

63. Шариков, А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт [Текст] / А.В. Шариков. - М.: Академия педагогических наук СССР, 1990. - 66 с.
64. Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис [Текст] / Э. Эриксон. – М. : Прогресс, 1996. – 344 с.
65. Юнг, К. Аналитическая психология: ее теория и практика: Тэвисток. лекции; Исследование процесса индивидуации [Текст] / К. Юнг. -М.: Рефл-бук, 1998. -295 с.
66. Юнг, К. Архетип и символ [Текст] / К. Юнг. – М.: Ренессанс, 1991. - 304 с.
67. Якимова, Е. В. Социальное конструирование реальности : социально–психологические подходы [Текст] / Е. В. Якимова. – М.: Центр социально–научных информационных исследований. Отдел социологии и социальной психологии – 1999. – 116 с.
68. Янг, К. Диагноз интернет-зависимость [Электронный ресурс] / К. Янг. - Режим доступа: // <http://psynet.by.ru/texts/young.htm>

**Балашовский институт (филиал) федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Саратовский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского»**

**Смирнов В.М.
Коповой А.С.**

ПСИХОЛОГИЯ МЕДИА-БЕЗОПАСНОСТИ

Учебное пособие

Саратов 2012

УДК 37.015.3:070 (075.8)

ББК 88.4 я 73

С 50

Научные рецензенты:

Константинов Всеволод Валентинович

кандидат психологических наук, доцент, декан факультета психологии
ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный педагогический университет
имени В.Г. Белинского»;

Кравченко Елена Вячеславовна

кандидат педагогических наук, заведующий кафедрой педагогики и инновационной деятельности НОУ ВПО «Институт бизнеса, психологии и управления»

С 50 Смирнов В.М., Коповой А.С.

Психология медиа-безопасности: учебное пособие / В.М. Смирнов, А.С. Коповой. – Саратов: Издательство «Саратовский источник», 2012 – 93 с.

ISBN 978-5-91879-235-3

Пособие адресовано студентам психологических и педагогических специальностей и направлений подготовки, а также практическим работникам учреждений образования различных ступеней и освещает проблемы безопасного медиапотребления в образовательном пространстве, диагностический инструментарий, условия и средства коррекционно-профилактической работы.

УДК 37.015.3:070 (075.8)

ББК 88.4 я 73

ISBN 978-5-91879-235-3

© Смирнов В.М., Коповой А.С., 2012

48. Селевко, Г.К. Современные образовательные технологии [Текст] / Г.К. Селевко. - М.: Народное просвещение, 1998. - 256 с.
49. Смирнов, С. Д. Психология образа : проблема активности психического отражения [Текст] / С. Д. Смирнов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985. – 232 с.
50. Спичкин, А.В. Что такое медиаобразование [Текст] / А.В. Спичкин. - Курган: Изд-во Курганского института повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1999. - 114 с.
51. Солдатова, Г.В. Межрегиональное исследование "Моя безопасная сеть: интернет глазами детей и подростков России" [Электронный ресурс] / Г.В. Солдатова, Е.Ю. Кропалева // «Фонд Развития Интернет» Режим доступа: <http://www.fid.su>
52. Стражев, В.И. Технологии информационного общества [Текст] / В.И. Стражев // Интернет и современное общество: Материалы Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 20-24 ноября 2000. - СПб., 2000. - 292 с. - С. 34 - 47.
53. Федоров, А.В. Медиаобразование в педагогических вузах [Текст] / А.В. Федоров. - Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. - 124 с.
54. Федоров, А.В. Медиаобразование: история, теория и методика [Текст] / А.В. Федоров. - Ростов-на-Дону: ЦВВР, 2001. — 708 с.
55. Федоров, А.В. Основные теоретические концепции медиаобразования [Текст] / А.В. Федоров, А.А.Новикова // Вестник Российского государственного гуманитарного фонда». - 2002. - № 1. - С. 149-158.
56. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза методика [Текст] / А.В. Федоров. - М.: Информация для всех, 2007. - 616 с.
57. Франкл, В. Человек в поисках смысла [Текст] / В. Франкл. – М. : Прогресс, 1990. – 368 с.
58. Фромм, Э. Бегство от свободы [Текст] / Э. Фромм. – М.: Издательство: АСТ, 2011. – 288 с.
59. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций [Текст] / Р. Харрис. - С-Пб.: «Прайм-Еврознак», «Издательский дом Нева». - М. «Олма-пресс» 2002. - 326 с.
60. Холодная М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума [СПб. : Питер, 2004. 384 с
61. Хомик, В.С. Психотерапия, ориентированная на реконструкцию будущего [Текст] / В.С. Хомик // LIFELINE и другие новые методы психологии жизненного пути / Под ред. А.А. Кроника.- М.: Прогресс, 1993.- С.152-171.
62. Чудова, Н.В. Психологический портрет потребителей Интернет-информации [Текст] / Н.В. Чудова // Международная конференция «Журналистика в 2000 году: Реалии и прогнозы развития». М.: МГУ, 2001. - С. 19 – 28.

33. Марк, М. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов [Текст] / М. Марк, К. Пирсон. – СПб.: Питер, 2005. – 336с.
34. Маслоу, А. Дальние пределы человеческой психики [Текст] / А. Маслоу. - М. : Изд. группа "Евразия", 1997. - 430 с.
35. Матвеева, Л.В. Гуманитарная составляющая информационной безопасности в СМИ [Текст] / Л.В. Матвеева // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. Том 1 «Телевизионные и рекламные коммуникации». - М.: «Аспект-Пресс», 2002. - С. 30-49.
36. Матвеева, Л. В. Психология телевизионной коммуникации [Текст] / Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В. Мочалова. - М.: Психология, 2000. - 361 с.
37. Мещеркина, Е.Ю. Жизненный путь и биография: преемственность социологических категорий [Текст] / Е.Ю. Мещеркина // Социологические исследования. - 2002.- №7.- С.61-67.
38. Московичи, С. Социальные представления [Текст] / С. Московичи // Психологический журнал. – 1995. – № 1. – С. 3–18.
39. Наумова, Н.Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения [Текст] / Н.Ф. Наумова. - М.: Наука, 1988.- 200с.
40. Немировский, В.Г. Образ желаемого будущего как фактор формирования социально-профессиональной ориентации подростков [Текст] / В.Г. Немировский // Социологические исследования. -1994.- №2.- С.85-89.
41. Печенкин, В.В. Информационные технологии в социальной структуре общества [Текст] / В.В. Печенкин. - Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. - 185 с.
42. Петренко, В. Ф. Личность человека — основа его картины мира [Текст] / В.Ф. Петренко // Модели мира. - М.: Российская ассоциация искусственного интеллекта, 1997. - С. 9—24.
43. Прохоров, Е. Региональные СМИ в информационном пространстве России [Текст] / Е.Н. Прохоров //Факс. - 1999 - №1. С. 67 – 85.
44. Проект Федерального закона «Об информационно-психологической безопасности» [Электронный ресурс]: // www.MEDIALAW.RU/publications/zip/68/loratin.htm
45. Резник, Ю.М. Жизненные стратегии личности: Опыт комплексного анализа [Текст] / Ю.М. Резник, Е.А. Смирнов.- М.: Институт человека РАН, Независимый институт гражданского общества, 2002.- 260 с.
46. Решетникова, С.Ю., Информационно-психологическая безопасность личности (контуры проблемы) [Текст] / С.Ю. Решетникова, Г.Л. Смолян // Проблемы ИПБ. Сборник статей и материалов конференции. – М.: Изд-во ин-та психологии РАН, 1996. – С.18 -26
47. Селевко, Г. К. Социальное воспитание средствами массовой информации и коммуникации [Текст] / Г.К. Селевко, А.Г. Селевко // Школьные технологии. - 2002. - № 3. – С. 21 – 26.

Оглавление

	№ стр.
Введение	4
1. Проблема безопасного медиапотребления в образовательном пространстве	5
2. Диагностика безопасного медиапотребления	8
2.1. Диагностика мотивации медиапотребления.....	8
2.2. Диагностика индивидуальных особенностей медиапотребления.....	16
2.3. Диагностика особенностей становления субъективной картины жизненного пути личности в условиях современного информационного пространства.....	27
2.4. Диагностика индивидуальных моделей миропонимания в ракурсе медиапсихологии.....	36
3. Коррекция и профилактика небезопасного медиапотребления..	53
3.1. Развитие осознанного безопасного медиапотребления «Мой путь: целостное видение и осознанный выбор».....	53
3.2. Оптимизация личностного восприятия и выбора жизненного пути в условиях интенсивного развития современного медиапространства.....	73
Заключение	87
Библиографический список	88

Введение

В условиях интенсивно развивающегося медиапространства, характеризующегося увеличением объема информации, когда современные дети не в состоянии адекватно реагировать на экспоненциальный рост информационных потоков в быстроменяющейся социальной среде, особое значение приобретает информационная безопасность подрастающего поколения как социально возрастной группы наиболее восприимчивой к рискам современного общества. Поэтому в настоящее время назрела необходимость создания практико-ориентированного инструментария, реализуемого в образовательной среде школы, обеспечивающего эффективное формирование компетенций медиа-безопасного поведения. Развитие умений и навыков в области осознанного медиапотребления, знание элементарных правил критичного и эффективного отбора, использования медиаинформации будет способствовать сохранению здоровья и адекватному личностному развитию школьника - гражданина современного информационного общества.

17. Голофаст, В.Б. Многообразие биографических повествований [Текст] / В.Б. Голофаст // Социологический журнал - 1995. - №1. - С.71-88.
18. Грачев, Г.В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита [Текст] / Г.В. Грачев. – Волгоград: Издатель, 2004. – 336с.
- 19..
20. Дженнингз, Б. Основы воздействия СМИ [Текст] / Б. Дженнингс, С. Томпсон. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.
21. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 9 сентября 2000 г. № Пр – 1895 [Электронный ресурс]: // [www.rg.ru / official / doc / min-and – vedom / mim – bezop / doctr.shtm](http://www.rg.ru/official/doc/min-and-vedom/mim-bezop/doctr.shtm)
22. Долгов, Ю.Н. Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический подход [Текст] / Ю.Н. Долгов, А.С. Коповой, Г.Н. Малюченко, В.М. Смирнов. - Саратов: Издательство Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского, 2009. – 208 с.
23. Зазнобина, Л.С. Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами [Текст] / Л.С. Зазнобина // Стандарты и мониторинг в образовании. - 1998. - № 3. - С. 26-34.
24. Залесский, Г. Е. Психологические вопросы формирования убеждений [Текст] / Г. Е. Залесский. – М. : МГУ, 1982. – 119 с.
25. Кастельс, М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс. М.: Государственный университет Высшая школа экономики, 2000. - 606 с.
26. Кон, И.С. Психология ранней юности [Текст] / И.С. Кон. - М.: Просвещение, 1989.- 255с.
27. Кроник, А.А. LIFELINE в школе, или как помочь детям справиться с “ударами судьбы” [Текст] / А.А. Кроник, Ахмеров // LIFELINE и другие новые методы психологии жизненного.- М.: Наука, 1993.- С.43-59.
28. Кузнецов, С. Ощупывая слона: Заметки по истории русского Интернета [Текст] / С. Короленко. - М.: Новое литературное обозрение, 2004. - 456 с.
29. Кэмпбелл, Дж. Герой с тысячами лицами [Текст] / Дж. Кэмпбелл. – М.: «София», Ltd., 1997. — 336 с.
30. Леонтьев, Д. А. Жизнетворчество как практика расширения жизненного мира [Текст] / Д. А. Леонтьев // Всероссийская научно-практическая конференция по экзистенциальной психологии : материалы сообщений / под ред. Д. А. Леонтьева, Е. С. Мазур, А. И. Сосланда. – М. : Смысл, 2001. - С. 100–109.
31. Логинова, Н.А. Жизненный путь человека как проблема психологии [Текст] / Н.А. Логинова // Вопросы психологии. - 1985.- №1. – С. 72-96.
32. Магун, В.С. Революция притязаний и изменения жизненных стратегий молодежи: 1985 – 1995 годы [Текст] / В.С. Магун // Социологический журнал.-1996.- № 3/4.- С.29-48.

Библиографический список:

1. Абульханова-Славская, К. А. Стратегия жизни [Текст] / К.А. Абульханова-Славская. - М.: Мысль, 1991.- 302 с.
2. Адлер, А. Наука жить [Текст] / А. Адлер.- К.: Port-Royal, 1997. – 288 с.
3. Андреева, Г. М. К проблематике психологии социального познания [Текст] / Г.М. Андреева // Мир психологии. - 1999. №3. С. 15 – 23.
4. Асмолов, А.Г. Психологическая модель Интернет-зависимости личности [Текст] / А.Г. Асмолов, Н.А. Цветкова, А.В. Цветков // Мир психологии. 2004 - №1. – С. 15 – 23.
5. Асмолов, А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров: Психолог. Психопедагог. Психоисторик [Текст] / А.Г. Асмолов. - М.: Ин-т практ. психологии; Воронеж : НПО "МОДЭК" , 1996. - 767 с.
6. Астахова, Л.В. Сущность понятия «Культура информационно-психологической безопасности» и ее формирование у студентов ВУЗА [Текст] / Л.В.Астахова // Экономика. Информатика. Безопасность. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, 2007 / Науч. ред. В.А.Киселева, Л.В.Астахова. – Челябинск, Изд-во ЮУрГУ. – 2007. - С. 93 – 99.
7. Бандура, А. Подростковая агрессия. Изучение влияния воспитания и семейных отношений [Текст] / А. Бандура. - М. : Просвещение, 1999. - 202 с.
8. Бергер, П. Социальное конструирование реальности [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Академия, 1995. – 323 с.
9. Берн, Э. Трансактный анализ в психотерапии [Текст] / Э. Берн. - М.: Академический Проект, 2001. - 316 с.
10. Божович, Л. И. Этапы формирования личности в онтогенезе [Текст] / Л. И. Божович // Вопросы психологии. – 1979. – № 3. – С. 7–19.
11. Бирюков, В.С. Сеть и наркомания [Текст] / В.С. Бирюков // «Компьютерра». - №16. – 1998. - С.13-15.
12. Вдовина, Н.А. К вопросу о влиянии СМИ и телевидения на агрессивность поведения и здоровье ребенка [Электронный ресурс] / Н.А. Вдовина. - Режим доступа: // www.psyinfo.ru.
13. Вересаева, О.М. Психология и интернет на пороге XXI века [Текст] / О.М. Вересаева // Психологическая газета. - №12. – 1996. – С. 4-6.
14. Винтерхофф-Шпурк, П. Медиапсихология. Основные принципы [Текст] / П. Винтерхофф-Шпурк. - Харьков: Гуманитарный центр, 2007. - 288 с.
15. Войскунский, А.Е. Психологические исследования феномена интернет-аддикции [Электронный ресурс] / А.Е. Войскунский. - Режим доступа: <http://www.psychology.ru/internet/ecology/04.stm>
16. Головаха, Е.И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи [Текст] / Е.И. Головаха. - Киев: Наукова думка, 1998. – 144с.

1. Проблема безопасного медиапотребления в образовательном пространстве

В условиях интенсивно развивающегося медиaproстранства, характеризующегося увеличением объема информации, когда современные дети не в состоянии адекватно реагировать на экспоненциальный рост информационных потоков в быстроменяющейся социальной среде, особое значение приобретает информационная безопасность подрастающего поколения как социально-возрастной группы, наиболее восприимчивой к рискам современного общества. Не случайно 1 сентября 2011 года во всех школах России по инициативе президента РФ Медведева Д.А., целью которого как раз и было формирование у школьников умений и навыков в области безопасного медиапотребления.

Тот факт, что любого рода медиа-информация оказывает влияние, в том числе и негативное, на человека, на его физическое и психосоциальное здоровье, не вызывает. Избыточное медиапотребление способствует формированию и дальнейшему развитию заболеваний нервной системы, позвоночника, зрения.

Поэтому в настоящее время назрела необходимость формирования индивидуальных стратегий безопасного медиа-потребления в подростковом и юношеском возрасте. Развитие умений и навыков в области осознанного медиапотребления, знание элементарных правил критичного и эффективного отбора, использования медиаинформации будет способствовать сохранению психического здоровья и адекватному личностному развитию молодого человека - гражданина современного информационного общества.

Развитие информационного общества сделало чрезвычайно актуальной проблему безопасного медиапотребления. Это связано с тем, что в связи с постоянным увеличением как количественных объёмов информации, так и качественного ее разнообразия заметно усиливается влияние медиaproстранства на психику человека. Этот факт обуславливает необходимость овладения личностью в подростковом и юношеском возрасте, как наиболее сензитивном периоде для внешних влияний, периоде жизненного и профессионально самоопределения, индивидуальными стратегиями безопасного медиапотребления, обеспечивающими сохранение личностной целостности и психического здоровья.

К настоящему моменту в современной науке сложилось несколько основных подходов к проблеме безопасного медиапотребления.

1) Г.В. Грачев, И.Н.Панарин, А.В.Брушлинский, В.В.Лепский, С.Ю.Решетникова, Д.С.Синицын, Г.Л.Смолян под безопасным понимают медиапотребление, обеспечивающее защищенность психики от действия негативных информационных факторов. Представители данного подхода считают личность защищенной от негативных информационно-психологических воздействий, если она знает об угрозах информационной безопасности личности; владеет способами и приемами защиты от негативного информационно-

Заключение

го воздействия в различных коммуникативных ситуациях; владеет сложными социально-перцептивными умениями (умение следить за внешним обликом, за внешней картиной поведения человека разглядеть его внутреннюю психологическую сущность); владеет навыками информационно-аналитической работы; имеет достаточно развитое критическое мышление, память. Те или иные личностные качества, например, проницательность, психические процессы (память, мышление), психические образования (определенные знания, умения, навыки, технологии защиты от негативных информационных воздействий) авторами рассматриваются как средства или факторы обеспечения информационно-психологической безопасности.

2) Многие зарубежные и отечественные исследователи в качестве основы и средства для формирования безопасного медиапотребления рассматривают медиаобразование, в рамках которого разрабатываются различные теории, концепции, модели и методы медиаобразования (К.Бэзлгэт, Д.Бэкингам, Л.Мастерман, С.Н.Пензин, А.В.Спичкин, К.Тайнер, Ю.Н.Усов, А.В.Федоров, А.В.Шариков и др.); проводятся дифференциальные исследования восприятия медиаинформации различными социальными и возрастными группами (А.Карон, И.С.Левшина, К.Тарасов, Ю.Н.Усов, А.В.Федоров, С.А.Шейн, Э.Харт и др.); предлагаются конкретные методики медиаобразования (Л.М.Баженова, О.А.Баранов, К.Бэзлгэт, Д.Бэкингам, К.Ворсноп, Л.С.Зазнобина, С.Н.Пензин, Г.А.Поличко, Ю.М.Рабинович, А.В.Спичкин, К.Тайнер, Ю.Н.Усов, А.В.Федоров, А.В.Шариков, Р.Хоббс и др.)

3) В некоторых исследованиях безопасное медиапотребление рассматривается как компонент информационной безопасности, которая в свою очередь реализуется через формирование информационной культуры личности и формирование культуры информационной безопасности личности (Л.В. Астахова, ДС. Сеницын). Информационная культура, являясь продуктом разнообразных творческих способностей человека, проявляется в следующих аспектах: в конкретных навыках по использованию технических устройств; в способности использовать в своей деятельности компьютерно-информационную технологию, базовой составляющей которой является многочисленные программные продукты; в умении извлекать информацию из различных источников; во владении основами аналитической переработки информации; в знании особенностей информационных потоков в деятельности. Культура информационной безопасности личности представляет собой способ организации и развития жизнедеятельности, при котором гражданин знает и способен реализовать свои конституционные права и свободы в информационной сфере (владеет технологиями доступа к государственным информационным ресурсам, может сохранить свою личную тайну, интеллектуальную собственность), умеет распознать негативные информационные воздействия, угрожающие его здоровью, и владеет технологиями защиты от них.

В то же время недостаточное внимание уделяется психолого-педагогическим технологиям, обеспечивающим состояние защищенности личности подростков и юношей от негативного воздействия информационного пространства, позволяющим сохранить психическое здоровье и обрести

Следует отметить, что с момента начала всеобщей информатизации образовательных учреждений прошло уже немало времени, а конкретные решения по внедрению в образовательных учреждениях РФ специальных программ, направленных на защиту учащихся от негативного медиа-контента долго не были 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. Только в 2012 году были приняты меры на государственном уровне по блокировке ряда ресурсов по причине их отнесения к экстремистским, порнографическим и т.д. Эти сайты существовали многие годы и оказывали свое разрушающее воздействие на современную молодежь. Ожидая инициатив от правительства, по созданию безопасного информационного пространства, необходимо уже сейчас предпринимать активные действия по формированию у молодых людей и подростков внутриличностных механизмов эффективно противостояния негативному влиянию медиаинформации.

Он жил ради...

Самым главным в жизни для него было...

Девизом его жизни было...

Основными достоинствами его личности были...

Жизнь его была наполнена

Затем некрологи на каждого участника группы зачитывает ведущий в полной тишине. После этого обсуждение:

Чей некролог произвел на Вас наиболее положительное и отрицательное впечатление, почему? Хотелось бы Вам что-то добавить или исправить в своем некрологе, а значит и в своей жизни?

