху използването на медийното съдържание за постигане на определени цели и задоволяване на определени потребности на комуникаторите.

Ето част от изводите:

1. Използването на медиите е целево, за задоволяване на определена потребност.

2. Получателите на медийните съобщения подбират вида медия и нейното съдържание според своите потребности.

Тези изводи са валидни както за възрастните, така и за децата, които имат свои информационни потребности в зависимост от различни фактори – индивидуалност, възраст, възпитание в семейството, контакти с приятели и неформална среда и др.

За да се види как различните деца могат да бъдат повлияни от средствата за масова комуникация, педагози и психолози търсят техните индивидуални причини за ползване и реагиране на комуникационните въздействия на медиите. Това винаги се прави с оглед на променливите – пол, възраст, коефициент на интелигентност, социално-икономическо положение и възпитание в семейството и др.

Изследователите срещат значителна трудност при разкриването на кумулативното влияние на съдържанието, например на телевизионни предавания върху детската аудитория, както и върху личността на децата

и тяхното нравствено развитие. Те се насочват първо към тази медия, защото тя има повече канали за влияние върху детската аудитория и „живите” образи са по-въздействащи. Авторите, които изследват тези проблеми – Шрам, Химелвайт, Фуру, Маккоби стигат до следните обобщени резултати:

1. Редовното гледане на телевизия започва около тригодишна възраст.

2. Времето за гледане на телевизия се увеличава с израстването на детето, като стига връхната си точка в първите юношески години.

3. Повратният момент в поведението към масовите комуникации се появява към тринадесетгодишна възраст.

В своите разработки Химелвайт също прави опит да разкрие механизмите на въздействие на телевизията и стига до следните изводи:

1. Дейностите, които децата изоставят, за да гледат телевизия задоволяват същите потребности, но по-малко ефективно.

2. Страничните, неорганизираны дейности най-често биват измествани от телевизията.

3. В сравнението с четенето на печатни материали, гледането на телевизия не изисква свободен избор и са необходими по-малки усилия от страна на подрастващите.

4. В много случаи децата гледат телевизия просто да се разсеят.

5. Разшифроването на образа и словото изисква по-малко енергия, отколкото четенето.

6. При децата задочния жизнен опит, получен при гледането на телевизия стимулира въображението и помага да се канализират и структурират световите на фантастичното.

7. Гледането на телевизия парализира или намалява чувствителността към нравствените норми.

Резултатите от взаимодействията между медиите и децата може да се търсят на езиково, поведенческо ниво, така и на ниво нравствени ценности, отношения, възгледи за света и др. Това е важно, защото изследователите искат да обърнат внимание на родители, учители, институции, че медиите влияят върху моралното развитие на децата и имат роля в нравственото им възпитание.

Български и чуждестранни педагози са посветили много трудове на същността на нравствено възпитание на учениците. В преобладаващите възгледи за нравственото възпитание на подрастващите се обобщава, че нравственото възпитание е сложно, целенасочено, многостранно

взаимодействие на възпитаника с всички фактори на нравствено влияние с цел формиране на общочовешки нравствени характеристики на личността. Приема се, че нравственото възпитание е дейност или съвкупност от действия, въздействия, система от въздействия, процес на взаимодействие.

В теорията на възпитанието съществуват различни становища за съдържанието на нравственото възпитание, които може да бъдат представени в 3 групи (4):

Първата е, че съдържанието на нравственото възпитание е отражение на съдържанието на обществения живот. В това отношение масовите комуникации имат отразяваща роля.

Второто разбиране е, че съдържанието на нравственото възпитание са нравствените знания, убеждения и привычки. Те се изграждат по различни психологически механизми, като един от тях е подражанието.

През младостта и детството подражанието е силно проявено. Децата копират и подражават на филмовите герои и приемат за пример тяхното поведение. Затова сериозен проблем е, че в медиите преобладават негативните послания за отрицателни процеси и явления от обществения живот в страната и света. Нравствени устои на учениците са неукрепнали и медийните послания може да формират у тях неправилни изводи, да насочат поведението им в грешната посока. Посланията в медиите може да повлияят отрицателно върху формирането на личността на подрастващите. Затова от огромно значение е ролята на нравственото възпитание на учениците.

