

Технология педагогического управления информационным потреблением подростков

Марина Александровна Мазниченко,

кандидат педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», maznichenkoma@mail.ru

Наталия Ивановна Нескоромных,

кандидат педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», nesknatali@mail.ru

• информационное общество • воспитательное воздействие • информационное потребление подростков • культуры информационного потребления • педагогическая коррекция информационного потребления

В современном информационном обществе значимое влияние на формирование личности и сознания подростков оказывает информационное потребление. Учащиеся получают огромный массив информации различного содержания из разных источников (социальные сети, Интернет, телевидение, учебная и художественная литература, СМИ, медиа и др.). Основная масса получаемой информации не оказывает воспитательного влияния на подростков, не пропагандирует духовно-нравственные ценности, а в ряде случаев зомбирует несовершеннолетних и навязывает антигуманные ценности, продиктованные финансовыми интересами производителей информации. В этой связи необходимо управление информационным потреблением детей со стороны педагогов и родителей, а в идеале – и со стороны государства на основе институционального взаимодействия специалистов.

В то же время педагогами, специалистами учреждений культуры и родителями недостаточно внимания уделяется формированию у подрастающего поколения культуры информационного потребления, основанной на духовно-нравственных ценностях, информационное потребление пускается на самотёк. Как следствие, дети не обладают необходимым информационным иммунитетом, культурой потребления информации, воспринимают её некритично, что поддерживает и усиливает негативное влияние

разного рода информации на формирование личности подростков и позволяет манипулировать их сознанием.

В такой ситуации необходимо создание в России системы педагогического управления информационным потреблением подростков, призванной решать две основные задачи:

- регулирование содержания информации, предлагаемой различными источниками, с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач;
- педагогическая коррекция информационного потребления учеников, формирование у них культуры потребления информации и информационного иммунитета.

Первым шагом к созданию такой системы может стать разработка и внедрение технологии педагогического управления информационным потреблением подростков. Основными субъектами реализации такой технологии выступают учителя школ, педагоги дополнительного образования и родители. Однако наиболее эффективна реализация такой технологии на основе институционального взаимодействия специалистов сферы образования, культуры, рекламы, производства информационных ресурсов, СМИ, медиа, а также других сфер, занимающихся производством информации и предъявлением её детям и юношеству.

Под **технологией педагогического управления информационным потреблением подростков** мы будем понимать модель совместных действий педагогов, родителей, подростка и других заинтересованных специалистов, направленных на коррекцию сценариев потребления информации и формирование культуры информационного потребления на основе духовно-нравственных ценностей.

Технология педагогического управления информационным потреблением раскрывает способы и механизмы действий педагогов и родителей, направленных:

- на педагогизацию осмысления подростками информации, получаемой из различных источников, наполнение её духовно-нравственными ценностями и смыслами;
- на выявление и оценку имеющихся у ребёнка сценариев потребления информации, анализ факторов их возникновения;
- на педагогическую коррекцию таких сценариев;
- на формирование у ребят «информационного иммунитета» – умения распознавать опасную для духовного развития информацию и отстраняться от неё, противостоять негативной, вредной информации;
- на формирование у детей культуры потребления информации на основе духовно-нравственных ценностей;
- а развитие у подростков информационного творчества (включая медиатворчество);
- на формирование у детей осознанного, ответственного отношения к информации, умения рефлексировать и проектировать своё информационное потребление с использованием продуктивных сценариев, основанных на духовно-нравственных ценностях.

Сущность технологии педагогического управления информационным потреблением подростков отражают следующие признаки:

- **адаптивность** – стратегией технологии выступает гибкое адаптивное управление информационным потреблением, предоставляющее возможность адаптировать алгоритмы и сценарии, педагогический инструментарий техноло-

гии к конкретным условиям информационного потребления, изменениям информосферы, индивидуальным особенностям ребёнка;

- **научность** – управление информационным потреблением на основе познания объективных закономерностей потребления подростками информации, влияния информационных процессов на человека;
- **диалектичность** – управление информационным потреблением на основе выявления и продуктивного разрешения противоречий:
 - между информационными интересами государства, педагогов, родителей, подростка;
 - между информационными ожиданиями и возможностями ребёнка;
 - между ценностями потребления информации учащимся и духовно-нравственными ценностями;
 - между информационными ожиданиями педагогов, родителей и самого подростка.
- **превентивность** – предупреждение возникновения у детей непродуктивных сценариев информационного потребления;
- **комплексность** – воздействие на информационное потребление подростка представителей комплекса социальных институтов (школа, семья, культура, спорт, реклама и др.) по нескольким взаимосвязанным направлениям:
 - педагог и подросток;
 - ученический коллектив и подросток;
 - родители и подросток;
 - подросток и подросток (самокоррекция информационного потребления и взаимокоррекция по принципу «равный равному»).