Опыт апробации описанной выше программы показал, что юноши и девушки быстрее включаются в атмосферу групповых и семинарско-практических занятий, если они удачно дополняются просмотром и обсуждением специально подобранных фильмов, видео-сюжетов направленных на развитие осознанного медиапотребления, а также целостного видения и выбора жизненного пути.

адекватную личностную идентичность в условиях хаотично развивающегося медиапространства.

Таким образом, в современных исследованиях недостаточное внимание уделяется здоровьесберегающим технологиям, обеспечивающим состояние защищенности сознания и психического здоровья человека от действия многообразных информационных факторов, сохраняющим его целостность как социального субъекта и дающим возможность адекватного поведения и личностного развития в условиях неблагоприятных информационных воздействий, что обуславливает актуальность дальнейших научных изысканий в рамках данной проблематики.

Комплексное решение проблемы формирования индивидуальных стратегий безопасного медиапотребления в подростковом и юношеском возрасте требует реализации следующих мероприятий:

– разработку диагностического инструментария, позволяющего определить склонность молодых людей к деструктивному или конструктивному стилю медиа-потребления, уровень развития навыков медиа-потребления и общей медиа-грамотности, индивидуальные стратегии медиа-потребления;

– создание комплекса психолого-педагогических мероприятий в форме тренингов, ориентированных на подростков и юношей разных возрастных групп с учетом их индивидуально-психологических особенностей; тематических семинаров, раскрывающих особенности развития современного медиапространства и повышающих индивидуальный уровень медиа-грамотности; коллоквиумов, позволяющих обсудить индивидуальные проблемы медиапотребления, сопутствующие риски и возможные пути формирования медиабезопасного поведения.

– введение в учебный процесс специализированных элективных курсов, направленных на формирование индивидуальных стратегий безопасного медиа-потребления в подростковом и юношеском возрасте;

– психолого-педагогическая поддержка процесса формирования индивидуальных стратегий безопасного медиа-потребления в подростковом и юношеском возрасте.

Средствами, обуславливающими выполнение данных условий, являются:

– диагностический инструментарий, разрабатываемый на первом этапе проекта;

– комплекс психолого-педагогических мероприятий в виде тренингов, семинаров, коллоквиумов.

Таким образом, необходима комплексная работа по формированию индивидуальных стратегий медиа-потребления, включающая в себя диагностический инструментарий, комплекс психолого-педагогических мероприятий (тренинги, семинары, коллоквиумы), рекомендации практическим работникам образовательных учреждений, а также комплекс мер по созданию условий эффективного развития стратегий безопасного медиа-потребления.

2. Диагностика безопасного медиапотребления

2.1. Диагностика мотивации медиапотребления

Сегодняшнее общество невозможно представить без разнообразных средств массовой информации. Современный человек практически постоянно находится в информационном поле, и является субъектом потребления медиаинформации. 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 мотивов деятельности. Более того: одна и та же деятельность (в данном случае медиапотребление) может осуществляться, подкрепляясь различными, порой конфликтующими мотивами. Не отрицая пространенность 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.

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 медиа-зависимости от тех или иных источников, видов информации. Как показал анализ отечественных и зарубежных исследований последних двадцати лет (основы воздействия СМИ, медиапсихология и др.), большая их часть основывается на эмпирически установленных фактах пре-

Ваше «**Прошрое**» отвечает на вопрос «Что было?». Попробуйте ответить на него, последовательно перечисляя (или описывая) наиболее важные лично для Вас в прошлом...

1. Достижения;
2. Обретения;
3. Потери;
4. Ошибки и уроки.

Ваше «**Настоящее**» отвечает на вопрос «Что происходит?». Попробуйте ответить на него, последовательно перечисляя (или описывая) наиболее важные для Вас в настоящем...

1. События;
2. Процессы;
3. Отношения;
4. Возможности.

Ваше «**Будущее**» отвечает на вопрос «Что будет/как будет развиваться жизненный сценарий?». Попробуйте ответить на него, последовательно перечисляя (или описывая) наиболее важные для вас в будущем...

1. Свершения/результаты;
2. Возможности;
3. Угрозы/риски;
4. Изменения.

Обсуждение. После выполнения задания на листах, учащиеся могут рассказать о том, что вызвало наибольшие трудности при их выполнении, не раскрывая конкретное содержание своих записей. Ведущий при необходимости должен помочь учащимся в осознании причин возникших трудностей. Данное занятие может стимулировать учащихся к обретению более целостного восприятия жизненного пути и частично скорректировать общую картину её жизни.

Занятие 10 (итоговое). «Эпитафия – некролог в СМИ»

Цель: стимулировать участников к осознанию тех реальных достижений, которые они могут достичь в долгосрочной перспективе жизни, через подведение сжатых итогов в виде некролога. Данное занятие также способствует большему пониманию тех жизненных целей, к которым человек подсознательно или сознательно стремится.

Инструкция: некролог желаемый, идеальный.

Ваша задача написать такой некролог, который бы Вы хотели, чтобы был написан о Вас и Вашей жизни, уже после ее окончания, Вашими близкими знакомыми, сослуживцами и т.д. Ваша задача состоит в том, чтобы попытаться сформулировать наиболее значимые итоги своей жизни, которые бы Вы хотели иметь: он был хорошим человеком, матерью, женой, другом, он был выдающимся конструктором. Можно попытаться сформулировать девиз или принцип, которому подчинялась его жизнь.

Можно писать некролог путем завершения следующих ключевых фраз: Он прожил столько-то лет...

2. Теперь найдите какое-либо движение или способ выразить свое появление в этот мир. Изменилось ли что-нибудь в Ваших ощущениях?
3. Теперь вспомните свое самое раннее воспоминание. Опишите ситуацию и свои ощущения, чувства, связанные с этим воспоминанием.
4. Теперь вспомните чуть более поздние события из дошкольного детства, которые тоже являются для Вас значимыми. Опишите их и свои переживания.
5. Начальные классы. Какие чувства вызывают эти воспоминания. Вспомните Ваше состояние внутри этого воспоминания.
6. Ключевое воспоминание подросткового периода. Какие эмоции и чувства Вы переживали в тот момент по отношению к окружающим, к самому себе.
7. Последнее ключевое воспоминание ближайшего прошлого.
8. Следующий Ваш шаг – Вы в настоящем – здесь и сейчас. Чем отличаются ощущения настоящего от прошлого. Найдите позу или движение, которое отделяло бы тебя настоящего от твоего прошлого. Оглянись на пройденный отрезок жизни, какие чувства возникают при этом, что хочется сделать по отношению к своему прошлому. Если бы была возможность, Вы бы поменяли что-то в своем прошлом?
9. Следующий шаг из настоящего в будущее. Хочется ли Вам его сделать? Даже если нет, то почему? А теперь мысленно представьте свое будущее через пять лет, сделайте шаг в это будущее. Что Вы чувствуете? Хочется ли Вам вернуться назад, или Вы готовы двигаться вперед? Если не хочется, все равно, поймите, что будущее неотвратимо. Поэтому имеет смысл сходить туда на разведку.
10. Следующий шаг в будущее. Сколько теперь Вам лет? Из чего состоит Ваша жизнь, как Вы себя чувствуете, готовы ли Вы идти дальше? Дальше и т.д.
11. Линия жизни по направлению к двери. Кто хочет дойти до смерти – выйдет за дверь. Что Вы чувствуете там, когда вышли за дверь?

Обсуждение.

Что Вы взяли для себя из этого упражнения? Что вызвало наибольшие затруднения, проанализируйте свой жизненный путь с точки зрения оценки упущенных и реализованных возможностей.

Занятие 9. «Интеграция жизненного опыта личности»

Цель: развитие навыков целостного восприятия жизненного пути и позитивной интеграции личного прошлого, настоящего и будущего.

Ведущий: *«Я предлагаю вам достаточно простую и понятную серию вопросов, позволяющих разложить по полочкам три временных измерения вашей жизни – прошлое, настоящее и будущее. Ответив на поставленные вопросы, вы сможете отделить главное от второстепенного и более отчетливо осознать, что уже пережито и сделано вами, а что ещё только предстоит пережить и сделать. Далее ведущий раздает участникам заранее заготовленные листы со следующими вопросами-заданиями:*

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

- Познавательная мотивация - желание больше узнать о чём-то интересном, важном;
- Коммуникативная мотивация - стремление общаться со значимыми другими;
- Релаксационная мотивация - желание освободиться от эмоционального и/или физического напряжения;
- Реактивирующая мотивация - стремление получить импульс к дальнейшей деятельности;
- Компенсаторная мотивация - стремление компенсировать недостающее в реальной жизни виртуальной активностью.

Именно компенсаторная мотивация в большей степени, чем другие мотивации медиапотребления, может способствовать возникновению нарушения нормального функционирования личности в социальной среде и приводить к нарушениям психического здоровья.

Личностный опросник МСИА «Мотивационная структура информационной активности»

Авторы-разработчики: Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н., Смирнов В.М.

Цель: установление одной или нескольких преобладающих мотиваций, определяющих общую направленность информационной активности и характер повседневного медиапотребления респондентов.

Инструкция: Вам предлагается проранжировать (в диапазоне от 1 до 5 баллов) представленные ниже утверждения по степени их соответствия Вашим личным взглядам, предпочтениям, привычкам и установкам в сфере медиапотребления. Все утверждения разбиты на 8 блоков, в каждом блоке по пять утверждений. Наибольший бал (5) в каждом блоке присваивается наиболее подходящему лично Вам утверждению, наименьший (1) – наименее подходящему. Вы можете оценивать утверждения из одного блока с помощью одинаковых баллов, но старайтесь делать это только при крайней необходимости.

Бланк ответов

Блок утверждений 1	Баллы
а. Я часто использую любую возможность для общения с разными людьми через «ISQ», интернет и любые другие средства мобильной связи.	
б. Нередко мне удаётся забыть о всех делах и заботах проводя время перед телевизором, в Интернете, читая какой либо журнал и т.д.	
в. Чаще всего я включаю телевизор (радио или компьютер) только для того чтобы получить важную информацию, поднять себе настроение, создать позитивный фон для работы.	
г. Я часто ищу в океане информации такие сведения/сообщения, которые расширяют мои представления о мире, дают пищу для ума.	
д. Нередко ловлю себя на мысли о том, что в виртуальной реальности я чувствую себя гораздо более свободным и полноценным человеком, чем в будничной жизни.	
Блок утверждений 2	
а. Современные СМИ в первую очередь должны удовлетворять запросы людей в получении актуально востребованных, систематизированных знаний.	
б. Современным СМИ необходимо увеличить долю позитивной расслабляющей информации и уменьшить долю сообщений о насилии и криминале.	
в. Современные СМИ должны производить и транслировать такие фильмы, музыкальные и информационные программы и т.п., которые пробуждают в людях желание действовать, преодолевать трудности.	
г. Современные СМИ (включая телевидение, Интернет и т.д.) должны создавать условия для реализации самых смелых человеческих желаний, фантазий и идей.	
д. Современные СМИ должны не столько информировать, сколько помогать людям в их стремлении знакомиться, общаться, объединяться по интересам.	
Блок утверждений 3	
а. Меня интересуют такие информационные технологии и средства связи, которые расширяют мои возможности в завязывании контактов, в общении с друзьями, родными, знакомыми и т.д.	
б. Более всего мне нравятся такие телепередачи, радиостанции, Интернет-сайты, которые придают заряд бодрости, создают позитивный настрой.	
в. Я стремлюсь находить среди современных СМИ (телеканалы, Интернет- сайты, печатные издания) источники действительно новой и важной информации.	

- эстрадный певец;
- телевизионный юморист;
- сценарист документально-публицистического фильма и т.д.

Задача каждого из участников – максимально конкретизировать свой авторский медиапроект, придумав для него название, содержательную основу и формы художественной реализации. При этом он может ограничиться рассказом о своём медиапроекте, а может инсценировать его или презентовать его в более развёрнутом масштабе.

Остальные участники группы могут быть привлечены для участия в авторских проектах в качестве различных героев и/или персонажей. Для этого могут быть использованы какие-либо наскоро изготовленные маски, реквизиты.

В процессе презентации личных проектов ведущий должен помочь каждому участнику максимально выразить свое отношение к жизни через авторский медиапроект. Для этого он может задавать следующие вопросы:

- Почему ты выбрал этот жанр?
- Чем тебя привлекает эта тематика?
- Что является для тебя самым главным в этом проекте?
- В чём твой месседж?

После того как все медиапроекты будут представлены, ведущий должен обратить внимание участников на то, как соотносятся их отношение к себе, к собственной жизни и их презентации проектов.

Занятие 8. «Линия жизни»

Цель: осмысление основных этапов жизни через воспоминание, доминирующих эмоциональных состояний чувств и ощущений, прохождение повторных переживаний, ключевых эпизодов жизни; позитивное принятие прошлого.

Вводное слово ведущего: *«Наше настоящее в какой-то мере есть результат нашего прошлого. Иногда полезно понять, насколько мы динамично и в верном ли направлении развивались в прошлом, чтобы сделать выводы относительно настоящего и будущего. Наша жизнь может быть представлена как некая линия, и мы можем двигаться по этой линии из прошлого в настоящее, из настоящего в будущее. И в этом движении можно понять и почувствовать перспективы и альтернативные жизненные сценарии.*

Вам предлагается попробовать выстроить событийный ряд из ключевых воспоминаний для последующего анализа своей жизни. Моя задача – помочь вам выстроить последовательность развития событий вашей жизни».

Ведущий обозначает на полу тренингового зала линию жизни, приглашает одного из участников группы для выполнения упражнения и дает следующую инструкцию:

1. Наш жизненный путь начинается с позы зародыша. Предлагаю Вам принять эту позу и настроиться на Ваши ощущения. Опишите, что Вы чувствуете до момента своего появления в этом мире.

игран. Ведущий может предложить участникам разработать и проиграть типично мужской жизненный сценарий.

В заключение должно произойти обсуждение содержательной специфики, а также сильных и слабых сторон каждого из проигранных сценариев.

Занятие 6. «Перекресток судьбы»

Молодому человеку явился мудрец, показавший три дороги. Первая дорога – **дорога силы**. Путь по ней дает обретение силы, славы, власти над людьми, но при этом человек остается одиноким. Его все почитают и боятся одновременно. Он теряет любящих его близких людей и не может обрести новых близких.

Вторая дорога – **дорога мудрости**. Он приобретает дар житейской мудрости, становится умным и расчетливым, а значит и богатым, но теряет здоровье, а значит и способность в полной мере радоваться жизни. К тому же, она будет не очень долгой из-за болезней.

Третья дорога – **дорога удачи**. На этой дороге его ждёт много неожиданных подарков судьбы, много везенья во всяких начинаниях, но при этом у него будет много соблазнов, слабая сила воли, и он будет зависим от своих слабостей.

Четвёртый путь - это путь, на котором тебя ждёт полная **неизвестность**, но при этом ты останешься самим собой, ничего не теряя и ничего не приобретая.

Ведущий моделирует ситуацию перекрестка с помощью участников группы. Его слова: *«Вы этот модой человек, которому предстоит выбрать один из путей. Что больше всего притягивает и почему? Какая из дорог больше всего страшит и почему? Какие мысли у Вас рождаются в связи с данным выбором?»*

Блок 3.

Закрепление конструктивных форм переработки значимой и полезной информации о жизненных сценариях

Занятие 7. «Личный медиапроект»

Цель: предоставление участникам возможности игрового самовыражения в символическом медиапространстве в целях апробации новых форм поведения и переживания активного отношения к жизни. Данное занятие используется так же как способ освоения ресурсных состояний и лучшего понимания приоритетов и целей дальнейшей жизни.

Ведущий предлагает каждому из участников выбрать для себя один из возможных вариантов самовыражения в медиапространстве:

- режиссер художественного фильма;
- ведущий ток-шоу по актуальным социальным проблемам;
- ведущий музыкально-развлекательного шоу;
- ведущий образовательно-познавательной программы;
- диктор теленовостей;

г. Мне часто нравится смотреть такие телепередачи или кинофильмы, которые снимают усталость, отвлекают от всяких забот и проблем.	
д. Среди всякого рода телепроектов, художественных фильмов и компьютерных игр я выбираю такие, которые помогают хоть на время почувствовать безграничные возможности Человека.	
Блок утверждений 4	
а. Я отношусь к тем, для кого общение в интернете или по «ISQ» не менее интересно, чем встречи в реальном пространстве.	
б. Я отношусь к тем людям, которые в выходные любят спокойно полежать перед телевизором, почитать что-либо, поиграть в компьютерные игры и т.п.	
в. Я отношусь к тем людям, которые склонны постоянно расширять количество просматриваемых программ, (сайтов, газет, журналов и т.п.) в поисках нового, интересного.	
г. Я отношусь к таким людям, которые привыкли искать в СМИ источники новых идей и импульсов, что позволяет не застаиваться и принимать важные решения в жизни.	
д. Я отношусь к тем, кто бывает полностью поглощён яркими образами и завораживающими сюжетами при просмотре фильмов, телешоу или во время игры на компьютере.	
Блок утверждений 5	
а. Ключевая задача для современных СМИ в том чтобы создавать необходимый эмоциональный фон для расслабления и отдыха от напряженных рабочих будней.	
б. Важнейшая роль выполняемая современными СМИ заключается в сборе и предоставлении людям полезной, жизненно важной информации.	
в. Главной функцией современных СМИ является организация интенсивного общения между людьми, живущими в различных точках нашей планеты.	
г. Основная миссия современных СМИ заключается в восполнении тех переживаний, которых простым людям не достаёт в реальной жизни.	
д. Предназначение современных СМИ - стимулировать людей к каким-либо активным действиям, давать им импульс к преодолению жизненных вопросов.	
Блок утверждений 6	
а. Мне нравятся такие телепроекты (фильмы, игры, передачи), которые заставляют тебя почувствовать частью чего-то большого и важного.	
б. Мне доставляет удовольствие находить в интернете (на телеканалах или в печатных изданиях) сведения о чем-либо действительно интересном и необычном.	

в. Мне нравится когда какая-либо информация или музыка создают ненавязчивый благоприятный фон, поднимающий настроение в процессе работы.	
г. Меня привлекают такие теле-шоу и телепроекты, которые происходят на фоне активных контактов со зрителями.	
д. Я предпочитаю смотреть и слушать то, что «проветривает» мозги, позволяет расслабиться и получать удовольствие перед телевизором или компьютером.	
Блок утверждений 7	
а. Меня часто раздражает, что при избытке развлекательной продукции явный дефицит качественных программ и фильмов, расширяющих наши познания о мире.	
б. Я никогда не жалею время потраченное на общение с друзьями или новые знакомства по сети или по телефону.	
в. Хорошие фильмы или компьютерные игры затягивают меня настолько, что невольно сливаюсь с персонажами и забываю о нереальности происходящего.	
г. Я часто выбираю только те фильмы (передачи, сайты и т.д.) которые позволяют пусть на время отвлечься от всех проблем, разгрузить мозги.	
д. В теле/ радио эфире, в сети меня привлекает только то, что даёт бодрость, желание общаться с природой, заниматься спортом и т.д.	
Блок утверждений 8	
а. В тех ситуациях когда мне хочется почувствовать себя более полноценной личностью, я включаю любимую музыку, любимые фильмы, захожу на любимые сайты и т.д.	
б. Даже в тех случаях когда я чем-то очень занят(а), мне трудно переносить отсутствие возможности общения (по мобильному телефону, e-mail, в сетях) несколько часов к ряду.	
в. Часто бывает такое состояние, что становится абсолютно не важно, что смотреть и слушать (по телевизору, радио и т.д.), - хочется просто спокойно отдохнуть.	
г. Нередко возникает желание найти какую-либо информацию (фильмы, сайты и т.д.) знакомство с которой приносит новое видение мира, даёт ощущение интеллектуального роста.	
д. Бывали случаи, когда решительные действия предпринимались мной после знакомства с какой-либо важной информацией (статьи, телепередачи, книги, кинофильмы, новости, интернетсайты и т.д.).	

Ведущий предлагает участникам выбрать персонаж медиасреды (киногероя) самостоятельно или из предъявленных образов героев (в виде карточек). Участник группы, выбравший персонаж, должен занять типичную для него позу, войти в его состояние и от его лица отвечать на вопросы группы, которые должны помочь ему идентифицироваться с этим персонажем в максимальной степени.

Примерные вопросы:

- каков пол героя (муж. или жен.);
- фантастическое или реальное существо;
- какие качества наиболее выражены у этого героя;
- визитная карточка персонажа – в чем выражается его личность, что отличает его от других.

В завершение задается вопрос: почему ты выбрал этот персонаж, каким образом его жизнь перекликается с твоей жизнью, твоими мечтами и планами на будущее.

Занятие 5. «Золушка: сиквел»

Цель: обучение участников критическому анализу ситуаций реализованной мечты на основе стимуляции способности к прогнозированию последующих событий.