Третият възглед е, че съдържанието на нравственото възпитание са нравствените качества на личността.

Задачите на нравственото възпитание са няколко. Сред тях е да се развие нравствено съзнание – т.е. формиране у тях на потребностно мотивационна сфера и знания за същността, нормите и правилата за морално поведение.

Други задачи са формиране на нравствени чувства, умения, навици и привычки, формиране на активна жизнена позиция, която е единство на нравствено съзнание и поведение.

Тяхното формиране не може да остане настрана от въздействието на масовите комуникации, защото подрастващите живеят един глобален информационен свят. Мястото и ролята на училището, родителите, обществото е да подготвят младите да се ориентират в медийните послания,

които ежедневно ги заливат. За да стане това, учениците трябва да имат „ориентир“ в глобалния информационен свят. А това са общочовешките нравствени ценности, понятието за добро и зло. Така те ще възприемат избирателно медийните послания, ще се търсят скрития им смисъл.

Тази разработка набелязва само някои от най-важните аспекти на проблема за връзката между масовите комуникации и нравствено възпитание на децата. Анализът на разнопосочните медийни послания, тяхното съдържание и въздействие върху моралната система на ученика могат да бъдат обект на по-задълбочени изследвания. Този проблем през следващите години ще придобива все по-голямо значение за педагози, родители, за цялото общество. Необходимо е да се предложат съвременни теоретични решения и да се популяризират добри практики за това как медиите да помагат за нравственото развитие на подрастващите.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ангелов, Б.* Медийна и комуникативна компетентност. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2007.
2. *Ангелов, Б.* Педагогически аспекти на масовата комуникация. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2005.
3. *Караленчев, Ж. и др.* Образованието в информационното общество. – Педагогика, 2009, № 9–10.
4. *Кутева В.* Педагогика. В. Търново, Унив. изд. ”Св. св. Кирил и Методий”, 2000.

ВЛИЯНИЕТО НА МЕДИИТЕ ВЪРХУ НРАВСТВЕНОТО ВЪЗПИТАНИЕ НА ДЕЦАТА

ЛИЛИЯ ЛОЗАНОВА

Резюме

Днес живеем в модерно общество, в което масовите комуникации играят важна роля в живота на хората. Те оказват влияние върху всяка отделна личност, включително върху ценностната система на младото поколение. Тези информационни потоци имат както положително, така и отрицателно въздействие върху подрастващите, които трябва да се ориентират в един глобален информационен свят.

Затова разглеждането на проблема за корелациите между масовите комуникации и нравствената ориентация на учениците придобива все по-голямо значение.

Настоящата статия има за задача да акцентира върху връзката между масовите комуникации и нравственото развитие на децата, изграждането на техните морални ценности. Защото днес младите хора трябва да бъдат не само отлично информирани, а и хора с висок морал. В „неформалното” образование и възпитание на учениците осезателна роля имат масовите комуникации. В съвременното общество нараства социалната потребност да се изследва взаимоотношението „медии – деца”.

Тази статия е опит да открият въпросите, свързани с ролята на медиите в нравственото оформяне на подрастващите.

THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE MORAL UPBRINGING OF THE CHILDREN

LILIA LOZANOVA

Summary

Today we live in a modern society where mass communications play an important role in the lives of the people. They exert their influence on every separate person including the value system of the young generation. These informational currents have a positive as well as a negative influence on the rising generation who have to orientate in a global informational world.

That is why the discussion of the issue about the correlations between the mass media and the moral orientation of the students becomes of a greater importance.

The present articles aims at emphasizing the relation between the mass communications and the moral development of the children, the formation of their moral values. Because nowadays young people have to be not only excellently informed but also people with high morale. Mass communications have an important role in the “non-formal education” and upbringing of the students .In the contemporary society the social necessity of examining the relationship “media – children” is increasing.

The present article is an attempt to outline the questions, related with the role of the media in the moral development of the rising generation.