Идентификация технологии по К.Г. Селевко [1]:

- **по уровню применения:** общепедагогическая;
- **по философской основе:** гуманистическая;
- **по ведущему фактору психического развития:** социогенная;
- **по научной концепции усвоения опыта:** развивающая;
- **по ориентации на личностные структуры:** технология саморазвития (форми-

рование самоуправляющихся механизмов личности) с элементами эмоционально-нравственной;

- по характеру содержания и структуры – воспитывающая, гуманитарная;
- по типу организации и управления познавательной деятельностью: дифференцированные способы обучения;
- по категории обучающихся: массовая;
- по подходу к ребёнку: личностно ориентированная;
- по преобладающему (доминирующему) методу: технология проблемного обучения;
- по направлению модернизации существующей традиционной системы: на основе эффективности организации и управления процессом обучения.

Понятийный тезаурус технологии:

Информационное потребление – поиск и использование человеком информации для достижения личных и профессиональных целей.

Информационное потребление подростков в сравнении с информационным потреблением совершеннолетних граждан имеет следующие отличительные особенности:

- ответственность за использование подростком информации несёт не только он сам, но и его родители;
- ограниченность прав ребёнка в сфере информационного потребления: «Конвенция ООН утверждает право детей на получение и распространение информации, но закон о средствах массовой информации касается только тех ресурсов, которые созданы лицами после 18 лет. Детские самодельные печатные издания и электронные ресурсы не имеют статуса, прав, ответственности, узаконенной поддержки» [2];
- в подростковом возрасте наиболее активно потребляется информация, так как основной деятельностью всех детей в этот период является обязательное обучение в школе;
- информационное потребление детей в значительной мере регламентируется (учителями школы, родителями);
- нестабильность: сценарии, цели, содержание информационного потребления подростка часто меняются в связи с неустойчивостью ценностных ориентаций,

жизненных принципов, интересов, желаний, потребностей, поиском себя;

- незрелость личности, вера в авторитеты и стремление к самостоятельности делают ребёнка доступным объектом для манипулирования его сознанием посредством определённой информации;
- преобладание в системе используемых подростком источников информации образных и виртуальных источников над интеллектуальными;
- высокая потребность в межличностном общении для осмысления информации: «Межличностное общение у современных подростков стало своеобразным котлом, где переваривается поступающая из разных источников информация: основным фильтром для отбора значимой информации, способом экспертных оценок, придания определённых смыслов информации, порождения новой информации на основе усвоенной индивидуально. Информирование существенно дополняется взаимоинформированием и взаимообогащением в результате коммуникации. Таким способом строятся личностные и групповые картины мира, корректируются ценностные и целевые установки, определяются жизненные смыслы. Это определяет приоритет для них интерактивных, диалоговых средств информации и коммуникации, где они могут быть партнёрами, субъектами» [2];

Источники информации – любые средства, содержащие информацию: учебные, научные, художественные книги, социальные сети, интернет-источники, телевидение, СМИ, медиаисточники, реклама, люди как источники устной информации и т.д.

Управление информационным потреблением – оказание целенаправленных воздействий на содержание и восприятие информации личностью, выбор её источников.

Педагогическое управление информационным потреблением подростка – комплекс систематичных, взаимосвязанных процессов, которые позволяют на основе духовно-нравственных ценностей и конкретных педагогических задач обогащать содержание потребляемой ребёнком информации, регулировать её осмысление и оценку, выбор сценариев информационного потребления.

Педагогическое управление информационным потреблением детей включает следующие *процессы*:

- 1) анализ типовых сценариев информационного потребления подростков и выявление обуславливающих их возникновения факторов;
- 2) оценку типовых сценариев с позиций духовно-нравственных ценностей;
- 2) педагогическое проектирование алгоритмов и сценариев информационного потребления, основанных на духовно-нравственных ценностях;
- 3) коррекцию информационного потребления, включая используемые сценарии;
- 4) педагогизацию содержания информации, получаемой из различных источников (социальные сети, интернет-источники, учебная и художественная литература, телевидение, реклама, СМИ и др.);
- 5) мотивирование и обучение подростков способам самоанализа и самокоррекции информационного потребления.