Ведущий: *«Позвольте предложить вам «свежий взгляд» на один из наиболее известных «женских» сценариев жизни, описанный в истории про Золушку. На следующий день после сказки, Золушка становится женой принца – молодого человека, которого она почти не знает. Она пока не вполне понимает, каковы нравы и отношения в королевской семье. Кто может стоять между принцем и его отцом – королем? Кто принимает решения в её жизни: она сама, принц или король? Всё, что есть у Золушки – это её прошлое, которое дает ей силы, с одной стороны, а с другой – может тяготить ее. Ведь ей надо как-то строить отношения со своим безвольным престарелым отцом, мачехой и двумя сестрами-завистницами. При всей сложности отношений – эти люди являются её родственниками для королевской семьи и всех окружающих, а потому она не может не общаться с ними в важные моменты своей жизни. Такой момент настает, когда король-отец принимает решение: его сын – будущий король и Золушка должны уехать в дальние страны, далеко за пределы королевства на несколько лет. С этого момента Золушке необходимо установить свои жизненные приоритеты и решить, что ей нужно: подчиниться воле мужа и уехать, родить ребенка, остаться, чтобы ухаживать за престарелым больным отцом и т.п. Предложите свой наиболее оптимальный, с Вашей точки зрения, вариант развития событий в жизни Золушки».*

Участники разбиваются на две или более подгруппы и предлагают свои сценарии развития событий. При этом ведущий может предварительно обсудить с ними возможные варианты такого рода сценариев: *оптимистический* и *пессимистический*. Каждый из предложенных сценариев должен быть про-

После внимательного рассмотрения указанных выше предложений, ведущий предлагает участникам разбиться на подгруппы и придумать нейтрализующие формулировки для следующих заблуждений:

- «Произодейт катастрофа, если жизненные события пойдут иным путем, чем я запланировал».
- «Чтобы быть довольным и счастливым, я обязательно должен решить все проблемы четко и правильно».
- «Я должен всем нравиться, меня все должны любить».
- «Если я не достигну успеха (богатства, славы и т.п.) прямо сейчас, я не достигну этого никогда».
- «Я несу ответственность за всё, что происходит с моими близкими и со мной».
- «Я никогда не должен посвящать в свои проблемы родных и близких мне людей».

После того как в каждой подгруппе вырабатываются нейтрализующие формулировки на предложенные выше искажения, происходит их представление и последующее групповое обсуждение.

Занятие 3. «Составление автобиографии от третьего лица»

Цель – превращение жизненных переживаний, травм в жизненные уроки посредством описания пройденного жизненного пути от лица ресурсной личности.

Инструкция ведущего: «Опишите свой жизненный путь как некий рассказ о другом человеке, выбрав стиль изложения, наиболее соответствующий Вашей жизненной истории (отчет о результатах журналистского расследования, криминальная хроника, мелодрама, триллер, комедия и т.д.). При составлении текста ориентируйтесь на такие значимые моменты как обстоятельства рождения, главные воспоминания детства, школа, отношения с одноклассниками и учителями, интересы, увлечения подросткового периода, обретения и утраты, влюбленности и т.д.»

Обсуждение: возникли ли у Вас трудности при описании каких-либо жизненных моментов, если да – то почему? Какая форма описания была Вами выбрана изначально, и какой стиль изложения получился в итоге и, как вы думаете, почему? Что дало Вам это упражнение? Удалось ли Вам по-новому взглянуть на вашу жизнь в результате выполнения упражнения?

Блок 2.

Актуализация ключевых смыслов выбора жизненного пути личности в условиях избыточного медиапотребления и информационного прессинга со стороны современного медианпространства

Занятие 4. «Мой герой»

Цель: обретение нового желаемого опыта эмоционально-волевых, интеллектуальных и поведенческих состояний через идентификацию с персонажем медиасреды.

Обработка данных

Для выделения доминирующих мотивов информационной активности по каждому типу мотивации подсчитывается общая сумма баллов. Обработка данных проводится по таблицам, в которых раскрывается тип мотивации соответствующий каждому утверждению в блоке. В последнюю колонку вносятся проставленные респондентами баллы (от 1 до 5). Набранные баллы по каждому типу мотивации суммируются.

1 блок

а	коммун.мотивация	
б	релаксац.мотивация	
в	реактив.мотивация	
г	познават.мотивация	
д	компенс. мотивация	

2 блок

а	познават.мотивация	
б	релаксац.мотивация	
в	реактив.мотивация	
г	компенс. мотивация	
д	коммун.мотивация	

3 блок

а	коммун.мотивация	
б	реактив.мотивация	
в	познават.мотивация	
г	релаксац.мотивация	
д	компенс. мотивация	

4 блок

а	коммун.мотивация	
б	релаксац.мотивация	
в	познават.мотивация	
г	реактив.мотивация	
д	компенс. мотивация	

5 блок

а	релаксац.мотивация	
б	познават.мотивация	
в	коммун.мотивация	
г	компенс. мотивация	
д	реактив.мотивация	

6 блок

а	компенс. мотивация	
б	познават.мотивация	
в	реактив.мотивация	
г	коммун.мотивация	
д	релаксац.мотивация	

7 блок

а	познават.мотивация	
б	коммун.мотивация	
в	компенс. мотивация	
г	релаксац.мотивация	
д	реактив.мотивация	

8 блок

а	компенс. мотивация	
б	коммун.мотивация	
в	релаксац.мотивация	
г	познават.мотивация	
д	реактив.мотивация	

Типы мотивации	Итоговая сумма
коммун.мотивация	
релаксац.мотивация	
познават.мотивация	
реактив.мотивация	
компенс. мотивация	

Если набранная сумма баллов по какому-либо типу мотивации находится в интервале от 33 до 40 баллов, можно говорить о явном преобладании данного типа мотивации в структуре информационной активности респондента.

Если набранная сумма баллов находится в интервале от 25 до 32 баллов, можно говорить о средней степени выраженности типа мотивации в структуре информационной активности респондента.

Если набранная сумма баллов находится в интервале от 17 до 24 баллов, можно говорить о слабой выраженности соответствующего типа мотивации в структуре информационной активности респондента.

Если набранная сумма баллов находится в интервале от 8 до 16 баллов, можно говорить о крайне слабой выраженности соответствующего типа мотивации в структуре информационной активности респондента.

Интерпретация полученных данных

1. *Познавательная мотивация* - медиаинформация потребляется с целью обогащения запаса знаний, общего интеллектуального развития, личностного/профессионального роста, духовного самосовершенствования. Человек оценивает поступающие сообщения, сведения, медиа-продукцию 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 медиа-зависимости (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. *Коммуникативная мотивация* - потребление медиаинформации выступает в качестве процесса неизбежно сопутствующего межличностному/межгрупповому общению. При этом основные темы для общения и социального взаимодействия определяются как события, происходящими в реальной повседневной жизни медиапотребителей, так и тем, что происходит в медиaprостранстве, 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.

вает себя. И если при этом он закичивается на самоосуждении, то не может рассчитывать на продвижение вперед и на выход из ситуации. Человек должен сформулировать собственную проблему следующим образом: что мне необходимо сделать, чтобы прервать порочный круг? Как изменить свое суждение, мироощущение, мировосприятие, чтобы не повторять прошлых ошибок, не наступать на грабли и т.д.

Доктор психологии М. Берик выделяет два типа чувства вины: первый – оправданное, которое возникает, когда мы не обращаем внимания на требование совершить некое полезное для нас созидательное действие немедленно; второй – неоправданное, когда человек прилагает все усилия для изменения своей жизни, но обстоятельства оказались сильнее его, а он при этом продолжает «пинать» себя, в то время как уже пора приступить к перестройке поведения.

5. У меня нет соответствующих сил и способностей, чтобы добиться чего-то значительного.

Позитивные мысли, нейтрализующие данное заблуждение: как правило, это предубеждение формируется на подсознательном уровне под влиянием оценок со стороны ближайшего окружения, и связано с вульгарно и примитивно понятиями представлениями о генетических программах, наследственности и т.д. Для того чтобы человеку это утверждать, ему нужно познать себя на все 100%. Вместе с тем самопознание приводит к прямо противоположному результату – к открытию в себе дара, способностей и т.д. То есть самопознание приводит к освобождению ограниченных представлений о себе (ментальных ограничений собственного «Я»).

6. У меня нет повода считать себя достойным чего-либо, так как я не богат, не красив, не обладаю какими-либо внешними атрибутами.

Позитивные мысли, нейтрализующие данное заблуждение: многие эталоны красоты и успешности навязываются нам современными масс-медиа через рекламу и фильмы. До определённой поры мы можем не замечать их действие, но именно они вызывают стеснение и замешательство у человека, когда ему предоставляют шанс проявить себя перед аудиторией. Невольно сравнивая себя с каким-либо «идеалом», мы можем избегать ситуаций, требующих самопрезентации, самореализации и самораскрытия. Для нейтрализации этих страхов необходимо культивировать в себе чувство уникальной, незаменимой в чем-либо личности.

7. Я человек не пригодный для переживания всякого рода жизненных трудностей и лишений, поэтому мне надо всячески их избегать.

Позитивные мысли, нейтрализующие данное заблуждение: трудности в жизни неизбежны. Конечно, человек не должен их создавать себе сам, но, в то же время, не имеет смысла их все время избегать, так как это может привести к возникновению еще более сложных ситуаций. Кроме того, ориентация на избегание трудностей формирует в человеке пассивность, неспособность решать проблемы, излишнюю уступчивость и соглашательство, что в конечном итоге ведет к потере уважения окружающих и самоуважения.

Занятие 2. «Вирусы массового сознания, мешающие нам жить»

Цель – диагностика и нейтрализация наиболее типичных искажений самовосприятия, заимствованных из СМИ и препятствующих осознанному и конструктивному выбору жизненного пути личности.

Инструкция ведущего: *«В массовой культуре часто встречаются своеобразные вирусы сознания, вызывающие искажения в самовосприятии и препятствующие адекватному выбору жизненного пути.»*

Сейчас Вашему вниманию будут предложены некоторые типичные деструктивные разрушительные вирусы массового сознания, то есть заблуждения, формирующие ложные установки, а также возможные способы их нейтрализации, позитивно влияющие на жизненные сценарии»:

1. Я не имею права на ошибку

Позитивные мысли, нейтрализующие данное заблуждение: деструктивность в неосознанном усвоении данной установки детьми от родителей, которые не признают своих ошибок при детях. При этом, когда человек не признается в ошибках себе и другим, то в тех случаях, когда они происходят, принимается два типа защит: вытеснение или перевешивание ответственности на других. В итоге люди не учатся на своих ошибках, так как ошибок «как бы» не существует.

2. Я достоин иной участи, поэтому имею право быть злым, бунтовать, не прощать и т.д.

Позитивные мысли, нейтрализующие данное заблуждение: мы все достойны лучшей участи, но мы не будем иметь лучшего, пока не научимся владеть собой, прощать других и добиться всего самостоятельно. Данная установка часто ведет к оправданию жестокости, к тотальному критицизму и при этом к избеганию реальных усилий по изменению ситуации. Те, кто обижаются на близких, судьбу и т.д., абсолютно не обижаются на тех, кто манипулирует ими, обещая все и сразу.

3. В жизни мне не везет, значит так мне и надо, я не заслуживаю ничего хорошего.

В какой-то мере это антитеза предыдущей установки.

Позитивные мысли, нейтрализующие данное заблуждение: самоосуждение и самоуничижение в российской культуре воспринимались как своеобразные инструменты, направленные на исправление характера. Однако, как показывают клинические наблюдения и психологическая практика, те люди, которые постоянно осуждают себя и испытывают чувство вины, не продвигаются в личностном развитии, так как застревают на борьбе с собственными недостатками, вместо того, чтобы ставить новые вехи к достижениям. Психическая энергия направляется на самокопание, ковыряние. По сути, данная установка ведет к развитию садомазохизма (по Фромму), суицидального поведения и т.д.

4. Если я не буду винить и осуждать себя, то я потеряю самоконтроль и перестану развиваться.

Позитивные мысли, нейтрализующие данное заблуждение: важно, чтобы человек понял, что своими разрушительными действиями он уже наказывает

3. *Релаксационная мотивация* - 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 отдается 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, формирование установок, предрасполагающих к пассивному восприятию реальности, не критичному 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. *Реактивирующая мотивация* - 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 соответствующими стимулирующими качествами, обеспечивающими возможность получения эмоциональной и физической подзарядки. При этом медиапространство 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 отдается внеинформационной активности, любого рода медиапродукция не рассматривается человеком как некая абсолютная, самодостаточная ценность, но лишь как некий внешний антураж его жизни. Преобладание данной мотивации, как правило, не несет риск возникновения медиазависимости, так как приоритетные цели и ценности личности находятся за пределами медиапространства.

5. *Компенсаторная мотивация* - 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, как средство виртуальной симуляции желаемых переживаний. Наиболее ярким примером такого рода продукции выступают компьютерные игры. Основным критерием оценки информации/медиапродукции выступает 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 медиа-зависимости (интернет-адикции).

2.2. Диагностика индивидуальных особенностей медиапотребления

Анализ стихийного поведения молодого поколения медиапотребителей и результатов проведённых за последние пол века исследований по проблемам социального познания (медиапотребления и стилевых особенностей когнитивной деятельности (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 вовлечённости в переживание 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 определить 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 медиапространстве жизненно важной для респондента информации.

При всей очевидной взаимосвязи между данными критериями, в процессе пилотной апробации опросника было установлено, что каждый из них выступает как имеющий достаточно независимые шкальные показатели, а значит несводимый к трём остальным. Так, например, респондента может характеризовать высокий уровень эмоционально-познавательной вовлечённости (ЭПВ) в медиапотребление и в тоже время по шкале критичного медиапотребления (РКМ) его показатели будут относительно низкими. А высокий уровень самоконтроля в отношении привычек медиапотребления (СПМ) далеко не всегда будет сочетаться с высоким уровнем развития умений и навыков эффективного поиска нужной информации (ЭПИ).

В процессе разработки опросника и, в частности, после анализа первых сырых данных, основанных на самоотчётах медиапотребителей, мы постепенно пришли к следующим выводам: опираясь на понятие «индивидуальный стиль медиапотребления» не следует исключать ориентации на некую «нормативную рамку». Нормативные диагностические показатели по каждой из шкал выстраивались на основании гипотетической «модели оптимального медиапотребления». Логика построения данной модели такова: в условиях экспансивного развития СМИ, активный и независимый медиапотребитель должен обладать набором необходимых умений, оптимизирующих процесс построения им индивидуального информационного пространства:

Блок 1

Нейтрализация негативных убеждений и деструктивных установок, усвоение новых форм когнитивной переработки значимой информации в контексте формирования жизненного пути.

Занятие 1. «Эмоции и здравый смысл в жизни человека»

Цель: стимулировать участников к осмыслению того, какую роль в их сознании и жизни в целом играют эмоции/желания и здравый смысл, основанный на способности к рациональному анализу.

Вступительное слово ведущего: *«Каждый из нас выстраивает свой жизненный путь, опираясь, с одной стороны, на здравый смысл, а с другой, – на эмоции и чувства. При этом мы не всегда можем объяснить самому себе, почему у нас возникают те или иные эмоциональные импульсы так же как не всегда можем сформулировать те или иные состояния словами. Поэтому каждому из нас необходимо научиться развивать способность к различению здравого смысла и эмоционально-чувственных позывов. Это件 полезно делать для оптимизации жизненных выборов, чтобы мы могли понимать, когда необходимо доверять себе, своим эмоциям и чувствам, а когда они идут вразрез с нашими глубинными интересами. Если нам удастся научиться отделять эмоции от голоса разума, то у нас больше шансов найти верный путь в жизни. Это касается постановки жизненных целей, определения жизненных смыслов и приоритетов, анализа нашего прошлого настоящего и будущего».*

Ведущий предлагает каждому участнику взять два листка бумаги, подписав их как «здравый смысл» и «эмоции». Теперь Вы должны записать в каждый из двух листков соответствующие желания, идеи, планы, страхи, опасения, то есть всё, что касается Вашей настоящей и будущей жизни. Вы должны записывать всё это не задумываясь, насколько эти записи в колонках согласованы.

После того как все выполнят данное задание, они должны зачитать свои записи в каждом из двух листов (или, хотя бы, часть этих записей). То, что зачитывается – выносится на групповое обсуждение для того, чтобы каждый участник имел возможность получить от группы и ведущего обратную связь – оценку того, насколько соотносятся/различаются голос его разума и эмоциональные импульсы. Ведущий и группа должны обращать внимание на изменения в голосе участника, его поведение и интонации в тех случаях, когда он говорит от имени своих эмоций или от имени разума. Таким образом, каждый участник имеет возможность получить обратную связь от группы и понять, что для него важнее, и что в нём более развито: голос разума или мысли и желания, возникающие под влиянием эмоций и чувств.

В заключение ведущий может отметить, что *«эмоции и чувства способствуют духовной подпитке и личностному росту (например, интерес, любовь), а рационализация жизненных планов ведет к социальной адаптации».*

жизненного пути, но также на развитие указанных выше навыков, обеспечивающих эффективную переработку жизненно важной информации, а значит способствующих развитию индивидуальной культуры медиапотребления подростков. При разработке структуры и содержания программы мы сознательно стремились к тому, чтобы предлагаемые нами задания и упражнения соединяли в себе возможности для решения всех поставленных задач. Программа может быть использована в качестве базовой модели для реализации различных вариантов элективных курсов и групповых занятий с учащимися старших классов, студентами ССУЗов и ВУЗов.

Программа групповых семинарско-практических занятий «Мой путь: целостное видение и осознанный выбор»

Авторы-разработчики: Долгов Ю.Н., Малюченко Г.Н., Смирнов В.М., Смотров Т.Н.

Краткое описание: программа направлена на развитие знаний, умений и навыков, способствующих построению осознанной целостной субъективной картины жизненного пути личности в современном информационном обществе.

Содержание программы

Практические упражнения, включенные в данную программу, ориентированы на достижение значимых сдвигов по 4 следующим векторам личностного развития:

5. Темпоральный вектор - развитие смысловой взаимосвязанности временных модальностей жизни (прошлое, настоящее, будущее)
6. Телеологический вектор - развитие целеполагания, способности к продуцированию осознанных и вдохновляющих жизненных целей.
7. Адопциональный вектор - развитие способности к эмоционально-конструктивному принятию базовых обстоятельств своей жизни.
8. Ипсефидальный вектор – развитие способности к позитивному самопринятию, формирование установок, усиливающих веру в собственное «Я» как способное к самореализации, построению осознанного жизненного пути.

Структура программы

Программа состоит из 3 основных структурных блоков:

Блок 1 – Нейтрализация негативных убеждений и деструктивных установок, усвоение новых форм когнитивной переработки значимой информации в контексте формирования жизненного пути.

Блок 2 – Актуализация ключевых смыслов выбора жизненного пути личности в условиях избыточного медиапотребления и информационного прессинга со стороны современного медиaprостранства.

Блок 3 – Закрепление конструктивных форм переработки значимой и полезной информации о жизненных сценариях.

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

○ умение адекватно оценивать ценностно-смысловую «начинку» сообщения, выделяя наиболее существенное и сопоставляя ее с собственной и/или общественно заданной системой ценностей;

○ умение полностью или частично блокировать информацию, провоцирующую аффективные реакции, вызывающую эмоциональный дисбаланс, непродуктивные конфликты с окружающими и т.п.;

○ умение активно формировать и поддерживать наиболее полезную для адаптации и личностной самореализации информационную среду, своевременно отключая/переключая информационные потоки;

○ умение находить и определять те источники информации, которые необходимы для удовлетворения актуальных потребностей и решения текущих жизненных и профессиональных проблем.

Методика «Индивидуальный стиль медиапотребления»

Авторы-разработчики: Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н., Смирнов В.М.

Бланк ответов

Пожалуйста, предварительно укажите, некоторые данные о себе:

1. Возраст _____
2. Пол _____
3. Укажите 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 независимым причинам не можете смотреть любимую телепрограмму, слушать любимую радиостанцию и т.п.					
7. Вы критикуете тех, кто создаёт теле/радио передачи за однообразность и отсутствие чувства меры.					
8. Вы заранее изучаете программу телепередач, что бы заранее выбрать интересующие Вас.					
9. У Вас часто возникают трудности и проблемы связанные с поиском какой либо 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 удаётся 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.					

ной среды, все указанные умения уже в старшем подростковом возрасте постепенно начинают переходить в разряд навыков, почти автоматически проявляющихся в типичных ситуациях повседневного медиапотребления.

К сожалению, современные юноши и девушки далеко не всегда самостоятельно осознают необходимость освоения этих умений и навыков для успешной социализации, учебной и профессиональной деятельности. Однако они вполне осознают, что современное медиaprостранство при всём избыточном количестве различной по форме и содержанию информации не может автоматически обеспечивать их надёжными, систематизированными знаниями. Они также достаточно быстро усваивают, что опора на указанные выше умения позволяет любому медиапотребителю переводить фрагментированную информацию в систематизированные знания.

Специально разрабатываемые упражнения и задания позволяют постепенно развивать у современных молодых людей все указанные выше умения. Однако следует отметить, что динамика их освоения зависит от того, насколько периодический и системный характер будет иметь соответствующая образовательная программа (курс), включающая данные упражнения и задания. Как показывают наши исследования, наиболее эффективный путь обеспечивающий гарантированный эффект, состоит в разработке и реализации специальной психолого-педагогической программы.

Представленная ниже программа, включает 3 блока коррекционно-развивающих упражнений и заданий:

Блок 1 – нейтрализация негативных убеждений и деструктивных установок, усвоение новых форм когнитивной переработки значимой информации в контексте формирования жизненного пути.

Блок 2 – актуализация ключевых смыслов выбора жизненного пути личности в условиях избыточного медиапотребления и информационного прессинга со стороны современного медиaprостранства.

Блок 3 – закрепление конструктивных форм переработки личностно-значимой и полезной информации о жизненных сценариях.

Практические упражнения, включенные в данную программу, ориентированы на достижение значимых сдвигов по следующим 4 векторам личностного развития:

1. Темпоральный вектор - развитие смысловой взаимосвязанности временных модальностей жизни (прошлое, настоящее, будущее).
2. Телеологический вектор - развитие целеполагания, способности к продуцированию осознанных и вдохновляющих жизненных целей.
3. Адопциональный вектор - развитие способности к эмоционально-конструктивному принятию базовых обстоятельств своей жизни.
4. Ипсефидальный вектор – развитие способности к позитивному самопринятию, формирование установок, усиливающих веру в собственное «Я» как способное к самореализации, построению осознанного жизненного пути.

Следует особо отметить, что большая часть описанных ниже упражнений и заданий направлена не только на коррекцию личностного восприятия

тия этот процесс начинается с первых лет жизни и, во многом, происходит вне контроля со стороны родителей и других значимых взрослых, без должного осознания мотивов и конечных целей. При этом научное сообщество пока не располагает необходимыми исследовательскими инструментами, позволяющими определять все возможные как отрицательные, так и положительные последствия раннего и стихийного вхождения личности в глобальное информационное пространство.

К настоящему времени вполне отчётливо проступает одна из основных угроз, сопутствующих интенсивной медиатизации общества – угроза утраты целостного восприятия социальной реальности, а также угроза утраты целостного восприятия жизненного пути в сознании отдельной личности. В ракурсе современной образовательной парадигмы наиболее эффективное противодействие указанным угрозам можно осуществить путём целенаправленного развития информационной культуры личности как комплекса взаимосвязанных умений и навыков медиабезопасности.

В связи с вышесказанным, возникает ряд закономерных вопросов: что способствует формированию целостного восприятию реальности и тем самым препятствует его распаду на отдельные образы, фрагменты, клипы? Какие составляющие развития когнитивной сферы должны быть обязательными пунктами образовательных программ? Каким образом должны выстраиваться программы и курсы, позволяющие, как минимум, сглаживать негативные последствия информационной интоксикации сознания и препятствовать нарастанию указанных угроз? Чтобы получить системный ответ на заданные вопросы, необходимо для начала определить базовые умения и навыки, обеспечивающие целенаправленное формирование информационной культуры личности, а также ключевые факторы, способствующие или препятствующие их освоению.

Как показывает наш анализ медиапсихологических исследований, выполненных в последние два десятилетия, наиболее значимыми в аспекте развития культуры медиапотребления являются следующие базовые умения:

- **Контекстуальное восприятие информации**, позволяющее отслеживать или раскрывать её происхождение, явное или скрытое назначение;

- **Устойчивая фокусировка на смыслах** (ценностях) при восприятии привходящей информации, позволяющая проводить её оперативную оценку и фильтрацию;

- **Гибкая категоризация информации** в зависимости от ситуации, приоритетов и критериев, заданных учебной профессиональной или иной деятельностью;

- **Креативная утилизация информации**, включающая первичную проверку получаемой информации и последующую её коррекцию в зависимости от получаемого опыта.

Следует отметить, что указанные умения требуют высокого уровня развития абстрактного мышления, аналитико-синтетических способностей, что может быть реализовано в полной мере только по достижению юношеского возраста. Вместе с тем, при создании соответствующей образователь-

16. В поисках нужной информации, Вы можете незаметно для себя отвлечься на что-либо другое, менее важное.				
17. Вам легко удаётся 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 бродяжничества 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 вам 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/радио эфир, Интернет и т.д. можно пропустить нечто очень важное и ценное.				
30. Вы используете современные СМИ (включая телевидение, радио, Интернет) как, 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 чём-то важным, сколько занимаются пропагандой или рекламой чего-либо.				
38. Вы сознательно дозируете потребление информации т.к. чувствуете, что излишняя информация Вам ничего не даёт.				
39. Прибегаете ли Вы к помощи книг и тематических журналов при поиске ответов на интересующие Вас вопросы.				
40. Вы откладываете выполнение важных, но не интересных Вам 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.				

от непродуктивных и деструктивных установок, стереотипов в сфере медиапотребления.

Проведение данной программы в формате «тренинг тренеров» требует также особого внимания к следующим «универсальным параметрам»:

1. *Групповая динамика.* Основные стадии групповой динамики. Критерии их выявления. Приемы управления поведением группы. Особенности конфликтов и работы с ними на каждом этапе групповой динамики. Приемы торможения и развития групповой динамики. Понимание, когда нужно запускать групповую динамику, а когда необходимо ее тормозить. Связь целей, содержания, длительности тренинга с управлением групповой динамикой. Отработка сопротивления/защитных механизмов участников по отношению к ведущему тренинга как часть групповой динамики. Изменение стилей тренера в зависимости от стадий групповой динамики.

2. *Стиль поведения тренера.* Анализ поведения ведущего тренинга с точки зрения его соответствия поставленным результатам. Зависимость построения программы тренинга и его ведения от общих целей, этапных задач, длительности, возрастного состава участников. Наиболее результативные приемы управления группой во время тренинга медиапотребления. Необходимость решения личных вопросов/проблем тренеров. Практическая отработка отдельных упражнений.

3. *Содержательно-техническое наполнение тренинга.* Взаимосвязь целей, содержания, особенностей проведения, анализа и обобщения в проведении игр и упражнений. Особенности создания игровых, ситуационных заданий и упражнений, обратной связи от членов группы в тренинге медиапотребления. Расширение «кейсов» (набора приёмов, ситуаций и инструментов тренера). Использование ментальных карт и других графических приёмов анализа опыта работы с информацией и групповой работы. Постоянные поиски новых, более адекватных подходов к проведению программных (стандартных) групповых занятий.

3.2. Оптимизация личностного восприятия и выбора жизненного пути в условиях интенсивного развития современного медиапространства

Глобальное информационное пространство предоставляет широкие возможности для расширения копинг-ресурсов личности, для осознания всего спектра возможных решений, для поиска и реализации наиболее оптимальных жизненных стратегий. Но, к сожалению, на практике далеко не все потребители информационных ресурсов умеют эффективно их использовать. Вследствие нехватки информационной культуры личности, отсутствия навыков систематической работы с медиапространством, значительная часть современных граждан в кризисных и стрессовых ситуациях демонстрирует хаотичную познавательную активность. Во многом это связано с тем, что в большинстве случаев формирование паттернов информационной активности личности происходит в значительной степени стихийно, под влиянием тех или иных трендов повседневного медиапотребления. В последние десятилетия

– не насаждает ли программа ценности другой культуры, чуждые культурным традициям России;

– можно ли считать данные проекты (виды медиа-продукции), выполняющие функцию связывания зрителя с историческим прошлым его страны, то есть его корнями.

Таким образом, эксперты должны в целом определить, насколько представленные медиапродукты отвечают этнокультурным ценностям и традиционным представлениям об этике и морали граждан, проживающих в РФ, а также то, какой тип личностной идентичности формируется в результате их возможного позитивного или негативного воздействия на сознание медиапотребителей.

В заключение ведущий может организовать дискуссию на темы: «Зачем человеку необходимо сохранять свою этнокультурную идентичность» и «К каким рискам приводит этнокультурная маргинализация личности под влиянием медиапространства».

Распространение программы в формате «тренинг-тренеров»

Данная тренинг-программа может проводиться в формате «тренинг тренеров» для специалистов образовательных учреждений и/или студентов-волонтеров. Это целесообразно делать в целях расширения количества охваченных участников, ознакомленных с общими принципами и компетенциями, необходимыми для развития осознанного медиапотребления. Данный формат позволяет эффективно осваивать как необходимые компетенции в сфере медиапотребления, так и структурно-содержательные компоненты, обеспечивающие их развитие. Наиболее важным условием освоения практических навыков в режиме «тренинга тренеров», как известно, является то, что все обучаемые могут выступать в качестве супервизоров и со-тренеров, что даёт дополнительные стимулы и возможности для профессионального и личностного роста.

Ведущий должен направлять внимание обучаемых на усвоение и обсуждение следующих особенностей проведения тренинг-программы с представителями молодого поколения:

1) у обучаемых может отсутствовать либо быть слабо актуализированной потребность в получении новых знаний или в перестройке сформировавшихся стереотипов в сфере повседневного медиапотребления. Поэтому 1-й блок программы направлен на актуализацию ключевых смыслов КМП и перевод неосознанной потребности медиакомпетентности в осознанный мотив;

2) обучаемые могут отрицать необходимость/целесообразность освоения новых знаний, умений в сфере медиапотребления, так как привычные стереотипы медиапотребления представляют в их глазах часть их индивидуальности, личностные особенности, не требующие корректировки;

3) обучаемые могут осознанно или неосознанно уводить групповую работу в режим пространственных дискуссий на тему «кому что нравится», в то время как цель тренинга – не исправлять вкусы/предпочтения, а освободиться

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 какая должна быть исключена.				
50. Вам с трудом удается 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 Вашей жизни.				
58. Вы пропустите увлекающие Вас телепрограммы, фильмы, игровые сеансы, если имеются какие 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.				

Обработка данных

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» оценивается 0 баллов.
2. В соответствии с представленными ниже ключами по каждой из 4-х ниже шкал просчитывается общая сумма баллов. Минимальное количество баллов минус 30 баллов, максимальное количество баллов по каждой шкале 30 баллов.
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:

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 полученных данных

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, то 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 масс-медиа, 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

Далее ведущий предлагает учащимся вспомнить, какое воздействие оказывали на них те или иные фильмы, книги, игры, телепрограммы и подобрать соответствующие прилагательные из списка. При необходимости участники могут подобрать несколько прилагательных для одного медиапродукта, а также указать свои прилагательные, не вошедшие в предлагаемый список.

Групповые упражнения для учащихся старших классов и студентов «Взгляд на закате жизни»

Цель: развить понимание важности влияния медиапродукции, медиакумиров на жизненный путь и личностное становление.

Проведение

Ведущий предлагает участникам программы представить себя в отдаленном будущем, в последние недели или даже дни жизни. Мысленно убеждённые седиными и умудренные полученным опытом, они должны взглянуть на свои сегодняшние предпочтения/пристрастия в отношении тех или иных информационных источников, тех или иных жанров, телепрограмм и телезвёзд. Им предлагается ответить на вопрос о том, каким образом они будут оценивать свои сегодняшние предпочтения в отношении тех или иных медиапродуктов. Что будет значимо для них в сфере медиапотребления в конце жизненного пути, о чём или о ком из области масс-медиа они тогда вспомнят и что скажут относительно их воздействия.

В заключение ведущий просит участников поделиться мнением, можно ли ещё в молодые годы научиться беспристрастно и критично оценивать тех или иных «кумиров», те или иные явления массовой культуры и насколько это зависит от возраста человека?».

Групповое упражнение «Культурные корни»

Цель: приобрести умение сохранять связь с культурными корнями своего народа как единой историко-культурной общности, умение быть активным медиапотребителем, не утрачивая при этом этнокультурной идентичности.

Проведение.

Участники программы делятся на две подгруппы:

- представители СМИ;
- эксперты в области этнопсихологии

Одна подгруппа участников - «представители СМИ» - должна представить в качестве имеющих некую ценность проекты телевизионных программ, Интернет-сайтов или радио-передач, имеющих некую культурно-историческую направленность и раскрыть вложенные в них смыслы.

Другая подгруппа - «эксперты в области этнопсихологии» - должна подвергнуть экспертизе данные программы по следующим критериям:

- не оскорбляет ли содержание программы какие-либо этнические и социальные группы, проживающие на территории РФ;

знаний/умений и соотнесён с реальными задачами/проблемами в сфере повседневного медиапотребления. При необходимости ведущий может подсказать участникам, что эти элементы могут быть представлены в метафорической форме, например, «спамозащитные очки», позволяющие человеку определять всякого рода информационный мусор, или «медиакомпас», позволяющий оперативно определять направление поиска реально ценной и доступной информации по той или иной проблеме.

На втором этапе проведения занятия участники подгрупп представляют свои версии экипировки медиапотребителя, стремясь максимально убедительно раскрыть предназначение каждого её элемента. При этом им могут быть заданы любого рода проясняющие, уточняющие вопросы от представителей противоположной подгруппы. Ведущий должен всячески содействовать тому, чтобы эти вопросы, в первую очередь, касались способов развития конкретных умений, навыков соотносимых с тем или иным элементом экипировки. Затем ведущий может предложить участникам подгрупп поменяться ролями и предложить свои версии «защитной» и «поисковой» экипировки. Эти версии также должны получить оценку в процессе их представления.

В заключение ведущий просит каждого из участников назвать самые лёгкие и самые трудные, с его точки зрения, знания и умения, составляющие защитную и поисковую экипировку медиапотребителя, а также поделиться друг с другом опытом овладения названными знаниями и умениями.

Ниже представлены групповые упражнения, которые могут быть применимы в рамках специально организованных факультативных и тематических «классных часов».

Групповое упражнение для учащихся средних классов «Подбери прилагательное»

Цель: развивать у учащихся умения чётко дифференцировать любого рода медиапродукты по преобладающему характеру их воздействия на эмоциональную и когнитивную сферу

Проведение

Ведущий знакомит участников группы со списком прилагательных, которые применяются людьми при оценке качества и воздействия разного рода медиапродуктов. Данный список включает три подгруппы прилагательных отражающих два поляризованных (позитив/негатив) и один смешанный вариант оценок воздействия медиапродуктов на сознание человека:

Позитивная оценка медиапродукта	Негативная оценка медиапродукта	Неоднозначная оценка медиапродукта
<ul style="list-style-type: none"> • Развивающий • Успокаивающий • Очищающий • Увлечательный • Веселящий 	<ul style="list-style-type: none"> • Тревожащий • Утомляющий • Пугающий • Угнетающий • Навязчивый 	<ul style="list-style-type: none"> • Ошеломляющий • Интригующий • Завораживающий • Запутанный • Настораживающий

эмоциональных и когнитивных компонентов вовлеченности. Респондент отслеживает потоки информации, но при этом он 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 происходящим 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, то есть 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.

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 затрачиваемом на все остальные виды деятельности респондента. Его познавательная активность и сопутствующие эмоциональные реакции почти полностью определяются процессами происходящим 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 содержание потребляемой информации. 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 медиaproстранство 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 тоже 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.

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 формулиров-

о товаре/услуге, вложенные в содержание ролика и б) стимулы, сопровождающие данную информацию. Часто такого рода стимулы выражаются через демонстрацию какой-либо престижной/активной деятельности, значимых отношений, желаемых состояний и т.д. Ведущий должен отметить, что отделяя информацию о товаре или услуге от стимулирующих образов, мы можем определять её действительную полезность, актуальную значимость. Поскольку объём такой «полезной» информации целиком зависит от нашего восприятия рекламных сообщений, поэтому не исключено, что некоторые из этих сообщений не будут содержать никакой значимой информации, с точки зрения того или иного участника.

Далее ведущий демонстрирует участникам серию медиапродуктов/сообщений рекламного характера. При этом видео-ролики могут чередоваться с журнальными постерами и т.п. После просмотра каждого рекламного сообщения участники делают личные записи и без комментариев переходят к просмотру следующего сообщения. После того как все сообщения будут просмотрены и получат письменно зафиксированную оценку, ведущий предлагает участникам просмотреть рекламные сообщения ещё раз, но уже с зачитыванием сделанных ими записей. При этом участники могут обмениваться своими мнениями относительно зачитанных оценок тех или иных рекламных сообщений их коллегами.

Ведущий должен предоставлять участникам достаточно времени для того, чтобы они смогли обдумать увиденное и отделить информацию от стимулов. Если участники затрудняются, ведущий может предложить им пример посредством разбора содержания одного из роликов.

В заключение ведущий предлагает участникам проанализировать, какие представления о медиапотребителях направляли действия создателей того или иного рекламного сообщения.

3.5. Групповое занятие «Защитная экипировка медиапотребителя»

Цель: обобщить полученный в ходе групповых занятий опыт и определить те умения, знания в области медиапотребления, для должного уровня развития которых требуются дополнительные усилия.

Проведение.

На первом этапе проведения занятия ведущий предлагает участникам разбиться на две подгруппы.

Первой подгруппе участников предлагается выразить через понятие «защитная экипировка» сформировавшиеся у них представления о способах, инструментах защиты медиапотребителя от всякого рода вредоносной, ненужной информации, отнимающей время и энергию.

Второй подгруппе участников предлагается выразить через понятие «поисковая экипировка» сформировавшиеся у них представления о способах, инструментах поиска значимой, актуально востребованной информации в современном медиaproстранстве.

Задача каждой подгруппы – найти как можно больше необходимых элементов, составляющих защитную или поисковую экипировку современного медиапотребителя. Ведущий должен особо отметить, что каждый из её элементов должен быть подробно описан в плане развития соответствующих

Проведение.

Участники программы делятся на две подгруппы и поочередно выступают в двух ролях: представители СМИ и медиа-потребители.

Участники, выступающие в роли представителей СМИ, должны выбрать из предоставленной ведущим электронной базы данных подборку из 3-4 единиц медиапродукции (например, это могут быть, рекламные ролики, видеозапись экспресс-конференции, официальное сообщение, краткий информационный выпуск или музыкальный клип). В каждом выбранном для предъявления медиапродукте они должны заранее определить какое-либо «смысловое зерно», более или менее очевидное. В некоторых случаях оно может быть преднамеренно спрятано за внешней формой, поверхностным содержанием, например: демонстрируется экспресс-интервью с известным артистом, скрытый смысл которого заключается в оправдании неблагоприятного поступка, совершённого им накануне; демонстрируется какое-либо рекламное сообщение с неоднозначным смыслом (реклама пива с демонстрацией успешности в жизни и взаимоотношения с противоположным полом и т.д.). Затем выбранные медиапродукты демонстрируются участникам, выступающим в роли медиапотребителей. Ведущий ставит перед ними задачу: определить истинный, не всегда очевидный смысл, заложенный в данные медиасообщения. Вместе с тем, он должен предоставить каждому участнику право на собственное мнение. После просмотра каждого медиапродукта выступающие в роли «медиапотребителей» записывают свои версии заложенных в них скрытых смыслов, которые могут быть коллективными либо индивидуальными. Затем участники подгрупп сравнивают свои версии смыслов, заложенных в медиасообщения, и обмениваются ролями.

Упрощенный вариант проведения данного группового занятия: ведущий создаёт подборку медиапродуктов, которые доносятся до всех участников тренинг-группы, выступающих в роли медиапотребителей. Их задача – установить те скрытые смыслы/посылы, которые спрятаны за внешним выражением сообщений. Затем участники тренинг-группы просматривают медиапродукты и обмениваются мнениями относительно смыслов заложенных в каждый из них.

В заключение ведущий предлагает участникам поделиться своим опытом, своими рецептами по выявлению истинных /скрытых смыслов медиасообщений и поразмышлять о том, как эти смыслы могут влиять на неосознанные реакции и поведение медиапотребителей.

3.4. Групповое упражнение: «Отделение информации от стимулов»

Цель: приобрести умение оперативно устанавливать объём действительно ценной (лично значимой) информации в содержании рекламных сообщений и отделять его от «чистых стимулов», встроенных в содержание рекламной продукции.

Проведение.

Ведущий доводит до сведения участников программы задание: им предстоит просмотреть серию рекламных роликов/рекламных постеров и мысленно разделить их на две составляющих: а) «чистую», то есть сведения

ке 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 медиaprостранства, 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 полезности воспринимаемой информации. Сознание испытуемого характеризуется присутствием своеобразных фильтров в восприятии и потреблении медиаинформации, высокая продуктивность 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.

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 медиaprостранстве 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 искоемых 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 медиapотоках, 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 медиapотребителей. 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 не критичный – 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 не критичный – 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 не критичный – низкие показатели по шкале ЭПВ (-11 и ниже), низкие по шкале ВКМ (-11 и ниже) и низкие по шкале РКМ (-11 и 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 не критичный – 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+).

сопутствующие переживания медиapотребителей – внутриличностный конфликт, вызванный самоосуждением, борьба мотивов к осуществлению двух видов деятельности, например при просмотре телевизора и подготовке к экзаменам. Участники, играющие роли различных источников информации, могут проявлять инициативу, поочередно высказывая протагонисту всё, что они думают о своих отношениях с ним. Они должны вести диалоги с ним, так как будто речь идёт об отношениях двух независимых субъектов. Ведущий должен стимулировать протагониста к предельно искренней оценке его привычек в сфере медиapотребления.

В заключение участники должны высказать своё видение оптимальных сценариев медиapотребления и причин возникающих проблем в данной сфере.

3.2. Групповое занятие «Границы истинности»

Цель: развить у участников умение критично воспринимать авторитетные сентенции, выражающие те или иные социальные законы/закономерности и определять рамки их применимости (пределы действия/границы истинности).

Проведение.

Ведущий предлагает участникам тренинга разбиться на подгруппы. Каждая из подгрупп получает карточку, содержащую какое либо чётко сформулированное утверждение. Это могут быть известные околonaучные или научные сентенции время от времени транслируемые через СМИ, например:

1. «Человек вполне способен учиться не только на собственном, но и на чужом опыте»;
2. «В качестве моделей для подражания человек чаще всего выбирает людей, имеющих совпадающий с ним пол и возраст»;
3. «Без удовлетворения основных потребностей в безопасности, питании и жилище человек не может думать о благе других людей»;
4. «Значимые для нас люди всегда, так или иначе, определяют наш выбор целей и способы их достижения».