Каждый процесс реализуется таким образом, чтобы его можно было координировать.

Управление информационным потреблением сосредоточено на создании предсказуемых способов его регулирования на основе духовно-нравственных ценностей и конкретных педагогических задач.

Особенности управления информационным потреблением подростков:

- вероятностный характер управления – управление в условиях неполной информированности и относительной неопределённости, что требует от субъектов реализации технологии умения выстраивать несколько управленческих сценариев, выбирая тот или иной из них, в зависимости от изменения конкретных условий;
- взаимосвязанная реализация двух управленческих процессов: управление информационным потреблением учащихся со стороны педагогов, родителей, заинтересованных специалистов и самоуправление информационным потреблением со стороны подростка.

Сценарии информационного потребления подростка – последовательность его отно-

шений и действий в процессе потребления информации, обусловленная его ценностями, мотивами, смыслами, потребностями, желаниями, индивидуальными особенностями, а также внешними факторами.

Информационные потребности подростка – его личностные потребности (социальные, идеальные), реализация которых видится ему возможной посредством информационного потребления.

Культура информационного потребления подростка – высокий уровень интеллектуального и духовного осмысления личностью содержания информации из различных источников (социальные сети, Интернет, учебная и художественная литература, телевидение, СМИ, медиа, межличностные источники и др.) на основе общечеловеческих ценностей и норм поведения.

Информационное творчество подростка – его деятельность, связанная с творческой переработкой информации, созданием новых источников информации.

Реализация технологии педагогического управления информационным потреблением осуществляется на основании следующих **принципов**, вытекающих из указанных выше концептуальных оснований:

Принцип системности, предполагающий управление на основе взаимодействия различных специалистов и семьи как системы, включающей взаимосвязанные элементы (цели, взаимодействующие специалисты, представляющие разные социальные институты, содержание совместной и индивидуальной деятельности и др.).

Принцип комплексности – комплексное воздействие педагогов, семьи, других специалистов на цели и содержание информационного потребления личности; педагогическое воздействие на комплекс различных источников информации (Интернет, телевидение, СМИ, учебная и художественная литература, реклама, киноиндустрия и др.); комплекс направлений (процессов) управления.

Принцип взаимозависимости внешних и внутренних факторов, влияющих на качество информационного потребления подростков.

Принцип сценарирования, предполагающий выявление типовых сценариев потребления информации и проектирование продуктивных сценариев.

Принцип многовекторности, позволяющий рассмотреть процесс управления информационным потреблением подростков и формирования у них культуры информационного потребления в нескольких направлениях (социальном, экономическом, педагогическом).

Целевые ориентиры технологии педагогического управления информационным потреблением подростков:

Цель технологии: формирование у личности высокой культуры информационного потребления на основе духовно-нравственных ценностей и готовности к самокоррекции информационного потребления.

Задачи технологии:

- 1) педагогизация содержания информации, предлагаемой ребёнку различными источниками, с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач;
- 2) педагогическая коррекция информационного потребления;
- 3) формирование информационного иммунитета, культуры потребления информации на основе духовно-нравственных ценностей и готовности к самокоррекции информационного потребления.

Планируемые результаты технологии:

- 1) осознанное и ответственное отношение подростков к потребляемой информации, к выбору её источников;
- 2) осмысление и оценка молодыми людьми информации на основе духовно-нравственных ценностей;
- 3) более активное и целенаправленное участие педагогов и родителей в межличностном общении с учащимися по поводу получаемой ими информации из различных источников (Интернет, телевидение, СМИ, социальные сети, медиа, реклама и др.);
- 4) способность к планированию информационного потребления, самоанализу и самокоррекции сценариев потребления информации;

- 5) развитие способности к социально и лично значимому информационному творчеству.

Субъектами реализации технологии педагогического управления информационным потреблением подростков могут выступать:

- учителя-предметники;
- классные руководители;
- социальные педагоги;
- школьные психологи;
- педагоги дополнительного образования детей;
- родители;
- специалисты сферы культуры, досуга, рекламы, физической культуры и спорта, медицины и другие заинтересованные специалисты.

Этапы реализации технологии педагогического управления информационным потреблением подростков определены на основе логики педагогического процесса, управления, закономерностей потребления информации и её влияния на человека:

- аналитико-диагностический – диагностика генерируемых подростками сценариев информационного потребления, анализ их с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач;
- проектно-коррекционный – коррекция генерируемых учащимися сценариев информационного потребления;
- развивающий – вовлечение детей в процессы рефлексии информационного потребления, его планирования с позиций жизненных целей и духовно-нравственных ценностей, самокоррекции сценариев информационного потребления;
- творческий – вовлечение в процессы информационного творчества.