Участники подгрупп должны осмыслить предложенные им сентенции, найти и привести примеры из жизни, подтверждающие их истинность, а также *обязательно* назвать те условия, при которых данные сентенции уже перестают быть истинными. При этом желательно также привести конкретные примеры из жизни, подтверждающие либо опровергающие/ограничивающие «истинность» каждой сентенции.

После того как участники каждой из подгрупп выскажут свои оценки в отношении той или иной сентенции, ведущий предлагает им обсудить то, как часто нам необходимо определять границы действия той или иной закономерности.

3.3. Групповое занятие «Схватывание смыслов»

Цель: развить у участников способности/умения выделять в медиатекстах «содержательное ядро», схватывать скрытые/истинные смыслы, заложенные в содержание разного рода медиасообщений.

В заключение ведущий предлагает каждому участнику высказать мнение о том, что произойдет с обществом в котором под влиянием СМИ будут утрачены базовые ценности.

Блок 3

Коррекция индивидуальных стратегий потребления медиапродукции

3.1. Групповое занятие «Сценарии медиапотребления»

Цель: помочь участникам осознать те ситуации, неосознанные установки и привычки медиапотребления, которые провоцируют возникновение деструктивных стратегий медиапотребления.

Проведение

На первом этапе ведущий предлагает участникам программы, разбиться на 2-3 подгруппы, участники которых должны попытаться ответить на вопрос, насколько часто и при каких «внешних» и «внутренних» условиях в сознании медиапотребителей возникают такие состояния как:

- полная поглощенность происходящим на экране телевизора, например, при динамичном развитии сюжета фильма;
- «завороженность», возникающая при восприятии телекумиров, звезд кино или эстрады и т.п.;
- «наваждение», вызванное блужданием в Интернете, созерцанием реалистичных игровых образов и т.д.

Ведущий должен особо отметить, что речь идет о таких состояниях сознания, при которых человек теряет чувство времени и осознание того, что для него действительно актуально здесь и сейчас, например, необходимость сна, своевременное питания, общение с близкими и т.д. После того как участники подгрупп назовут свои версии условий возникновения указанных состояний, ведущий предлагает им инсценировать соответствующие ситуации. Можно использовать при этом стандартные приемы психодраматического/ролевого проигрывания.

Как правило, отдельные участники подгрупп выступают в роли «протагонистов»: они выстраивают своё видение ситуаций, провоцирующих у них состояния «завороженности и наваждения», а затем инсценируют их протекание. Другие участники подгрупп могут участвовать при проигрывании ситуаций в самых различных ролях, включая роль телевизора, компьютера, журнала, мобильного телефона и т.п. При необходимости ведущий должен помочь каждой подгруппе тщательно выстроить условия возникновения ситуаций деструктивного медиапотребления и инсценировать их протекание. От каждой подгруппы может быть представлено несколько сценариев деструктивного медиапотребления.

На втором этапе, ведущий должен предложить участникам внести в инсценируемые ситуации те внешние условия или внутренние изменения, которые приведут к прерыванию деструктивных сценариев медиапотребления, к выходу из состояния «наваждения» и т.п. Желательно проиграть все предложения участников по прерыванию сценариев деструктивного медиапотребления. При необходимости могут быть инсценированы и проиграны

2.3. Диагностика особенностей становления субъективной картины жизненного пути личности в условиях современного информационного пространства

Как показывает, наш анализ научных источников посвященных данной проблеме (К.А. Абульханова, Э. Берн, К.Г. Юнг) качественные характеристики СКЖЛ формируются под влиянием ряда ключевых факторов:

1. примеры выбора жизненного пути от наиболее референтных лиц из ближайшего окружения - родительские сценарии и т.д.
2. социокультурные особенности образования и воспитания личности, определяющие относительную адекватность и целостность её картины мира/модели социальной реальности при усвоении культурного опыта
3. личный жизненный опыт или точнее его автобиографическое осмысление – методика сочинение «Моя жизнь» от 3 лица в художественном стиле
4. архетипические сценарии жизненного пути сознательно или бессознательно отобранные при взаимодействии с медиапространством.

При анализе СКЖПЛ мы вслед за многими авторами выделяем 2 основных структурных компонента сознания – когнитивный и эмоциональный. Поэтому критерии/факторы для оценки субъективной картины жизненного пути выстраивались на соответствующих двух уровнях.

На когнитивном уровне:

1. Прошлое, настоящее и будущее конструктивно осмыслены (при необходимости переосмыслены) как временные звенья некоего единого целого – «МОЯ ЖИЗНЬ». При этом каждое из этих звеньев имеет некие автономные локальные смыслы, которые гармонично объединяются в единую картину – критерий смысловой взаимосвязанности временных измерений (*модальностей*) жизни (прошлое, настоящее, будущее)
2. Наличие осознанной вдохновляющей жизненной цели, основанной на непротиворечивых личностных смыслах и ценностях, способной стимулировать и мотивировать повседневную деятельность личности. Процесс достижения данной цели может выходить за пределы времени жизни личности, то есть цель может быть трансцендентна. Критерий наличия осознанной и вдохновляющей цели.

На эмоциональном уровне:

3. Конструктивная эмоциональная оценка жизненного пути, выраженная в принятии базовых обстоятельств своей жизни (включая неблагоприятные) как того, что объективно способствует нашему духовному и личностному росту. В качестве одного из обоснований исходной позиции для данного принятия может быть использован принцип/девиз: «всё, что нас не убивает, делает нас сильнее!!!». Критерий – эмоционально-конструктивное принятие базовых обстоятельств своей жизни.
4. Принятие человеком самого себя как субъекта жизненного пути (С.Л. Рубинштейн), способного к творческой самореализации и целостному восприятию собственной жизни, что позволяет ему самостоятельно и активно

творить свои жизненные выборы, планировать и реализовывать свои ближайшие цели и задачи. Критерий – принятие своего Я как способного к самореализации, к осознанному жизненному пути.

Таким образом, мы можем говорить о согласованности, осмысленности и целостности субъективной картины жизненного пути личности в том случае, если:

- Прошлое, настоящее и будущее человека имеет смысловую взаимосвязанность;
- Повседневная деятельность человека подвижна осознанными и вдохновляющими целями
- Человек конструктивно принимает исходные обстоятельства своей жизни, как объективно способствующие его личностному и духовному росту
- Человек принимает себя как реального или потенциального субъекта жизненного пути, способного к активной и творческой самореализации

Опросник «Субъективная картина жизненного пути личности»

Авторы-разработчики: Долгов Ю.Н., Малюченко Г.Н., Смирнов В.М., Смотров Т.Н.

Цель: в настоящее время в силу постепенного, но неуклонного увеличения количества и качества медиапродукции увеличивается общее влияние медиапространства на личностное восприятие мира. Опросник позволяет установить наиболее существенные характеристики субъективной картины жизненного пути и в комплексе с другими опросниками (ИСМ и МСИА) косвенно выявить реальную роль и значимость такой продукции для представителей молодого поколения. Опросный лист включает отдельные вопросы по 4-м шкалам.

Инструкция: Вероятно, Вам не раз приходилось задумываться над смыслом собственной жизни, Вашим прошлым, настоящим и будущим. В таком случае Вам не составит особого труда ответить на предложенные ниже вопросы, используя следующие варианты ответов: да; скорее да, чем нет; скорее нет, чем да; нет.

Бланк ответов

Утверждения	Да	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет
Темпоральная шкала				
1.Трудно ли Вам планировать свое будущее на длительный срок (не менее 10-15 лет)?				
2.Считаете ли Вы, что жить надо только настоящим?				
3.Считаете ли Вы, что все события				

знания телесных процессов. Любого рода спонтанные мысли по поводу увиденного/услышанного не должны озвучиваться ими в процессе восприятия медиапродукции.

После просмотра медиа-продукции ведущий предлагает участникам рассказать о тех телесных и эмоциональных реакциях, которые возникали у них при восприятии демонстрируемых медиа-продуктов, оценить данные реакции с точки зрения их «полезности/вредности».

В заключение ведущий инициирует дискуссию на тему «Что произойдет, если мы не будем прислушиваться к внутреннему голосу».

2.5. Групповое занятие «Сохранение базовых ценностей»

Цель: Умение осознавать те базовые общечеловеческие ценности, которые ни при каких условиях не должны девальвироваться производителями и потребителями медиа-информации.

Проведение.

Участники делятся на три подгруппы:

- представители СМИ;
- организации, осуществляющие контроль за деятельностью СМИ;
- эксперты по вопросам взаимодействия общества и СМИ.

Участникам каждой подгруппы предлагается создать список тех базовых ценностей, без соблюдения которых невозможно стабильное развитие общества. Как правило, после обсуждения выдвигается 5 ± 2 ценности. Например:

- ценность человеческой жизни;
- ценность семьи;
- ценность веры в надличные идеалы;
- ценность объективного знания;
- ценность свободы самореализации.

После того как каждая подгруппа определит список ценностей, ведущий предлагает озвучить их и обменяться мнениями о том в какой мере современные СМИ поддерживают либо дискредитируют представленные выше ценности.

Подгруппа представителей масс-медиа должна доказать на конкретных примерах, как современные телеканалы, газеты и другие источники масс-медиа могут поддерживать все так называемые базовые ценности, оставляя приоритет за ценностью «свобода слова».

Подгруппа представляющих «контролирующие организации» должна показать (на примерах тех или иных телевизионных программ, газетных статей и других медиа-продуктов), что современные СМИ нередко дискредитируют базовые ценности, сеют сомнения в необходимости их соблюдения, активно навязывая медиапотребителям альтернативные точки зрения.

Подгруппа «экспертов» должна попытаться обобщить две точки зрения на роль базовых ценностей в жизни общества и найти взаимоприемлемые решения.

Затем каждая из подгрупп должна не только представить, но и обосновать/защитить свой список существенных признаков красоты и уродства, талантливости и посредственности.

Необходимо отметить, что участники могут не сойтись во мнениях в отношении критериев оценки медиaproдукции и существенных признаков талантливости и посредственности, красивого и уродливого в области медиаискусства. В этом случае участникам тренинга достаточно выразить свои мнения, чувства и ассоциации, возникшие у них при восприятии тех или иных медиaproдуктов.

В заключение ведущий инициирует дискуссию на тему «Могут ли в медиаискусстве сочетаться талантливость и уродство, красота и посредственность?»

2.4. Групповое упражнение «Внешние стимулы и внутренний голос»

Цель: развить умение периодически осознавать и анализировать те ответные реакции (в виде эмоций, чувств и ощущений), которые вызывает в нас разного рода медиаинформация, присутствующая в сфере повседневного восприятия. В данном упражнении реализуется один из основных постулатов телесно-ориентированной психотерапии – целесообразность сбалансированного распределения внимания в отношении внутренних и внешних стимулов.

Проведение.

Ведущий в начале данного упражнения зачитывает отрывок из речи обращенной к молодому поколению одного из создателей первых персональных компьютеров и основателя корпораций «Apple» и «Рiхар» Стива Джобса. Выступая перед выпускниками Стэнфордского университета, Стив Джобс, отмечая необходимость прислушиваться к голосу интуиции, к внутренним сигналам, исходящим из подсознания, сказал: *«Ваше время ограничено, поэтому не тратьте его на жизнь чей-то чужой жизнью. Не попадайте в ловушку догмы, которая учит жить мыслями других людей. Не позволяйте шуму чужих мнений перебить ваш внутренний голос. И самое важное, имейте храбрость следовать своему сердцу и интуиции. Они каким-то образом уже знают то, кем вы хотите стать на самом деле. Всё остальное вторично».*

Ведущий предлагает участникам группы проверить ценность этих слов на собственном опыте. Для этого он рассказывает их таким образом, чтобы свести к минимуму их влияние друг на друга. Ведущий помогает участникам группы настроиться на осознание текущих переживаний в режиме «здесь и сейчас», а затем демонстрирует им разного рода медиaproдукцию, включающую фрагменты из фильмов, аудиозаписи музыкальных произведений, выступления известных людей, ролики с коммерческой и социальной рекламой и т.д.

Задача каждого из участников – чутко отслеживать и кратко (письменно) фиксировать возникающие в их организме, в эмоциональной сфере реакции на разного рода медиaproдукцию. При этом им рекомендуется всячески блокировать, всё то, что отвлекает их внимание от внутреннего голоса и осо-

Вашего прошлого были неслучайными и необходимыми для Вашего личностного роста?				
4.Полагаете ли Вы, что способны учиться на своих ошибках и не повторять их в будущем?				
5.Можете ли Вы сказать, что Ваша сегодняшняя жизнь является основой для жизни в будущем?				
6.Считаете ли Вы, что жизнь каждого человека должна быть осмысленна?				
7.Считаете ли Вы, что любое случайное событие может коренным образом изменить ваши взгляды на жизнь?				
8.Считаете ли Вы, что негативный опыт это тоже полезный опыт Вашей жизни?				
9.Согласны ли Вы с тем, что настоящее даёт каждому из нас шанс для переосмысления прошлого и будущего?				
10.Можно ли сказать, события Вашего прошлого и настоящего взаимосвязаны между собой?				
11.Можно ли сказать, что Ваша жизнь разворачивается по определенному сценарию, автором которого являетесь Вы сами?				
12.Считаете ли Вы, что раннее детство человека предопределяет его дальнейшую жизнь?				
13.Верите ли Вы в то, что жизненный путь человека во многом определяется его планами на будущее?				
14.Есть ли у Вас привычка постоянно размышлять над происходящим в жизни?				
15.Всегда ли Вы планируете свое будущее с учетом реалий настоящего?				
Телеологическая шкала				
1.Можете ли Вы сказать, что у Вас				

есть цель (цели) в жизни?				
2.Когда Вы думаете о своей жизненной цели, это вдохновляет Вас, дает Вам силы, энергию?				
3.Считаете ли Вы, что у каждого человека есть какое-либо своё предназначение в жизни?				
4.Оцениваете ли Вы цель своей жизни как долг, обязанность («нести свой крест»)?				
5.Стремитесь ли Вы ставить перед собой долгосрочные цели?				
6.Рассматриваете ли Вы свою жизнь как возможность, предоставленную Вам для того, чтобы стать кем-то большим, по сравнению с Вашим нынешним состоянием?				
7.Понимаете ли Вы, ради чего Вы живете?				
8.Считаете ли Вы, что каждый должен оставить в жизни свой след?				
9.Есть ли в Вашей жизни вещи, ради которых стоит жить и их присутствие придает неповторимый вкус Вашей жизни?				
10.Свойственно ли Вам испытывать разочарование или тоску, размышляя над возможными итогами Вашей жизни?				
11.Есть ли в вашей жизни что-то или кто-то ради чего или кого стоит жить?				
12.Определяете ли вы сроки для достижения своих целей?				
13.При постановке жизненных целей, учитываете ли вы свои возможности и потенциал?				
14.Как Вы считаете, Вы многого можете достичь?				
15. Считаете ли Вы, что жизнь человека бессмысленна?				
Адопционная шкала				
1.Удовлетворены ли Вы тем, как сложилась Ваша жизнь?				

результат нулевой. Каким образом владельцы кинотеатра смогли заставить упрямых дам снимать шляпы во время киносеанса?

Версии:

- администрация разместила в гардеробе объявление, согласно которому в шляпах могли оставаться только пожилые и некрасивые дамы;
- в кинотеатре впервые расположили зрительные места в несколько ярусов, рассаживая зрителей в шляпах на нижнем ярусе;
- киноэкран подняли на 50 см;
- при входе в кинотеатр зрителям без шляп стали раздавать ножницы для обрезания перьев на шляпах сидящих впереди.

Все версии решения данных задач должны быть занесены в карточки и озвучены. Желательно предоставить участникам озвученные версии ответов на карточках в напечатанном виде. При этом только одна из предложенных карточек должна содержать полную и точную информацию, остальные должны содержать искажённую или усечённую, но правдоподобно поданную информацию. Затем «представители СМИ» по очереди свои представляют свои версии информации на одну из объявленных ведущим тем. Они должны это делать таким образом, чтобы у «потребителя» создать доверие именно к той версии, которой обладают они.

«Потребители», прослушав различные версии справочной информации, должны определить тех «представителей СМИ», которые представили им наиболее полную информацию на заданную тему. При этом ведущий должен ограничивать время, затрачиваемое на определение наиболее полной версии из всех представленных в игровой информсреде.

В заключение ведущий инициирует групповую дискуссию на тему «Как быстро и надёжно определять достаточность и полноту информации».

2.3. Групповое занятие «Существенные признаки»

Цель: развить у участников умение самостоятельно определять существенные признаки:

а) талантливости и посредственности, б) красивого и уродливого в области медиаискусства.

Проведение.

Участникам группы предлагается разбиться на 2 подгруппы.

Первая подгруппа должна определить наиболее существенные признаки красоты и уродства в медиаискусстве. Могут быть рассмотрены любые формы творческого самовыражения.

Вторая подгруппа должна определить наиболее существенные признаки талантливости и посредственности в контексте производства таких видов медиапродукции, как художественный фильм, развлекательное ток-шоу, авторская программа и т.д. Ведущий доводит до участников подгрупп важное условие: при обосновании своих версий они не могут просто ссылаться на образцы мирового искусства или какие-либо популярные телепроекты, фильмы как на нечто «очевидное».

Ошибка ошибке рознь. Многие из них неопасны, но некоторые могут привести к смертельному исходу. Например, снотворное – обычная его доза дает положительный результат, а повышенная?

Но повышенная доза сильнодействующего лекарства опасна для жизни человека. Чтобы не допускать случаев передозировки по ошибке, или же по злему умыслу, фармацевты-производители идут на некую хитрость. В чём она заключается?

Версии:

– фармацевты-производители добавляют в снотворные таблетки большое количество рвотных средств, которые при передозировке вызывают рвотный рефлекс;

– фармацевты-производители добавляют в снотворные таблетки большое количество слабительных средств, которые при передозировке вызывают соответствующий результат;

– фармацевты-производители изготавливают снотворные таблетки с неприятным запахом, вызывающим стойкое отвращение при приёме;

– фармацевты-производители стали выпускать снотворное лекарство в упаковках, рассчитанных на однократное применение.

Задание 2. «Когда кровь рекою»

Трудно было воевать на море в старину. И не только физически, но и психологически. Во время морского боя ядра и картечь наносили воинам ужасные раны. Кровь обильно лилась по пушечной палубе корабля. Вид палубы, залитой большим количеством крови, плохо действовал на моральный дух матросов. И хотя матросы были людьми смелыми и отважными, но они все же могли упасть духом, могли испугаться, запаниковать, а это плохо бы отразилось на исходе битвы. Что предпринимало для предотвращения этого корабельное командование?

Версии:

– перед началом боя каждому матросу на корабле выдавался стакан спиртного;

– корабельную палубу красили красной краской для постепенного привыкания к виду крови;

– каждое блюдо для матросов обязательно включало томатные соусы или томатную пасту, вид которых вызывал привыкание к виду крови;

– при строительстве военных кораблей в палубах делались отверстия для стока крови

Задание 3. «Шляпу снимите»

Один американский кинотеатр стал прогорать. Оказалось, зрители были недовольны тем, что во время киносеанса дамы не снимают шляп, загораживая экран. И чего только не делала администрация кинотеатра. Повесили объявление в гардеробе, просили по громкоговорителю быть вежливыми –

2.Считаете ли Вы, что неудачи делают нас сильнее?				
3.Доводилось ли Вам переосмысливать события Вашего прошлого?				
4.Часто ли вы испытывали неудовлетворенность, недовольство, чувство неприязни к своим родным и близким?				
5.Раздражают ли вас люди, добившиеся многих материальных благ незаслуженно?				
6.Хотели бы Вы изменить что-то в своем прошлом?				
7.Часто ли вы впадаете в состояние хандры, легкой депрессии, вызванной какими либо мелкими неурядицами?				
8.Считаете ли Вы, что совершили неудачный выбор профессии?				
9.Довольны ли Вы своей семьёй?				
10.Есть ли что-то в Вашем прошлом, что мешает Вам жить?				
11.Считаете ли Вы, что ваша сексуальная жизнь могла бы быть богаче и разнообразнее?				
12.Есть ли у Вас друзья, на которых Вы можете положиться в трудную минуту, которые способны оказать Вам эмоциональную или иного рода поддержку?				
13.Ваше здоровье позволяет Вам вести тот образ жизни, к которому Вы всегда стремились?				
14.Устраивает ли Вас то, как Вы сейчас живете?				
15.Вызывает ли у вас беспокойство состояние вашего здоровья?				
Ипсефидальная шкала				
1.Как Вы думаете, обязательно ли человек должен стремиться совершенствоваться, развиваться?				
2.Когда Вы остаётесь в одиночестве, часто ли Вам бывает скучно и тоскливо?				

3.Считаете ли Вы себя способным к длительной, напряженной работе, когда того требуют обстоятельства?				
4.Способны ли Вы использовать те шансы, которые преподносит Вам судьба?				
5.Спокойно ли Вы переносите отсутствие финансовых возможностей для реализации жизненных планов?				
6.Верите ли Вы в то, что способны сами выстраивать свой жизненный путь?				
7.Согласны ли Вы с тем, что лучше постоянно работать над собой, чем принимать себя таким, какой Вы есть?				
8.Если бы начать жизнь сначала, Вы смогли бы её прожить ещё лучше?				
9.Считаете ли Вы себя способным преодолеть все тяготы и лишения, которые преподносит жизнь?				
10.Стремитесь ли Вы развивать себя в любых жизненных обстоятельствах?				
11.Считаете ли Вы себя способным достойно исполнять все те социальные роли, которые предписывает Вам жизнь?				
12.Согласны ли Вы с тем, что каждый человек может и должен развиваться всю свою жизнь?				
13.Верите ли Вы в то, что в каждом человеке имеются скрытые духовные ресурсы?				
14.Считаете ли Вы, что вы сами являетесь сценаристом и режиссером своей жизни?				
15.Вызывают ли у Вас раздражение попытки людей прыгнуть выше собственной головы?				

Подгруппа выступающих в роли потребителей медиа-информации получает следующее задание: выработать систему критериев для оценки медиапродукции как развлекательного, так и познавательного характера. Они должны записать соответствующие критерии, ожидания и запросы в отношении масс-медиа. При выработке критериев оценки медиапродуктов могут быть использованы конкретные образцы, уже имевшие место в телеэфире, на рынке книжной продукции и т.д. Обсуждение должно проводиться «в закрытом режиме», то есть в рамках данной подгруппы.

Подгруппа выступающих в роли представителей СМИ получает иное задание: представьте, что Вы создаёте новую медиакорпорацию на заёмные средства. Чтобы не «прогореть» и отдать долги, попытайтесь придумать такие телепередачи, авторские проекты, сюжеты художественных и документальных фильмов, которые позволят Вам выжить в условиях жесткой конкуренции. Все возникшие идеи, догадки относительно того, как это сделать подробно записываются.

На втором этапе ведущий предлагает высказаться участникам каждой подгруппы: представители СМИ предлагают конкретные, конкурентоспособные, по их мнению, образцы медиапродукции, а подгруппа медиапотребителей оценивает их по выработанным критериям. После предложения всех образцов медиапродукции и их оценки, представители подгрупп обмениваются ролями.

В заключение участники программы обсуждают:

- какие мотивы преобладают в профессиональной среде производителей медиапродукции;
- какие потребительские ожидания и критерии оценки медиапродукции часто не принимаются во внимание представителями СМИ.

2.2. Групповое занятие «Определение правильной версии».

Цель: развить умение определять наиболее полную и точную версию информации по той или иной проблеме общем потоке различных сведений/версий.

Проведение.

Участники программы делятся на две подгруппы:

- представители СМИ;
- потребители информации.

Ведущий объявляет участникам задачи и темы, по которым будут проводиться сбор и экспертиза справочной информации.

«Представители СМИ» получают карточки со справочной информацией на различные темы. Среди тем могут быть следующие:

- наиболее типичные причины возникновения и развития рака легких;
- история возникновения Интернет-сети.

В качестве содержательной основы можно использовать преобразованные задания из ТРИЗ. Ниже представлены описания подобных заданий:

Задание 1. «Таблетка от самоубийства».

пы. Для примера ведущий может предложить наименования, принятые среди пользователей компьютерных технологий: юзер, геймер, хакер, нет-сёрфер и кратко раскрыть их содержание. Если пользователей Интернета в группе немного, можно предложить иную классификацию, основанную на предпочтениях в использовании тех или иных медиасредств: «телефонисты-аськанавты», «тивиманы», «книгочерви», «радиофаны», «кибер-юзеры». Критериями для такого рода классификации выступают основной канал восприятия информации и степень вовлечённости человека в медиaprостранство.

Затем ведущий просит участников разбиться на подгруппы, в зависимости от того, с каким типом пользователя они себя идентифицируют. После распределения участников по подгруппам, ведущий предлагает им обосновать свой выбор той или иной подгруппы медиапотребителей, рассказать другим о предпочитаемых каналах потребления информации и доказать их преимущества. Участники каждой из подгрупп имеют право поставить под сомнение или опровергнуть приведённые доказательства.

На втором этапе ведущий задёт всем участникам групп ряд вопросов:

Удовлетворены ли Вы своей ролью, позицией в медиaprостранстве?

Соответствуют ли Ваши предпочтения в выборе источников информации тем целям, жизненным планам и устремлениям, которые Вы имеете?

После обсуждения данных вопросов, ведущий может предложить участникам перейти в те группы, которые соответствуют их желаемой роли в медиaprостранстве.

Данное упражнение стимулирует участников к выработке общих представлений о КПИ, способствует их рефлексии на тему медиапотребления и самоидентификации в социальном пространстве и, таким образом, является связующим между первым и вторым блоком тренинг-программы.

Блок 2

Освоение специальных знаний и умений, стимулирующих развитие осознанного медиапотребления

2.1. Групповое занятие «Производители и потребители»

Цель: получить представления об особенностях, истинных мотивах и целях профессиональной деятельности представителей СМИ, а также развить представление о критериях, которые могут и должны применяться при оценке их деятельности.

Проведение

На первом этапе ведущий предлагает участникам увидеть медиaprостранство с позиций, как потребителей, так и производителей медиapродукции и понять какие мотивы движут последними. Для этого участники программы делятся на две подгруппы:

- представители СМИ;
- потребители информации.

Обработка полученных данных

Ключ к методике

Баллы по методике присваиваются в зависимости от степени согласия или несогласия за каждое совпадение с ключом. При этом в методике присутствуют как прямые, так и обратные вопросы. За каждый ответ «Да» на прямой вопрос присваивается 4 балла, «Скорее да, чем нет» - 3 балла, «Скорее нет, чем да» - 2 балла, «нет» - 1 балл.

Темпоральная шкала

Да (прямые вопросы) – 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15.

Нет (обратные вопросы) – 1, 2.

Телеологическая шкала

Да – 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14,

Нет – 4, 10, 15.

Адопционная шкала

Да – 1, 2, 3, 9, 12, 13, 14,

Нет – 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 15.

Ипсефидальная шкала

Да – 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14,

Нет – 2, 8, 15.

По каждой из четырех шкал подсчитывается общая сумма баллов. Минимальное количество - 15 баллов, максимальное количество - 60 баллов по каждой шкале.

В соответствии с суммой баллов по каждой шкале устанавливается степень выраженности каждого из четырех показателей опросника.

Интерпретация опросника основана на количественном и качественном анализе данных, полученных по каждой из шкал в отдельности, а также на основании различных сочетаний данных по шкалам. При общей концептуальной связности показателей субъективной картины жизненного пути, данные по каждой шкале могут рассматриваться и интерпретироваться относительно автономно. Суммировать показатели по всем шкалам при этом не имеет смысла.

Интерпретация полученных данных

Шкала 1 – темпоральная (от лат. tempore – время). Критерий смысловой взаимосвязанности временных модальностей жизни (прошлое, настоящее, будущее)

Высокие баллы по шкале свидетельствуют о том, что в сознании человека имеет место логически связанное, целостное восприятие его личного прошлого, настоящего и будущего. Респондент способен продуктивно самоанализу переживаний и эмоциональных реакций и действий, продуктивной рефлексии относительно динамики и этапов собственного личностного развития. При этом в его восприятии жизненного пути отсутствуют разного рода логические разрывы и «провалы» в памяти относительно неких важных событий или переживаний прошлого. Человек способен полноценно осмысливать и усваивать жизненный опыт, выносить и не повторять ошибки про-

шлого. Его восприятие «временной линии» собственной жизни релевантно его возрасту и прожитому опыту.

Низкие баллы - в индивидуальной картине жизненного пути присутствуют разрывы между временными модальностями, которые могут быть вызваны психотравмирующими переживаниями прошлого или настоящего, которые запускают психологические защитные механизмы, такие как вытеснение, забывание, отрицание и т.д. При автобиографическом изложении его жизненной истории встречаются «провисания сюжета», вызванные неспособностью понять и принять изгибы ЖП, логику чужих и собственных поступков, связь причин и следствий тех или иных событий. Как следствие, в своих действиях респондент может быть импульсивен, так как не способен учиться на собственных ошибках, учитывать прошлый опыт и принимать во внимание особенности актуальной жизненной ситуации и реальные обстоятельства настоящего.

Шкала 2 - телеологическая (от греч. telos — цель, завершение).

Критерий наличия осознанной и вдохновляющей цели.

Высокие баллы - по данной шкале свидетельствуют о том, что респондент в процессе планирования своей жизни способен выстраивать долговременные перспективы своего духовного, профессионального и личностного развития. Такой человек способен создавать такие цели, которые не утрачивают своей значимости, не теряют привлекательности и, таким образом, оказывают влияние на его дальнейшую жизнь. В тоже время при возникновении трудных или кризисных жизненных ситуациях он может гибко корректировать или даже изменять цели своей жизни таким образом, чтобы всегда оставалось пространство для достижений и личностного роста. В большинстве случаев выбранные жизненные цели гармонично согласовываются с внутренними убеждениями и ценностями, индивидуально-психологическими особенностями. Максимальные баллы по шкале свидетельствуют о том, что респондент способен подчинять свою жизнь выбранной цели, порой вопреки обстоятельствам, так как воспринимает свою жизнь как некую миссию, предназначение, глобальную цель.

Низкие баллы являются свидетельством того, что респондент не способен создавать такие жизненные цели, которые могут активизировать его к деятельности, стимулировать его личностный рост. При выборе жизненного пути ему трудно сочетать личностный интерес и общественно значимые ценности. При реализации жизненных замыслов он не способен преодолевать собственные проблемы и ограничения, что отрицательно сказывается на динамике профессионального и личностного роста. Во многих случаях происходит подмена собственных жизненных интересов и целей интересами и целями, заимствованными у других людей, в том числе интроецированными из СМИ. Максимально низкие баллы могут также означать, что жизненные цели респондента не постоянны, так как быстро теряют для него свою значимость. Иными словами, выбранные цели его не вдохновляют, не дают энергию для

После этого участники, входящие в группы представителей СМИ, должны выработать и предложить какие-либо стратегии привлечения внимания потребителя по заявленным темам и предложить в игровой форме конкретные виды медиапродукции (телепередачи, сайты и т.д.).

На втором этапе представители навязчиво-манипулирующих и конструктивно-просветительских СМИ поочередно презентуют свою «медиапродукцию» потребителям таким образом, чтобы вызвать у них интерес, привлечь их внимание. Основная ролевая задача каждой из подгрупп участников играющих роль представителей СМИ, – организовать подачу информации, чтобы привлечь внимание потребителя к своей точке зрения и отвлечь тем самым его внимание от конкурентов.

Подгруппа из представителей навязчиво-манипулирующих СМИ навязывает свою информационную продукцию в агрессивно-экспрессивной форме. Более того, они могут откровенно обесценивать устремления потребителя, высказывать сомнения относительно возможности для него стать известным спортсменом, врачом, навязывать ему иные цели и желания и т.д. Например, через реплики «Сегодня модно ...», «Деньги любят ... профессии», «Успешные люди ...» и т.д.).

Подгруппа из представителей конструктивно-просвещающих СМИ даёт «медиапотребителю» позитивно окрашенную информацию, ненавязчивые советы как добиться желаемого, поставленных целей. Они также могут критиковать своих конкурентов, раскрывать используемые ими механизмы воздействия на сознание и тем самым предостерегать потребителей от различных информационных ловушек.

Потребители медиаинформации должны попытаться объективно оценить всю предлагаемую им продукцию: насколько ценной была для них та или иная информация, полученная от каждой из подгрупп, представляющих СМИ, насколько они смогли остаться при своем мнении, насколько легко критически относиться к навязываемой информации.

В заключение, чтобы помочь участникам освободиться от инерции проигранных ими ролей, ведущий предлагает им попытаться уже с «нейтральной позиции» оценить насколько современные СМИ (как навязчиво-манипулирующие, так и конструктивно-просветительские) воздействуют на наши жизненные выборы, наши решения и в какой мере реакции современных медиапотребителей зависят от таких факторов, как привлекательность медиапродуктов и престижность их источников, производителей.

1.5. Групповое занятие «Самоидентификация в медиапространстве»

Цель: стимулировать участников к развитию умения критично определять собственный стиль и уровень медиапотребления по таким параметрам, как критичность восприятия информации, волевой самоконтроль в планировании и организации медиапотребления.

Проведение.

На первом этапе ведущий доводит до сведения участников неформальные правила классификации/градации медиа-потребителей на подгруп-

1.3. Групповое занятие «Отроки во вселенной»

Цель: дать каждому участнику группы стимул к осмыслению того, какие образцы медиапродукции являются действительно важными лично для него, какие представляют ценность для всего человеческого сообщества.

Проведение

Ведущий просит участников представить себя в следующей ситуации: им предстоит отправиться в длительное космическое путешествие без возможности возвращения и поддержания информационных контактов с теми, кто останется на Земле. Поскольку объем корабля ограничен, каждый из них должен выбрать не более 10 единиц какой-либо медиапродукции. Это могут быть как ранее прочитанные, увиденные ими, так и давно привлекающие их внимание книги, фильмы, музыкальные альбомы, видеозаписи, телепроекты, компьютерные игры.

Затем каждый участник группы работает в индивидуальном режиме, составляя свой список из 10 наиболее значимых лично для него единиц медиапродукции. Для этого он может вспомнить те фильмы, книги и т.п., которые повлияли на его восприятие жизни, личностный рост за последние годы или те, которые уже давно привлекают его внимание. Ведущий должен предупредить участников о том, что им даётся не более 7-8 минут на обдумывание и запись соответствующих названий книг, фильмов и т.д. Затем ведущий просит каждого из них высказаться и прокомментировать свой выбор. Обсуждение личностных выборов желательно проводить после завершения высказываний всех участников.

В заключение ведущий может вынести на обсуждение группы следующий вопрос: «Если бы изначально перед Вами была поставлена задача: взять на борт космического корабля те книги, фильмы (другие медиапродукты), которые могут наиболее полно и точно представить человеческую цивилизацию, культуру, раскрыть духовную жизнь людей, то какой выбор Вы бы сделали в этом случае и почему?».

1.4. Групповое занятие «Сложности выбора в медиа-хаосе»

Цель: помочь участникам осознать, какую роль играют масс-медиа в их попытках реализовать свои способности, свой личный потенциал.

Проведение

Участники программы делятся на три подгруппы и выступают в трёх ролях:

- 1) представители навязчиво-манипулирующих СМИ (например, коммерческих телеканалов и интернет-ресурсов);
- 2) представители конструктивно-просвещающих СМИ (например, государственных и общественных телеканалов и интернет-ресурсов);
- 3) медиа-потребители.

На первом этапе ведущий предлагает подгруппе выступающих в роли медиапотребителей поочередно сообщить о том, какие информационные темы их интересуют (например, материальное благополучие, успех в профессии, личное (семейное) счастье, здоровье, друзья и т.д.).

работы над собой, не стимулируют волевых усилий, не актуализируют и не формируют волевою сферу.

Шкала 3 – адопциональная (от лат. *adoptio* - принятие). Критерий – эмоционально-конструктивное принятие базовых обстоятельств жизни.

Высокие баллы – свидетельствуют о том, что респондент любые обстоятельства жизни принимает как необходимые для личностного развития. Эта позиция удачливой, здоровой личности, для которой характерно целостное восприятие всех событий своей жизни как необходимо связанных и взаимообуславливающих, внутренняя согласованность и непротиворечивость представлений, убеждений, эмоций. В жизни таким людям многое удается осуществить. Разумеется, у них бывают неудачи и трудности, но даже поражения становятся у них фундаментом будущих побед. Они живут в ладу с собой и окружающими людьми, любят жизнь и умеют наслаждаться ею. Такие люди, как правило, открыты для общения, искренни и способны свободно выражать свои чувства.

В некоторых случаях высокие баллы могут свидетельствовать о проявлении у респондентов эффектов социальной желательности или выступать индикатором защитных механизмов по типу рационализации, вытеснения, отрицания.

Низкие баллы – отражают эмоционально-деструктивное отношение личности к обстоятельствам своей жизни. Неудачи в различных жизненных сферах воспринимаются не как досадная случайность, а как нечто неизбежно-привычное. В крайних случаях вся жизнь представляется человеку как цепь негативных событий. Неумение эмоционально дистанцироваться, отстраниться от проблем в случае реализации экстернатальных установок приводит к обидам на судьбу, близких, Бога, поиску виновных, зависти к окружающим, проблемам в межличностных отношениях. При условии реализации интернатальных установок к самообвинениям, самоуничижению, неприятию своих умственных и физических природных данных, к неразрешимым внутриличностным конфликтам. Несовпадение желаний и возможностей приводит к мучительной душевной разладу, тоске. Человек может впасть в отчаяние и депрессию, когда жизнь воспринимается бесполезной и полной разочарований. У таких людей на фоне негативистического отношения к базовым обстоятельствам жизни могут формироваться разнообразные формы саморазрушающего аддиктивного поведения (алкоголизм, наркомания и т. д.), или уход от беспросветности существования в реальной жизни может компенсироваться самореализацией в виртуальном мире (компьютерные игры, социальные сети и т.д.).

Шкала 4 – ипсефидальная (от лат. *ipse fide* - вера в себя). Критерий – вера в собственное Я как способное к самореализации, осознанному жизненному пути.

Высокие баллы – указывают на то, что человек во многом осознает себя хозяином и творцом собственной жизни. Это выражается в адекватном принятии ответственности за происходящее. Такой человек знает свои сильные и слабые стороны, умеет использовать их в жизни, способен к мобилизации, умеет просчитывать свои силы при достижении промежуточных и конечных целей, при необходимости отказываясь от ненужного или несущественного. Жизненные неудачи не могут сломить, а скорее закаляют его. Одним из главных достоинств такой личности является вера в свою способность находить правильный жизненный путь, достигать поставленных целей не сворачивая с выбранной дороги. Уверенность в себе, способность доверять людям, умение жить на эмоциональном подъеме, внушая оптимизм и поддерживая тем самым окружающих, в свою очередь приносит обратную связь и выступает дополнительным ресурсом в трудных жизненных ситуациях.

Низкие баллы – характеризуют личность с заниженной самооценкой, связанной с незнанием себя, неверием в собственные силы, неспособностью преодолевать жизненные испытания, что свидетельствует о недостаточном самопринятии и является симптомом внутренней дезадаптации. На фоне данных проявлений возникает склонность к самоуничижению, неуверенность в будущем, депрессии, обнаруживается неспособность к актуализации, аккумуляции внутренних резервов и потенциала. Респонденты с низкими показателями по данной шкале ставят перед собой фиктивные недостижимые цели, которые исходно невозможно реализовать в рамках имеющихся личностных ресурсов, а при возможности сделать выбор из нескольких альтернатив склонны принимать наименее удачные решения. Демонстрируют интрапунитивные реакции, излишнюю самокритичность, склонность к самообвинению, готовность поставить себе в вину промахи и неудачи, собственные недостатки. Ожидают негативного развития событий.

Низкие баллы по шкале говорят о недооценке своего духовного «Я», сомнениях в ценности собственной личности, отстраненности, граничащей с безразличием к своему «я», потере интереса к своему внутреннему миру.

Неуверенность в себе может быть как подлинной, так и «защитной», когда декларирование собственной несостоятельности позволяют не прилагать никаких усилий для изменения ситуации.

2.4. Диагностика индивидуальных моделей миропонимания в ракурсе медиапсихологии

Для значительной части современных людей медиапространство выступает в роли наиболее значимого канала получения информации о мироустройстве и социальной реальности и, таким образом, ведущего института социализации. Прибегая к метафорическому выражению, можно сказать, что современные СМИ уже давно взяли на себя функцию «школы жизни», формирующей представления о мире современного человека и преподающей в общедоступной форме разрозненные знания по таким дисциплинам как обществоведение, политическая психология, экономика, юриспруденция, антропология и целому ряду других наук.

Поскольку основная задача ведущего состоит в инициировании процесса индивидуальных самопрезентаций, он может представить себя группе в качестве медиапотребителя первым, задавая некий поведенческий образец. Например, он может рассказать о том, какое место/время в его жизни занимают телевизионные передачи, разговоры по телефону, интернет и т.д. В ходе выполнения занятия необходимо давать возможность высказаться каждому из участников, сохраняя общую позитивную эмоциональную атмосферу. В тоже время следует избегать длительных дискуссий, не давая участникам существенно отклоняться от заданной темы, так как может быть утрачена вводно-ознакомительная направленность занятия.

1.2. Структурированная дискуссия на тему «Медиа-информация в жизни человека».

Цель: актуализация интереса к таким вопросам, как влияние медиапространства на поведение медиа-потребителей и поиск лично значимой информации.

Проведение

На первом этапе дискуссии ведущий может довести до сведения участников группы какие-либо интересные факты из медиапотребления. Например, может быть раскрыт принцип Парето (20/80), который проявляет себя во многих социальных процессах, включая интерактивный поиск нужной информации, и даёт повод к размышлению над следующими вопросами:

- а) как в океане информации определять те 20% информационных источников, которые дают нам до 80 % нужных сведений?
- б) как сделать, так что бы 80% отведённого на сбор информации времени не уходило на поиск 20% источников, дающих качественную и надёжную информацию.
- в) достаточно ли этих 80% сведений для построения систематизированных представлений о проблеме и для выработки оптимальных решений.
- г) насколько значимую, важную роль играют 20 % оставшихся (недостающих) источников/сведений?

На втором этапе групповая дискуссия должна приобрести импровизационный, характер. Вместе с тем целесообразно, что бы ведущий предлагал участникам высказать свое мнение по конкретным вопросам:

1. «Что такое полезная/высококачественная и бесполезная/низкокачественная информация?»
2. «Какие трудности возникают у Вас при поиске и отборе информации?»
3. «Насколько Вы самостоятельны в выборе источников и содержания информации и насколько за Вас это делают различные СМИ (выразить в процентном соотношении, например 60/40)?»