Педагогический инструментарий технологии педагогического управления информационным потреблением подростков проектируется, исходя из задач, решаемых на каждом этапе.

На *аналитико-диагностическом этапе* основными задачами выступают:

- анализ информационного потребления, выявление типовых сценариев и основных проблем;

- оценка используемых учениками сценариев информационного потребления с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач;
- выявление основных факторов, обуславливающих выбор ребёнком того или иного сценария информационного потребления.

Для решения этих задач используется следующий педагогический инструментарий:

- анкетирование учащихся, педагогов, родителей;
- контент-анализ популярных источников информации и информационных продуктов;
- экспертные оценки.

Задачи проектно-коррекционного этапа:

- проектирование и реализация процессов педагогизации содержания потребляемой информации;
- коррекция сценариев информационного потребления учащихся с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач.

Для решения этих задач используется следующий педагогический инструментарий:

- ситуации педагогизации актуальной для подростков информации;
- сравнительный анализ и обсуждение текстов, представленных в социальных сетях на русском и иностранных языках;
- анализ способов манипулятивного информационного влияния в социальных сетях;
- методы совместного осмысления информации в процессе межличностного общения: дискуссии, коллоквиумы, индивидуальные беседы подростка с педагогом, родителями, сверстниками и др.;
- воспитательные ситуации;
- метод эмоционального взрыва (А.С. Макаренко);
- демонстрация ценностного выбора [3];
- проживание воспитанниками ценностных отношений в процессе потребления информации;
- сценирование информационного потребления.

Задачи развивающего этапа:

- формирование у воспитанников осознанного и ответственного отношения к потреблению информации;

- развитие умений планирования информационного потребления с позиций жизненных целей и духовно-нравственных ценностей;
- формирование информационного иммунитета, способности противостоять опасной, вредной, ненужной информации;
- развитие навыков самоанализа и самокоррекции информационного потребления.

Для решения названных задач используется следующий педагогический инструментарий:

- само- и взаимооценки;
- пример педагогов, родителей, сверстников; возбуждение импульса к подражанию;
- упражнения;
- приучение;
- поручения;
- консультирование.

На творческом этапе решаются следующие задачи:

- развитие у детей способности к информационному творчеству;
- формирование умений создавать новую информацию и новые источники информации (веб-страницы, сайты, информационные ресурсы и др.).

Для решения задач используется следующий педагогический инструментарий:

- коллективные творческие дела;
- учебное проектирование;
- ценностно-ориентированная совместная деятельность.

Основным инструментом в реализации технологии педагогического управления информационным потреблением подростков выступает классификация типовых сценариев их информационного потребления.

Проведённый анализ позволил выделить 9 наиболее распространённых типовых сценариев информационного потребления:

«Зомбируемый» – информационное потребление подростка строится на основе навязанных ценностей и установок. Субъектами информационного зомбирования могут выступать: реклама, телевидение, значимые личности, в т.ч. родители и педагоги. На-

пример, ребёнок может быть зомбирован рекламой определённых товаров (например, айфона) и требовать их приобретения от родителей. Или же подростка могут зомбировать родители или педагоги, навязывая ему просмотр определённых телепередач, интернет-сайтов, фильмов, книг и т.д. (в данном случае речь идёт о неосознаваемом ребёнком навязывании, зомбировании его; развитие у подростка определённых информационных потребностей и интересов, рекомендации педагогов и родителей по чтению книг, просмотру телепередач, использованию интернет-сайтов и других источников информации не являются зомбированием, а выступают эффективным средством педагогического управления информационным потреблением). В этом сценарии выбор и осмысление информации подросток осуществляет не самостоятельно, а на основе навязанных установок. Зачастую производители информации зомбируют ребёнка на потребление негуманной, опасной и вредной информации, которая оказывает негативное влияние на развитие его личности, тормозит развитие в целом или развитие той или иной сферы личности.