Ведущий должен стремиться к построению групповой дискуссии таким образом, чтобы возможность высказаться имел каждый из участников группы.

тий по каждому из трёх названных блоков. Поскольку каждый блок групповых занятий направлен на решение отдельной задачи, целесообразно разбить их проведение, как минимум, на три отдельных дня. Однако в условиях общеобразовательных учреждений, с учётом возрастных особенностей участников программы и их основной учебной нагрузки, проведение групповых занятий может быть растянуто на срок от нескольких недель до нескольких месяцев.

Описанные групповые занятия требуют привлечения следующего оборудования: мобильный компьютер с программным обеспечением, позволяющим готовить и осуществлять презентации, мультимедийный проектор и большой проекционный экран.

В целях расширения охвата участников, первоначально данную программу можно презентовать и реализовывать как технологию групповой подготовки специалистов образовательных учреждений или студентов-волонтеров (из числа обучающихся по различным педагогическим и психологическим специальностям) в сфере повышении культуры потребления информации. В дальнейшем, прошедшие соответствующую подготовку, специалисты/волонтеры смогут проводить групповые занятия с высокой долей самостоятельности, постепенно расширяя количество участников программы. Представленная программа может быть реализована в формате элективных курсов, а так же на занятиях, проводимых в процессе прохождения практики студентами старших курсов факультетов педагогики и психологии.

Блок 1.

Актуализация ключевых смыслов культуры медиапотребления в сознании участников

1.1. Групповое занятие «Знакомство медиапотребителей».

Цель: организовать знакомство членов групп посредством самопрезентации индивидуального стиля медиапотребления, взаимного обмена информацией о своих предпочтениях в отношении различных видов современной медиапродукции.

Проведение:

Участники упражнения садятся в круг и, поочередно представляясь (если члены группы не знакомы друг с другом), знакомят членов группы со своими предпочтениями в выборе телевизионных программ и Интернет ресурсов. При желании они могут описывать причины своих предпочтений, аргументируя свой выбор. Другие участники упражнения могут задавать вопросы каждому из выступающих, если какие-либо моменты, на их взгляд, требуют пояснения.

Данное занятие является открывающим. В процессе его проведения происходит своеобразная «настройка» работы группы посредством организации/оптимизации обратной связи и интеракций между участниками тренинговой программы.

Следует особо отметить, что процесс усвоения из медиапространства различных знаний и представлений о мире во многом зависит от стратегий их когнитивной категоризации и обобщения. Большое значение в данном процессе также играют стратегии эмоционально-аффективного реагирования медиапотребителей на получаемые извне сведения. Как известно, время от времени у телезрителей, радиослушателей и сетевых пользователей (вне зависимости от возраста и пола) отмечаются весьма противоречивые или даже неожиданные реакции на те или иные сведения, сообщения. Во многом эти реакции являются своеобразным результатом избыточного потребления передаваемой по телевизионным и радио каналам информации, а также информации циркулирующей в сети Интернет.

Так, например, если у одного пользователя некие медиа-факты вызывают ощущение полного хаоса происходящего в окружающем мире, то у другого они могут вызвать чувство трудно контролируемой неприязни по отношению к окружающим его людям, а у третьего очень сильное желание помочь представителям каких-либо (например, экономически слабых) социальных групп. Иными словами, от индивидуальных стратегий эмоционального восприятия и когнитивной переработки информации зависит то, каким образом она соединяется в единое целое. При этом стоит отметить, что важной частью индивидуальной модели мира человека могут стать любые сведения, знания и сообщения, циркулирующие в медиапространстве, если они приняты/оценены как истинные и значимые.

Для определения соотношения места и значения в индивидуальном сознании одной из 4-х наиболее распространённых моделей миропонимания можно использовать приведенный ниже опросник СПАИММ. Данный опросник позволяет установить какого типа представления - элементы массового сознания человек воспринимает как истинные и, напротив, какие представления он отвергает как ложные в процессе восприятия и отбора социально значимой информации. Утверждения, использованные при построении данного опросника, отражают наиболее распространённые в общественном сознании представления об окружающем мире/социальной реальности, которые неизбежно получают вербальные и иные формы выражения в медиапространстве.

Тест-опросник «Социально-психологический анализ индивидуальных моделей мира»

Авторы-разработчики: Малюченко Г.Н., Смирнов В.М.

Цель: диагностика индивидуальных стратегий потребления информации в рамках доминирующих моделей мировосприятия и миропонимания.

Инструкция: Вашему вниманию представлены различные утверждения, касающиеся устройства мироздания, человеческого общества и роли человека в нем.

Выразите, пожалуйста, степень своего согласия/ несогласия с каждым утверждением, используя следующие варианты их оценки:

Согласен /согласна (ДА)

Скорее согласен, чем не согласен (**СКОРЕЕ ДА, ЧЕМ НЕТ**)
 Скорее не согласен, чем согласен (**СКОРЕЕ НЕТ, ЧЕМ ДА**)
 Не согласен (**НЕТ**).

Если Вас не устраивает и один из четырех предложенных вариантов оценки, можете перейти к оценке последующего утверждения/суждения. Но делать это можно только в самых крайних случаях.

Бланк ответов

Ник _____
 Возраст _____
 Пол _____

Утверждения	Да	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет
1. Мир изменяется вместе с нами и от нас зависит, станет он хуже или лучше.				
2. В мире, где столько суеты и неразберихи, каждый имеет право сходить с ума по-своему, главное, чтобы он не мешал лично мне.				
3. Мир - это огромная лаборатория, в которой человечество проводит свои опыты для достижения стабильной и комфортной жизни.				
4. Мир - это поле вечной битвы и в нем даже временные перемирия используются для подготовки к новым атакам				
5. Силы добра и зла находятся в состоянии непрекращающегося противоборства, и человеческое общество является главной ареной этой битвы				
6. Познавая законы человеческого общества, мы можем эффективно и целенаправленно изменять его.				
7. Роль отдельного человека в этом мире незначительна, так как великое множество случайных событий и стечений обстоятельств влияет на нашу жизнь.				
8. Все, что происходит с нами в этом мире, зависит от нашего стремления жить в гармонии с окружающим, поэтому судьбу человека нельзя предсказать на все 100%.				
9. Этот мир устроен таким образом, что выживание человека достигается в нем только путем постоянной борьбы.				

расте от 14 до 25 лет. В процессе разработки и апробации тренинг-программы мы исходили из следующих допущений:

- участники программы могут не осознавать или не признавать имеющиеся у них пробелы в знаниях и умениях обеспечивающих высокий уровень развития культуры медиапотребления, что необходимо учитывать при построении структуры групповых занятий;
- разработка содержания и структуры групповых заданий должна строиться с учётом возможных расхождений в уровне технической компетентности, информационной грамотности, когнитивных стилях и мотивации участников программы;
- минимальный результат (эффект) от проведения данной программы должен заключаться в формировании готовности участников оптимизировать индивидуальное медиапространство путём осмысленного, конструктивно-критичного восприятия различных информационных потоков и их источников.

При построении структуры и содержания программы занятий были использованы обучающий и коррекционно-развивающий потенциал когнитивно-поведенческой и экзистенциально-гуманистической терапии, элементы процессуально-ориентированного подхода к работе с группой. В целях освоения требуемых знаний и умений, повышающих психологическую культуру повседневного медиапотребления, используются следующие приёмы работы с группой: дискуссии на заданные темы, позволяющие выявлять актуальные позиции участников, игровые задания, предполагающие идентификацию с носителями социальных ролей/функций, моделирование стандартных и нестандартных ситуаций и процедур взаимодействия в системе «СМИ-потребитель».

Содержательно-смысловая основа групповых занятий раскрывается через выполнение заданий, направленных на проигрывание социальных ролей/функций, выполняемых медиапотребителями и представителями СМИ и освоение соответствующих знаний, умений, обеспечивающих развитие культуры медиапотребления. В режиме активной групповой работы участники программы получают ценный опыт освоения наиболее оптимальных режимов медиапотребления и начинают более адекватно понимать специфику взаимодействия современных СМИ и потребителей медиаинформации.

Программа групповых занятий состоит из трёх структурно-содержательных блоков, каждый из которых направлен на решение одной из трёх основных задач.

Блок 1: Актуализация ключевых смыслов культуры медиапотребления в сознании участников;

Блок 2: Освоение специальных знаний и умений, стимулирующих развитие осознанного медиапотребления;

Блок 3: Коррекция индивидуальных стратегий потребления медиапродукции.

Как показал опыт апробации данной программы, её успешная реализация возможна только при последовательном прохождении групповых заня-

Приступая к разработке общей концептуальной основы программы развития осознанного безопасного медиапотребления, мы опирались на следующие научно обоснованные положения:

- производство и распространение медиaproдукции в конечном счёте может быть рассмотрено как производство и распространение тех или иных текстов вложенных в более или менее адекватную формальную структуру, «оболочку», например, в документальный фильм, в развлекательную программу, журнальную статью, рекламный ролик, авторский проект и т.п.;
- восприятие медиатекстов приводит к раскрытию сознательно или неосознанно вложенных в них смыслов, которые могут быть легко или трудно доступны для понимания с точки зрения среднестатистического медиапотребителя вне зависимости от того связаны они с просоциальными или асоциальными ценностями;
- неосознанно вложенные и неосознанно воспринимаемые смыслы могут оказывать на поведение личности не меньшее воздействие, чем смыслы сознательно вкладываемые в медиатексты и осознанно воспринятые;
- развитие осознанного медиапотребления предполагает целенаправленное развитие способности человека к адекватному восприятию всех тех возможных (более или менее очевидных) смыслов которые вкладываются в медиатекст;
- развитие осознанного медиапотребления предполагает целенаправленное развитие способности человека к адекватной оценке того насколько удачно подобрана внешняя оболочка медиатекста, насколько она соответствует исходным авторским замыслам, идеям передаваемым посредством художественного или документального кино, научной или публицистической статьи и т.д.

Таким образом, обучающие упражнения (составляющие содержательно-смысловую основу тренинг-программы) позволяют стимулировать участников к осознанию необходимости развития осознанного медиапотребления и направляют их внимание на ключевые составляющие этого процесса. Участники тренинг-программы учатся отслеживать свои реакции на такие характеристики медиатекстов как степень экспрессии, интеллектуальная глубина, изысканность выражений. И поскольку форма подачи медиатекстов может значительно влиять на восприятие вложенных в них ценностей и идей, участники тренинг-программы учатся, при необходимости, мысленно отделять форму от смыслового содержания медиатекста. В целях развития адекватного восприятия социально значимой информации, участники тренинг-программы учатся оценивать и прогнозировать конкурентность и общественную востребованность тех или иных идей и смыслов.

Тренинг-программа «Развитие осознанного медиапотребления».

Авторы-разработчики: Долгов Ю.Н., Коповой А.С., Малюченко Г.Н., Смирнов В.М.

Данная программа направлена на развитие культуры потребления различного рода медиaproдукции у представителей молодого поколения в воз-

10. Чаще всего нам приходится играть не те роли, которые нам хотелось бы играть, так как мы живем в нелепо устроенном мире.				
11. Путем постепенного накопления знаний весь мир, всю вселенную можно поставить на служение человеку.				
12. Зло может возникнуть лишь там, где имеет место нехватка добра и совершенства.				
13. Общаясь с людьми, необходимо ясно понимать, кто твой друг и твой враг, и помнить: «Кто не с нами, тот против нас».				
14. Роль человека в этом мире тем значительнее и весомее, чем больше он стремится к внутреннему самосовершенствованию				
15. Действительной целью существования человека является достижение комфортной, спокойной, стабильной жизни, все остальное – пустые слова.				
16. Равенство всех перед законом - это полная иллюзия, так как в этом мире все определяется хаосом и случайностью.				
17. Все проблемы, связанные с борьбой за территорию и ресурсы могут быть решены благодаря развитию науки и техники.				
18. Мир невозможно полностью познать, так как все его элементы находятся в процессе постоянного развития и взаимодействия.				
19. Любого рода жизненные и личные проблемы возникают вследствие того, что весь мир расколот на два полюса и эти полюса борются между собой.				
20. Вряд ли этот мир создан какими-либо разумными силами, но даже если это и так, они вряд ли контролируют то, что создали.				
21. Предсказуемость этого мира во многом зависит от свободной воли людей и их умения взаимодействовать друг с другом.				
22. Мир и все живое созданы и функционируют согласно жестким природным законам.				
23. Всеобщая неопределенность и бессмысленность человеческого существования делает неизбежными наши жизненные и личные проблемы.				
24. Развитие человеческого общества неизбежно строится на подавлении одних социальных групп				

(партий, народов) другими.				
25. Чтобы каждый имел свое место под солнцем, кто-то должен заниматься их четким распределением.				
26. За развитием высоких технологий скрываются жёсткая борьба и усиление противоречий между отдельными нациями и государствами.				
27. В этом бессмысленном и бестолковом мире не надо искать какого-то высокого смысла жизни, достаточно просто выжить.				
28. Любого рода жизненные и личные проблемы возникают тогда, когда мы перестаем развиваться и совершенствовать себя.				
29. Вечное противостояние между противоборствующими силами этого мира не позволяет познать его до конца.				
30. Смысл человеческой жизни состоит в том, чтобы поставить этот мир на службу человеку и тем самым сделать его максимально удобным для нашего существования.				
31. Жить стоит только ради того, чтобы раскрыть заложенный в нас внутренний потенциал, наши внутренние возможности и способности.				
32. Мир – это гигантский кипящий котел, все содержимое которого находится в постоянном движении, круговороте между дном и поверхностью.				
33. Расхождение во взглядах и убеждениях с другим человеком можно и нужно использовать для взаиморазвития и общего блага.				
34. Изменения в человеческом обществе зависят от тех сил, которые приходят к власти и управляют всем в тот или иной период времени.				
35. В мире, который состоит из сплошного абсурда и неопределённости судить всерьёз о добре и зле – смешно и глупо.				
36. Роль человека в этом мире определяется тем, какую технику он способен создать и применить в целях приспособления к этому миру или его покорения.				
37. Необходимо уметь отличать «правильные» законы, которые существуют для нашего блага, от «неправильных», которые работают против нас.				

шениях они стремятся к взаимообогащению и взаимобмену. Как правило, эти люди – командные игроки, они не могут хорошо работать в индивидуальном режиме, что в их понимании не совместимо с профессиональным развитием. Нередко они проявляют нерешительность, мягкотелость и бездеятельность в тех случаях, когда надо действовать решительно и предъявлять жёсткие требования к коллегам и сослуживцам. В то же время они способны решать личные и профессиональные проблемы через поддержание постоянной обратной связи с окружающим миром, через творческие способы взаимодействия с общественными процессами.

Комплексный анализ данных, полученных по методике СПАИММ, позволяет выявлять соотношение различных модальностей миропонимания, определяющих процесс отбора информации и категоризации отдельных фрагментарных знаний о мире в систему взаимосвязанных представлений, то есть единую модель мира. Выработанные личностью стереотипы категоризации получаемых знаний и сведений о социальной реальности играют роль «пусковых механизмов» в кризисных ситуациях с высоким уровнем неопределённости, то есть, когда необходимо срочно принимать решение, реализовывать инвариантную поведенческую программу.

Каждая из четырех модальностей мировосприятия в случае явного её доминирования в структуре индивидуального сознания респондента тесно связана со строго определенными познавательными стратегиями, личностными смыслами. Несмотря на то, что поведение человека может быть в значительной мере ситуативно обусловленным при явном доминировании одной или двух модальностей мировосприятия, происходит неосознанное выстраивание когнитивных установок и моделирование миропонимания по неосознанно заданному образцу. Поэтому методика СПАИММ, так же как и представленный ниже опросник «Субъективная картина жизненного пути», могут быть использованы для комплексного анализа социально-психологических установок личности, прогнозирования стратегий ее дальнейшего развития, социальной адаптации и профессиональной самореализации в условиях нарастающего влияния глобализованного информационного пространства.

3. Коррекция и профилактика небезопасного медиапотребления

3.1. Развитие осознанного безопасного медиапотребления

В целях развития общей информационной культуры современным специалистам-медиапсихологам необходимо постоянно работать над созданием и внедрением в образовательный процесс специальных обучающих программ, способствующих коррекции индивидуальных и развитию групповых стандартов медиапотребления. Ниже даётся развернутое описание одного из возможных вариантов такого рода программ, разработанного и апробированного нами в общеобразовательных и высших учебных заведениях.

Личностные особенности, проявленные при доминировании организационной модели мира. Носители данной модели (особенно, в её «чистом» виде) считают весьма важным делом поддержание гармонии в социуме, в отношениях человека с окружающим миром. Они стремятся во всём следовать принципу «не навреди», предъявляя весьма жёсткие требования к самим себе и заниженные к окружающим. Поэтому, нередко поддерживать гармонию им удаётся только ценой собственного благополучия. Однако время от времени, они могут становиться непримиримыми борцами за какие-либо надличностные ценности, чувствуя свою личную ответственность за «судьбы мира». Они искренне верят, что на самом деле миром управляют некие Высшие силы, а все несправедливости и дисгармонии этого мира – явление временное и преходящее. И им искренне жаль тех, кто думает иначе.

Они предельно открыты в общении с представителями иных культур и взглядов и стремятся встать на другую точку зрения, перенимать бытовые и культурные традиции других народов. Они стремятся решать проблемы через поддержание постоянной обратной связи с окружающим миром, через творческие способы взаимодействия с общественными процессами. Иногда их поведение может выглядеть как алогичное, противоречивое, но не для них самих, так как за всякого рода социальным хаосом, они видят порядок высокой степени сложности.

В целях достижения гармонии со всем, что их окружает, люди данного типа стремятся к постоянному самосовершенствованию и саморазвитию. Если это им не удастся, то они, как правило, начинают искать причины в самих себе. При этом они могут упускать из виду отсутствие у себя навыков и стратегий адаптации к реалиям современного мира. Представители данного типа в значительной мере доверяют своим эмоциям, внутренним чувствам, а не доводам рассудка. Нередко они всячески стремятся поддерживать в себе определенные «возвышенные» чувства, что помогает им, видеть во всём только светлую, позитивную сторону. Поскольку они искренне верят, что принятие высших идеалов и законов рано или поздно приведет всё человечество к «обществу всеобщего благоденствия», ради верности этим идеалам они готовы жертвовать собой, а в некоторых случаях и своими близкими. Это делает их удобной мишенью для всякого рода манипуляторов.

Вместе с тем, для них любого рода жизненные и социальные проблемы не возникают случайно, а имеют глубокую взаимосвязь с состоянием их внутреннего мира. И, если они обнаруживают, что им не удастся найти себя в современном мире, свое место в нем, то зачастую они берут «тайм-аут» и уходят в свой внутренний «идеальный» мир или в изолированные от внешнего мира сообщества, общины «единоверцев». Однако, как правило, они никогда не становятся полностью отстраненными от всего того, что происходит в современном обществе.

Они, как правило, стремятся к такой профессиональной деятельности, которая основана, прежде всего, на эмоционально значимом общении единомышленников. Так как для них каждый человек есть уникальное, неповторимое существо, имеющее абсолютную ценность, в профессиональных отно-

38. Существование любого общественного строя неизбежно сопровождается хаосом и анархией, поэтому трудно понять, в каком направлении развивается общество и развивается ли оно в действительности.				
39. Этот мир подобен огромному часовому механизму, в котором все основные события запрограммированы на много лет вперед.				
40. Все наши проблемы возникают главным образом из-за того, что люди не видят глубокой сокровенной взаимосвязи друг с другом и окружающим миром.				
41. Любого рода жизненные и личные проблемы возникают вследствие случайностей, вызванных непредсказуемостью и хаотичностью нашей жизни.				
42. Весь этот мир со всеми его противоречиями и недостатками, создан так, что человечество, преодолевая их, постепенно становится более мудрым и гармоничным.				
43. Вероятнее всего, часть этого мира была создана силами добра, а часть – силами зла, отчего и возникают войны и конфликты.				
44. Изменения, происходящие в мире, строго предопределены его законами и не зависят ни от человеческой воли, ни от случайностей.				
45. Человек может постичь мироздание и тайны вселенной, только если он будет стремиться к гармонии со всем окружающим.				
46. Какими бы сложными не были законы этого мира, в принципе, их все можно понять и поставить себе на службу.				
47. Так как Вселенная и весь видимый мир существуют по «закону случайности», пытаться понять их устройство бессмысленно и бесполезно.				
48. Реальная цель человеческого существования достигается только отстаиванием своих позиций до победного конца.				
49. Предсказуемость жизни человека зависит от того, насколько он сможет приспособиться к окружающему его миру и насколько он сможет управлять им.				
50. Все изменения в обществе и человеческой жизни происходят в основном стихийно, поэтому				

одни становятся незаслуженно богатыми, другие незаслуженно бедными				
51. Мир - это гигантский живой организм, у которого есть свое сердце, центральная нервная система и множество других важных органов				
52. Изменения в этом мире происходят в результате постоянного противоборства между черным и белым, Добром и Злом и т.д.				
53. Ничего нельзя загадывать на будущее, так как мир непредсказуем, никто не знает, что будет завтра.				
54. Все наши проблемы возникают, как только мы перестаем помнить о присутствии враждебных сил, и теряем бдительность.				
55. Научно-технические достижения делают общество более жизнеспособным, только при условии, что люди задумываются над последствиями научно-технического прогресса.				
56. Добро и зло – это всего лишь две необходимые детали этого мира, обеспечивающие его стабильность и предсказуемость.				
57. Каждый из нас должен сделать выбор, по каким законам он будет жить, а по каким законам он жить отказывается.				
58. Мир - огромный часовой механизм, в котором все события рассчитаны заранее по секундам.				
59. Каждый человек является живой клеткой единого общественного организма, и, нанося ущерб другому, мы, тем самым, вредим себе.				
60. Научные достижения и технические приспособления не делают нашу жизнь более определенной и предсказуемой, а лишь усиливают общемировую сумятицу.				
61. Общество должно функционировать как единый механизм, а значит за каждым из нас в этом мире должно быть закреплено строго определенное место, роль и функция.				
62. Общество развивается и меняется вместе с человеком: когда изменяемся мы, вместе с нами изменяется весь окружающий нас мир.				
63. Невозможно получить достоверные и надежные знания об этом мире, так как он непредсказуем и хаотичен.				
64. В нашем мире роль каждого отдельного чело-				

вать всякого рода хитроумные схемы для получения максимального эффекта и извлечения доходов. Они не упускают возможности погреть руки на ошибках, некомпетентности или глупости других людей.