«*Зависимый*» – мотивом потребления подростком определённой информации выступает имеющаяся у него зависимость (например, компьютерная, интернет-зависимость, шопоголизм, зависимость от общения в социальных сетях и т.д.). Основным признаком присутствия зависимости выступает неспособность регулировать собственное взаимодействие с объектом зависимости. Описываемый сценарий информационного потребления подростка, с одной стороны, может способствовать формированию у него зависимости (например, нашёл в сети Интернет рекламу компьютерной игры, приобрёл её, стал играть, не контролируя время, отводимое на такие игры. Затем у него возникла потребность любыми путями приобретать новые версии этой игры. Игра стала занимать практически всё свободное от посещения школы время). С другой стороны, он может развиваться как следствие уже имеющейся у него зависимости (зависимость диктует модель потребления информации).

«*Полиглот*» – в этом сценарии учащийся потребляет огромный объём информации различного содержания, не имея конкретных

целей её применения. Опасность заключается в том, что информация засоряет сознание ребёнка, не способствуя его личностному росту, постановке и реализации жизненных целей.

«*Информационное потребление как средство самопиара*» – потребление информации выступает средством повышения самооценки, своей значимости в глазах сверстников, педагогов: воспитанник постоянно ищет какую-то необычную, интригующую информацию, чтобы «поразить» ей сверстников, социальные сети использует исключительно для презентации своих фотографий, жизненных событий, достижений.

«*Я не хуже других*» – в потреблении информации подросток ориентируется на значимых других (друзья, одноклассники и др.). Он обращается именно к тем источникам, которые используют они (читает те же книги, смотрит те же фильмы, играет в те же компьютерные игры, общается в тех же социальных сетях и т.д.), и с теми же целями, что и значимые другие. Собственных целей потребления информации ребёнок не ставит и не реализует. Потребление информации в этом случае служит для несовершеннолетнего средством обеспечения принятия его коллективом. Он ошибочно полагает, что быть принятым в коллективе можно, только полностью копируя поведение его членов.

«*Ограниченное информационное потребление*» – подросток сознательно ограничивает объём потребляемой информации. Мотивом ограничения может служить банальная лень (не хочется читать художественные произведения для подготовки к урокам литературы или просто для саморазвития – легче прочитать краткое содержание). Другой вариант сценария – ограничение информационного потребления одной сферой – например, потребление только информации, касающейся будущей профессии (может быть следствием реализации педагогом прагматической концепции воспитания, подготовки узкого специалиста, когда ученик становится для педагога средством самоутверждения себя как профессионала путём победы этого ученика на олимпиадах, конкурсах, спортивных соревнованиях, получения им высоких результатов ЕГЭ и т.д.; при этом педагог тре-

бует, чтобы ученик занимался только его предметом, потребности и желания самого ученика его не интересуют). Ещё один вариант сценария – ограничение определённых источников информации, отказ от признания их возможностей в достижении своих целей и задач. Например, некоторые подростки ограничивают своё информационное потребление только виртуальными источниками, игнорируя учебную и художественную литературу, живое межличностное общение и т.д. Или же несовершенно-

летний может ограничивать возможности некоторых источников информации в достижении своих целей: например, использовать социальные сети только для общения со сверстниками, игнорируя их возможности в обучении.

«Информационная миссия» – учащийся строит своё информационное потребление исходя из определённой для себя миссии: например, пропагандировать туристические походы, компьютерные игры, рок-му-

Таблица 1

Классификация типовых сценариев информационного потребления подростков и матрица для их педагогического анализа

Название сценария	Ключевые ценности	Предпочитаемые источники информации	Предпочитаемые стили потребления информации	Факторы, обуславливающие выбор сценария	Влияние сценария на развитие личности подростка
«Зомбируемый»	Ценности, декларируемые субъектом зомбирования (чаще всего ценности материального потребления)	Реклама Телевидение Интернет	Некритичное потребление информации, безоговорочная вера её источникам	Внешние: Агрессивная реклама Манипулирование сознанием подростка Внутренние: Внушаемость Несамостоятельность	Формируется привычка верить источникам информации, действовать по рецепту, не развивается самостоятельность, ответственность
«Зависимый»	Взаимодействие с объектом зависимости	Реклама Телевидение Интернет	Поиск и потребление информации для поддержания имеющейся зависимости и самооправдания	Внешние: Агрессивная реклама Манипулирование сознанием подростка Внутренние: Внушаемость Несамостоятельность Отсутствие силы воли Отсутствие конкретных целей личностного и профессионального роста	Формируется зависимая личность
«Полиглот»	Количество имеющейся информации	Любые источники	Бесконтрольное, бесцельное потребление	Внешние: Мнение значимых личностей Телепередачи, пропагандирующие «знание всего обо всём» Внутренние: Неопределённость жизненных целей	Формируется личность с завышенной самооценкой, энциклопедическими знаниями, но не способная реализовать свой потенциал
«Информационное потребление как средство самопиара»	Собственная личность	Интернет	Размещение в сети Интернет, социальных сетях огромного массива информации о себе, использование источников информации для саморекламы	Внешние: Пример других людей Внутренние: Заниженная самооценка Эгоизм	Формируется завышенная самооценка
«Я не хуже других»	Самоутверждение в коллективе	Источники, предпочитаемые референтной группой	Использование той информации и тех источников, которые используют члены референтной группы	Внешние: Давление коллектива Внутренние: Конформизм Несамостоятельность Отсутствие индивидуальности Заниженная самооценка	Формируется несамостоятельная, ограниченная, безынициативная личность со слабо выраженной индивидуальностью