Своеобразным «подтипом» чистых технократов, являются технократы-романтики, беззаветно верящие в безграничные возможности научно-технического прогресса и его благотворное влияние на человеческое общество. Они в значительно большей мере ориентированы на служение коллективным интересам и надличным идеалам. Однако их всех объединяет вера в возможность решения всех проблем путем обнаружения неких технологий, алгоритмов действий. И то, что эти технологии могут вмешиваться в естественные природные или социальные процессы, оказывать на них негативное влияние, не рассматривается ими как некая существенная проблема.

Синергетическая стратегия потребления информации

При доминировании данной стратегии любые формы массовой коммуникации воспринимаются как имеющие некую самостоятельную ценность, поскольку, так или иначе, способствуют созданию «питательной среды» для развития гражданского общества. Однако это не значит, что столь же равно позитивно оцениваются любого рода медиапродукты, сообщения или идеи. При оценивании медиасообщений особое значение придаётся тому, насколько они способствуют обмену какими-либо общезначимыми идеями, чувствами, способствуют росту межгрупповой толерантности, межкультурному обогащению, социальной креативности и мобильности. Важным критерием оценки источников информации является степень их реальной информационной открытости, будь то государственные учреждения или частные коммерческие структуры. Нередко имеет место идеализация процессов массовой коммуникации объединяющих большие социальные группы, что в свою очередь приводит к некритичному восприятию идей и движений, базирующихся, лишь на первый взгляд, на общечеловеческих ценностях. Обмену разного рода новаторскими идеями иногда придаётся большее значение, чем сохранению и практическому применению полезной информации. Вместе с тем, преобладает стремление к сбалансированной оценке воспринимаемых инноваций, технологий и соответствующих им норм и ценностей. При оценке потребителем медиасообщений важную роль играет то, какие чувства, эмоциональные реакции и состояния они вызывают. Информация вызывающая противоречивые чувства анализируется, как правило, более тщательно. Однако даже в этом случае не исчезает тенденция к сознательному и подсознательному поиску информации, способствующей взаимообогащающим групповым и индивидуальным интеракциям. Многие синергетически ориентированные потребители имеют своеобразное «чутьё», позволяющее интуитивно выискивать и находить в многочисленных информационных потоках то, что сможет, так или иначе, способствовать развитию технологий социальной интеграции, взаимообмену между представителями различных профессиональных, конфессиональных и прочих сообществ.

рациональности и компетентности в отношении информации, имеющей технический характер, не редко сочетается с недооценкой информации, раскрывающей значимость и особенности проявления так называемого «человеческого фактора». Этим же объясняется тенденция к упрощению, схематизации любого рода информации о сложных социальных объектах характеризующихся непредсказуемостью и/или слабой прогнозируемостью.

Личностные особенности, проявленные при доминировании технократической/механистической модели мира. Представители данного типа в жизни стремятся избегать всякого рода неопределенности путем тщательного планирования своих действий и поступков. Это позволяет им в максимальной степени использовать окружающую среду и законы ее функционирования в собственных целях. Они обладают склонностью четко прогнозировать результаты своей деятельности и стараются никогда не действовать импульсивно, «наобум». Возникающие жизненные и личные проблемы они могут рассматривать в двух ракурсах:

- как следствие собственного дезадаптивного поведения: в этом случае стремятся всячески развивать свои стратегии адаптации;
- как следствие дезадаптивного поведения других людей: в этом случае они пытаются «отремонтировать» других привлекая, прежде всего, свои, манипулятивные способности.

Любого рода ценности, идеалы для них относительны, они быстро и без труда находят выход из затруднительных ситуаций, не испытывая особых угрызений совести и внутренних конфликтов даже в тех случаях, когда им приходится кого-либо предавать или обманывать.

Стремясь максимально приспособиться к социальной реальности и найти свое «место под солнцем», они пытаются обнаружить возможные пути, лазейки, способы достижения своих целей, изучая и используя психологические особенности окружающих людей, несовершенство законов, слабые места в социальной системе. Их отличает стремление к построению предельно рационализированных моделей общества или отдельных организаций. И если эти модели не срабатывают на практике, они, как правило, объясняют это нехваткой информации и низким качеством «человеческих ресурсов» и начинают строить новые модели. Они стремятся к любого рода к техническим нововведениям, видя в них решение всех проблем. Но, нередко, в их глазах большую ценность имеет само «ноу-хау», чем возможность его применения для улучшения жизни людей.

Их отношение к выполняемой профессиональной деятельности, коллегам по работе, подчиненным и руководству, как правило, прагматично, несмотря на все те симпатии и антипатии, которые они испытывают. Поэтому при любом начальстве, при любых внутриорганизационных изменениях они стараются, не выказывая своих эмоций, сразу приспособиться к этим изменениям. При выполнении профессиональных обязанностей стремятся избегать любого рода недосказанностей, неопределенностей и требуют того же от своих коллег. Их профессиональное кредо: «Получать максимальную выгоду при минимальных затратах», а, следовательно, они стремятся продумы-

века, как и все его достоинства и недостатки, выявляются через его способность бороться и побеждать.				
65. Развитие человеческого общества достигается лишь там, где различия и самобытность используются для общего блага.				
66. Трудно прогнозировать ход событий в мире, в котором постоянно происходят войны и противостояния.				
67. Поскольку человеческая душа непредсказуема, как и все остальное в мире, то ее будущее во многом зависит от случайного стечения обстоятельств.				
68. Не столь важно, есть ли у этого мира разумный создатель или нет, важно то, что к нему можно приспособиться, либо, напротив, приспособить его к себе.				
69. Невозможно до конца понять мир, так как все «темное» в нем живет по своим законам, а все «светлое» - по своим.				
70. Этот мир устроен таким образом, что человечество может быстро и беспричинно исчезнуть в любой момент.				
71. Этот мир устроен так, что человек вынужден постоянно его приспособлять к собственным нуждам с помощью науки и техники.				
72. Законы этого мира таковы, что все в этом мире взаимосвязано, каждая его частица неразрывно связана с остальными.				
73. Мир - огромный шкаф, в котором сегодня ты можешь найти все, что пожелаешь, а завтра - ничего, и никогда не знаешь, что он тебе предуготовил.				
74. Этот мир устроен так, что человек не может изменить его к лучшему, не совершенствуя самого себя.				
75. Будущее и предсказуемость жизни каждого человека зависит от того, насколько он может противостоять враждебным силам.				
76. Все наши проблемы постепенно исчезают по мере развития у нас способности быстро приспособляться к возникающим ситуациям и условиям.				
77. Зло для человеческого общества – не более				

чем вирус, и чем совершеннее общество, тем более устойчиво оно к вирусам зла.				
78. Общественное развитие возможно лишь при условии четкого распределения и закрепления за каждым строго определенных функций.				
79. Добро и Зло вполне реальны, и нам, хотим мы того или нет, необходимо выбрать, на чьей мы стороне.				
80. Изменения, происходящие в мире – это непрерывная цепь случайностей.				
81. Развитие науки и техники доказывает возможность полного познания этого мира.				
82. Выживание любой ценой является единственно возможной и доступной целью человеческого существования в этом мире.				
83. У каждого из нас есть возможность выбора жизненного пути и поэтому роль каждого в этом мире определяется его собственным выбором.				
84. В этом мире обретает смысл жизни только тот, кто всегда готов к нападению и всегда готов отразить удар противника.				
85. Нет никаких так называемых «высших» и «неизменных» законов, все существующие законы придуманы людьми.				
86. Каждый человек вправе думать что угодно и как ему угодно, а вы вправе использовать это в собственных интересах.				
87. В этом мире у человека есть выбор между двумя основными ролями: победителя или побежденного.				
88. Смысл жизни человека состоит в том, чтобы через служение другим сделать этот мир лучше.				
89. Добро и Зло – это два инструмента управления человечеством, каждый из которых по своему эффективен и необходим.				
90. Мир - это живая книга мудрости, в которой есть ответы на все вопросы, только не каждому дано ее прочитать.				
91. Мир – шахматная доска, на которой цвет каждой фигуры (черной или белой) определяется ее поступками.				
92. В этом мире у каждого свои проблемы и поэтому не стоит ожидать от других слишком многого.				

представителями иных взглядов, иной культуры, так как любого рода цивилизационные проблемы они рассматривают с позиции противостояния Добра и Зла, и, следовательно, во всем ищут происки врагов. Нередко вся их жизнь строится согласно феномену «самосбывающегося пророчества», поскольку своим, пусть даже пассивно-негативным, отношением к людям иных взглядов или иной культуры, они могут создавать себе новых врагов.

Субъективное восприятие жизни таких людей делится на периоды «битв/сражений» и периоды относительного затишья, подготовки к новым битвам. Некоторые из них могут прожить всю жизнь в ожидании «решающего сражения» или с ощущением «круговой осады». Даже если представители данного типа становятся «победителями», актуальность дальнейшей борьбы для них несколько не уменьшается, так как иначе их жизнь теряет смысл. Однако не все из представителей данного типа активно противостоят «мировому злу», некоторые могут оставаться лишь пассивными наблюдателями.

Свою общественную и профессиональную деятельность они рассматривают либо как один из способов борьбы с врагами, либо как обременительную повинность, навязанную им врагами через определенные жизненные обстоятельства. В том случае если профессия совпадает с ценностями их антагонистического мировоззрения, они становятся профессионалами «экстра-класса», хотя нередко могут «перегибать палку» в борьбе с врагами. Представители власти либо идеализируются ими, если воспринимаются как «Свои», либо вызывают явную неприязнь, желание идти на скрытый саботаж или открытое противостояние. Возможность получения нелегального дохода отвергается ими только в тех случаях, когда их получение связано с эксплуатацией тех, кого они считают «своими». Возможность любого рода ущемления прав или эксплуатации представителей чужих социальных групп не рассматривается ими как зло и воспринимается как необходимый элемент борьбы. В этих случаях они могут пойти на оправдание любого рода преступлений под самым благовидным предлогом.

Технократическая стратегия потребления информации.

При доминировании данной стратегии высоко оцениваются такие характеристики медиа-информации как систематичность, структурированность её изложения, фактологическая обоснованность сообщений, возможность технической операционализации, алгоритмизации полученных сведений в различных ситуациях и сферах. Вместе с тем, как правило, игнорируется либо обесценивается информация, имеющая морально-нормативный характер, ориентирующая потребителя на освоение традиционных коллективных ценностей и духовных идеалов. Всё время активно осуществляется поиск и отбор информации обеспечивающей максимальную социальную адаптацию адресата, его профессиональный и карьерный рост. Как следствие, вся получаемая медиаинформация сознательно или неосознанно оценивается как полезная/бесполезная лично для потребителя. Общесоциальная ценность воспринимаемой информации при таком подходе имеет второстепенный, инструментальный статус. При доминировании данной стратегии высокий уровень

Антагонистическая стратегия потребления информации

При доминировании данной стратегии потребления и переработки информации важнейшее значение играет оценка источников информации по таким критериям как: близость/чуждость (политических, философских, религиозных) взглядов и убеждений тех, кто персонализирует данные источники, близость их социального положения, этнического происхождения по отношению к социальному положению, этническому происхождению потребителя. То есть такие характеристики как расовая, конфессиональная, региональная принадлежность медиа-адресантов играют решающую роль при оценке исходящей от них информации. В итоге все источники медиа-информации чётко подразделяются на «свои» и «чужие», а значит – враждебные. Соответственно и исходящие от них сообщения дифференцируются как полезные или вредоносные. Для носителей данной стратегии переработки информации почти не существует нейтральных источников информации, либо под ними понимаются те, которые можно назвать «временно неопределёнными». Всем тем источникам информации, которые признаются «идейно чуждыми», априори, отказывается в праве на лояльное отношение. Переработка любых по уровню сложности смысловых текстов, принадлежащих к тем источникам информации, которые оцениваются как враждебные, как правило, сводится к уничижительным эпитетам и жесткой критике, основанной на тенденциозном прочтении заложенных подтекстов. Морально-нравственная оценка любого рода медиа-информации осуществляется с позиции узкогрупповых интересов и ценностей. При поиске медиа-сообщений на какую либо значимую для потребителя тему, его интересует не столько объективное изложение событий, сколько какие-либо факты, прямо или косвенно подтверждающие его антагонистическую позицию по отношению к представителям тех или иных «чужих» социальных групп.

Личностные особенности, проявленные при доминировании антагонистической модели мира. Как правило, такие люди точно знают, как всё должно быть устроено в современном им обществе и по чьей конкретно вине их жизнь не столь хороша, как хотелось бы. Вне зависимости от уровня их материального благополучия, социального статуса, у этих людей всегда есть враги, мешающие им жить. Они не обязательно активно борются со своими мнимыми или реальными врагами, но очень редко меняют свое мнение в отношении их. И все те, кто поддерживают их врагов, сочувствуют им или даже относятся к ним лояльно, также подпадают под общий образ врага. За каждым конфликтом они склонны усматривать глобальное противостояние общемировых сил добра и зла. Их сознание группоцентрично, их Мир чётко разделяется на добрых - «наших», которых они, как правило, идеализируют, и злых - «чужих», от которых они никогда не ждут ничего хорошего.

Их субъективное ощущение полноты жизни реализуется через борьбу, через различные формы активного противостояния или, как минимум, пассивно-негативного отношения к тем, кого они считают своими врагами. Как правило, они весьма негативно относятся к возможностям достижения устойчивого режима сосуществования или даже временного компромисса с

93. В мире не может быть одновременно двух истин, и те, кто пытается внушить вам это, морочат вам голову.				
94. Добро и зло – это то, что люди придумали для обозначения того, что им нравится и не нравится в тот или иной момент.				
95. Любого рода жизненные и личные проблемы человека возникают вследствие его нежелания считаться с требованиями современного ему мира.				
96. Законы этого мира не действуют слепо и поэтому, многое из того, что происходит в жизни человека, зависит от его собственной воли.				
97. Как правило, умные люди стремятся воспринимать мир более совершенным, чем он есть на самом деле.				
98. Как правило, умные люди склонны воспринимать мир менее совершенным, чем он есть на самом деле.				
99. Как правило, умные люди воспринимают мир таким, какой он есть на самом деле.				
100. Как правило, умные люди знают, что внешний мир зависит от того, как мы его воспринимаем, и что мы о нем думаем.				

Ключ для обработки данных тест-опросника «Спаимм»

Хаотическая модальность – 2, 7, 10, 16, 20, 23, 27, 32, 35, 38, 41, 47, 50, 53, 60, 63, 67, 70, 73, 80, 82, 85, 92, 94.

Антагонистическая модальность – 4, 5, 9, 13, 19, 24, 26, 29, 34, 37, 43, 48, 52, 54, 57, 64, 66, 69, 75, 79, 84, 87, 91, 93.

Механистическая модальность – 3, 6, 11, 15, 17, 22, 25, 30, 36, 39, 44, 46, 49, 56, 58, 61, 68, 71, 76, 78, 81, 86, 89, 95.

Организмическая модальность – 1, 8, 12, 14, 18, 21, 28, 31, 33, 40, 42, 45, 51, 55, 59, 62, 65, 72, 74, 77, 83, 88, 90, 96.

Количественная обработка результатов

«Да» - +2 балла.

«Скорее да, чем нет» - +1 балл.

«Скорее нет, чем да» - -1 балл.

«Нет» - -2 балла.

Обработка и интерпретация результатов проводится отдельно по каждой модальности, после чего устанавливается доминирующая модальность, либо соотношение доминирующих модальностей. Все полученные отрицательные

значения складываются с положительными. Итоговые суммы по каждой из четырёх шкал имеют следующие значения:

От -48 до 0 - отвержение модальности мировосприятия/миропонимания.

От +1 до +16 – низкая степень выраженности модальности мировосприятия/миропонимания.

От +16 до +32 – средняя степень выраженности модальности мировосприятия/миропонимания.

От +32 до +48 – высокая степень выраженности модальности мировосприятия/миропонимания.

Напоминаем, что ответы респондентов на последние четыре утверждения не включаются в математическую обработку.

Качественная обработка результатов

Для более верного понимания, приведенных ниже интерпретаций, следует подчеркнуть, что в данном случае необходимо исходить из расширительных трактовок таких словосочетаний как «потребление информации» и «модель мира» предполагающих прямую взаимосвязь доминирующей стратегии поиска и отбора информации в медиапространстве и соответствующих особенностей её когнитивной переработки в более или менее осознанные и взаимосвязанные компоненты индивидуальной модели мира.

Хаотическая стратегия потребления информации

При доминировании данной стратегии, потребление медиаинформации происходит в большинстве случаев под влиянием обстоятельств и внешних стимулов, то есть в стихийном режиме. Отбор и характер интересующей информации зависят от текущих событий, сиюминутных настроений и желаний. Процесс потребления информации может быть относительно длительным, но лишь в том случае если получаемая информация отвечает актуальному эмоциональному настрою адресата. Например, если она носит выраженный развлекательный, скандальный, либо интригующий характер. Характер потребляемой информации, как правило, не соотносится с актуальными социальными задачами, стоящими перед личностью, например учёбой, профессиональным становлением и т.д. Даже отбор профессионально значимой информации имеет случайный характер, в значительной степени эмоционально окрашен. Большая часть медиа-информации оценивается не по критерию нужная/не нужная или полезная/бесполезная, а по критерию интересная/не интересная. Особым значением наделяется информация, прямо или косвенно свидетельствующая о случайности, индетерминированности происходящих в мире событий и явлений и, тем самым, оправдывающая хаотичное мировосприятие индивида.

При данной стратегии наиболее велика вероятность формирования различного типа кибер-зависимостей, например, зависимости от сетевых игр или интерактивных отношений, возникающих в поисках ощущения полноты переживаний собственного «Я» в мире хаоса. При этом информационно-виртуальное пространство воспринимается как пространство, наделённое

смыслами и ценностями равнозначными смыслам и ценностям реального мира, поскольку последние в субъективном восприятии хаотически ориентированных потребителей масс-медиа столь же искусственны, как и первые.

Личностные особенности, проявленные при доминировании хаотической модели мира. Как правило, такие люди не строят долгосрочных планов в своей жизни, стремятся к тому, что более достижимо в короткие сроки. Они могут достаточно долгое время «плыть по течению», а затем резко и неожиданно изменить всю свою жизнь за один день. В относительно благоприятные для них периоды, они стремятся брать от жизни всё, не упуская любой возможности.

В окружающем мире для них нет ничего определенного, нет какого-либо устойчивого порядка, в любой момент все может коренным образом измениться, поэтому они не особо стремятся достичь какого-либо стабильного положения, хотя иногда всё же его достигают. Они стремятся не к личностному росту, а к накоплению «навыков выживаемости».

Они не видят причин анализировать свои поступки, так как на их взгляд, всё зависит от внешних обстоятельств. У них нередко отсутствуют глубокие привязанности, устойчивые межличностные отношения, хотя при этом может проявляться бессознательная тяга к лицам, персонифицирующим верность, преданность, постоянство чувств и мнений.

Любого рода социальные кризисы, экстремальные ситуации, неожиданные изменения жизненных обстоятельств вызывают в них чаще всего не фрустрацию и депрессивную реакцию, а приток энергии, спонтанную «творческую» активность.

В личной жизни и профессиональной деятельности такие личности не стремятся мыслить системно и рационально, а больше полагаются на интуицию и, чаще всего, готовы действовать импульсивно, по обстоятельствам. Профессиональная деятельность почти никогда не рассматривается как призвание, за исключением случаев совпадения ее характера с ключевыми ценностями хаотического мировосприятия. В содержании профессиональной деятельности ими усматривается с одной стороны возможность выжить в хаотическом мире, а с другой – получить какие-либо блага и удовольствия.

Стиль их общения с деловыми партнерами, коллегами по работе и начальством весьма неустойчив и может варьировать от прямых манипуляций до излишней откровенности. Любую возможность безнаказанно получить куш они реализуют автоматически, но, как правило, бессистемно и спонтанно. В то же время страх наказания заставляет их быть осторожными и находчивыми. Чаще всего, в отношениях с начальством стремятся вызвать симпатии к себе шутками, балагурством, игрой в «рубашку-парня», демонстрацией свежего взгляда на проблему. Жизненные ошибки и профессиональные «промахи» почти никогда не признаются, так как списываются на волю случая.