Продолжение таблицы 1

«Ограниченное информационное потребление»	Доминантная жизненная цель (например, профессиональная карьера, приобретение известности)	Источники, способствующие достижению доминантной цели	Ограничение информационного потребления (объёма, содержания, источников информации) доминантной целью	Внешние: «Давление» педагогов, родителей Авторитарный стиль воспитания Примеры значимых личностей Внутренние: Недостаточность интеллектуального развития Узкий кругозор	Формируется «однобокая» личность, реализующая свой потенциал только в одной сфере
«Информационная миссия»	Ценность, выражающая информационную миссию (помощь другим людям, информирование об опасности, конкретное увлечение подростка)	Интернет	Использование информации для реализации информационной миссии	Внешние: Пропаганда принятой подростком социальной миссии на телевидении, в СМИ, Интернете Внутренние: Поиск смысла жизни	Если информационная миссия не противоречит нравственным ценностям, то способствует воспитанию социально активной личности. В противном случае – препятствует усвоению нравственных ценностей
«Креативщик»	Информационное творчество	Интернет	Потребление информации связано с её творческой переработкой, созданием новой информации и новых её источников	Внешние: Отсутствие информации для решения конкретной проблемы подростка Внутренние: Креативность Инновационность Стремление к новому Инициативность Лидерские качества	Способствует формированию творческой, инициативной личности. Важно, чтобы информационное творчество было связано с реализацией нравственных ценностей
«Целеустремлённый»	Реализация жизненных целей	Все источники	Целенаправленное потребление информации для решения конкретных жизненных целей и задач	Внешние: «социальный заказ», социальные потребности общества Внутренние: Целеустремлённость Планирование жизни	Способствует формированию целеустремлённой, самостоятельной, ответственной личности. Важно, чтобы реализуемые подростком цели не противоречили нравственным ценностям и нормам

зыку и др., бороться против фашизма, вовлекать людей в волонтерскую деятельность и т.д. Важно, чтобы эта миссия не противоречила нравственным ценностям и не ограничивала свободу других людей.

«Креативщик» – потребление информации в этом сценарии всегда связано с её творческой переработкой, информационным творчеством, созданием новой информации и новых её источников. Подросток организует форумы, странички в социальных сетях, сочиняет и размещает в Сети свои стихи, музыкальные произведения, фотографии или другое.

«Целеустремлённый» – потребление информации в этом сценарии несовершеннолетний всегда направляет на решение конкретных жизненных целей и задач: выполнить домашнее задание, найти друзей, продать или приобрести какую-либо вещь, найти желающих принять участие в мероприятии и т.д.

Алгоритм действий субъектов управления информационным потреблением подростка в отношении описанных сценариев:

- выявление реализуемого типового сценария информационного потребления, принесённых в него индивидуальных особенностей;

- оценка эффективности сценария с позиций его влияния на развитие личности, решения педагогических задач, реализации духовно-нравственных ценностей;
- педагогическая коррекция сценария посредством убеждения, дискуссий, бесед, личного примера, воспитательных ситуаций и т.д.;
- закрепление скорректированного сценария методом упражнений, приучения и др.;
- побуждение личности к самоанализу и самокоррекции информационного потребления.

В качестве ориентира для педагогов и родителей в табл. 1 представлена матрица для анализа сценариев информационного потребления подростков.

Предложенная в настоящей статье технология позволяет организовать управление информационным потреблением подростков наиболее эффективно, с учётом конкретных условий, индивидуальных особенностей детей, обеспечить взаимосвязь педагогического управления с самоуправлением.

Покажем на конкретных примерах, как учителя школы, классному руководителю использовать описанную технологию. В практике их работы с подростками данная технология реализуется применительно к выявленным у детей сценариям информационного потребления через систему коллективных и индивидуальных форм работы на уроках и во внеучебной деятельности. Коллективные формы используются в случае преобладания сценария у большинства обучающихся, индивидуальные – в случае наличия сценария у отдельного ученика.

Сценарий «Зомбируемый»:

- Классный час «Своей ли жизнью я живу?» Классный руководитель предлагает обучающимся, имеющим данный сценарий, найти информацию о влиянии телесериалов, фильмов, художественной литературы, рекламы на жизненные сценарии и сделать небольшие сообщения классу. На классный час приглашается психолог для выступления по данному вопросу.

Затем организуется дискуссия по вопросам:

- Замечали ли вы, что постоянный просмотр какого-либо телесериала приводит к неосознанному копированию поведения полюбившихся героев, их манеры одеваться, говорить и т.д.?
- Происходит ли такое после чтения художественных книг, особенно если их автор хорошо владеет словом и произведение оказывает сильное эмоциональное влияние на читателя?
- Влияет ли на жизненные сценарии реклама?
- Что лучше: жить своей жизнью, реализовывать свои желания и мечты, или копировать жизнь вымышленных героев?
- Можно ли избежать психологического влияния телесериалов, фильмов, художественной литературы, рекламы на свою жизнь или для этого нужно полностью отказаться от просмотра сериалов, фильмов, чтения книг?

- разработка алгоритмов критического анализа просмотренных фильмов/телесериалов/прочитанных книг;

- составление планов чтения художественной литературы/просмотра фильмов с целью саморазвития;

- психологические тренинги (например, позволяющие подростку осознать, что возникшие у него проблемы во взаимоотношениях со сверстниками/учителем/родителями связаны с неосознаваемым копированием действий героев телесериалов;

- дискуссия «Марионетка или ответственный потребитель?»;

- беседа «Психология влияния телесериалов на взаимоотношения в нашем классе»;

- праздник «День антирекламы»;

- коллективное творческое дело: создать и систематически обновлять страничку/группу в социальных сетях, разоблачающую манипулирование сознанием людей посредством информации (пропаганды, рекламы, агитации и др.);

- разработка алгоритмов противодействия манипулятивному воздействию информации;

- ведение «Дневника антиманипулятивных действий»: не купил рекламируемый продукт, отказался от участия в популярной компьютерной игре, не стал смотреть раз-рекламированный фильм и т.д.

- сюжетно-ролевые игры: участие в соответствии с выбранной/заданной ролью («судья», «прокурор», «адвокат», «обвиняемый» и др.) в игре «Суд над персонажами/авторами медиатекста»;

- творческие задания – например, подготовка серии из десяти карточек с рисунками, раскрывающими:

- отрицательное влияние конкретного медиатекста на личность;
- восприятие конкретного медиатекста различными группами аудитории (разного возраста, уровня образования, национальной принадлежности, социокультурной среды и др.);
- различные эмоциональные реакции при восприятии медиатекстов различными группами аудитории;
- возможные сновидения, последовавшие у различных групп аудитории после контакта со стереотипными образами в медиатекстах разных жанров;
- разработку в медийном агентстве системы манипулятивных воздействий на аудиторию.

Сценарий «Зависимый»:

- следование предложенным педагогом информационным маршрутам в сети Интернет, рекомендациям, алгоритмам по поиску и отбору информации;

- обучение подростков технологиям тайм-менеджмента, самоограничения времени пребывания в социальных сетях, анализа соотношения «время работы с информационным источником – достигнутый результат»;

- сюжетно-ролевые игры: «Сделай наоборот» (оценить скрытые цели создателей рекламы, сделать наоборот);

- индивидуальные и групповые задания:

- на распознавание в предложенных медиатекстах главной и второстепенной информации, цели и мотивации автора, сравнение, сопоставление различных точек зрения на одну проблему, выявление

различия между фактом и субъективным мнением;

- на выражение аргументированного согласия или несогласия с авторской позицией медиатекста;
- на оценку авторитетности и объективности представленной в медиатексте информации через поиск ответов на следующие вопросы: кто создал медиатекст? Можно ли ему доверять? Соответствует ли представленная в медиатексте информация действительности? Кто может быть заинтересован в этой информации? Есть ли у автора личная заинтересованность? Насколько объективна представленная информация или она отражает только одну точку зрения? На какие источники ссылается автор? Какими источниками информации можно воспользоваться, чтобы убедиться, что она соответствует/не соответствует действительности?
- на поиск в предложенных/найденных медиатекстах отражения конкретных стереотипов (гендерных, расовых и пр.);
- на выявление частоты проявления стереотипов (гендерных, расовых и пр.) в медиатекстах конкретных видов и жанров, опубликованных в течение определённого отрезка времени;
- на выявление в медиатекстах стереотипов изображения образов страны, народа, расы, национальности, политического управления, системы образования, трудовой деятельности и т.д.;
- на анализ идеологического воздействия на аудиторию различных медийных технологий;
- на анализ средств медийного языка (визуального, звукового, аудиовизуального) и их использования для усиления манипулятивного идеологического воздействия на аудиторию;
- на «просеивание информации через фильтр истинности» (аргументированное выделение истинного и ложного в медиатекстах), этический фильтр, который, как подчеркивал М.В. Кларин, помогает выбрать, «чему следует верить или какие действия следует предпринять» [4].

Сценарий «Полиглот»:

- индивидуальные задания на целенаправленное длительное использование определённой информации из одного источника: например, задание по истории – отслежи-

вать частоту размещения в Youtube роликов о Петре I, распределять их по содержанию оценок (позитивные, негативные, амбивалентные/противоречивые), по социальной принадлежности авторов и т.д.

- обучение школьников алгоритмам «фильтрации» информации: «для себя» (саморазвитие, учеба, удовольствия/развлечения); «для других» (друзья, семья, виртуальное общение);

- распределение предложенных/найденных медиатекстов по категориям в зависимости от поставленных целей;

- выявление языковых единиц (например, конкретных слов или словосочетаний) в медиатекстах конкретных видов и жанров;

- установление сходства и различия между разными медиа (прессой, радио, телевидением, интернет-сайтами) в отношении освещения ими произошедших событий, актов насилия, террора и др.;

- установление сходства и отличия моральных принципов, нашедших отражение в пропагандистских медиатекстах нацистского и коммунистического режимов;

- сопоставление рецензий (статей о медиатекстах) профессиональных медиакритиков, журналистов;

- анализ ситуаций, связанных с закрытием или запрещением конкретного источника медиаинформации, с политическим деятелем;

- анализ медиатекстов с позиций отражения в них (исключённости из них) мнений социальных, политических, национальных, религиозных групп; обсуждение возможных причин этого;

- анализ и сравнение идеологической направленности выпусков новостей, транслируемых в разных странах в течение одного дня, выявление сходства и различий, сравнение сюжетов этих теленовостей.

Сценарий «Информационное потребление как средство самопиара»:

- коллективные творческие дела, связанные с социально значимой рекламой: например,

подготовка и выпуск газеты, создание веб-сайта, группы в социальных сетях, блога, форума с социально значимыми целями: привлечение к участию в волонтерских проектах, информирование о жизни школы, класса, оказание помощи в решении социально значимых проблем и др.;

- ситуации ценностного анализа и ценностного выбора: оценить, что важнее в конкретной ситуации информационного потребления: собственное удовольствие или благо другого человека; сделать выбор в ситуации, когда получение удовольствия от информационного потребления приносит вред/неудобства другим людям (например, прослушивание громкой рок-музыки).

Сценарий «Я не хуже других»:

- дискуссия «Почему люди доверяют определённым источникам информации?»;

- классный час «Как не «потерять себя» в Интернете?»;

- задания на поиск информации к уроку в нетрадиционных источниках (например, поиск информации к уроку иностранного языка в социальных сетях);

- выявление качеств референтной личности или известного человека (кандидата на выборах, спорт-смена, представителя шоу-бизнеса и т.д.), наиболее часто упоминающегося в медиатекстах конкретного канала/издания;

- сравнение нескольких точек зрения о событиях, отражённых в медиатексте, и о самом медиатексте;

- анализ медиатекста и снятие с содержащейся в нём информации ореола авторитетности;

- ранжирование предложенной информации по её социальной значимости.

Сценарий «Ограниченное информационное потребление»:

- составление тематической подборки информационных материалов из газет, журналов, социальных сетей по предложенной теме (например, «Фашизм и антифашизм»,

«Личности диктаторов (Сталин, Гитлер, Ким Чен Ир и др.)», «Нацизм», «Разжигание вражды и борьба за мир» и др.;

- определение по заголовкам статей (заметок, очерков и др.) на первых полосах различных газет их политической, аудиторной, жанровой направленности;

- анализ сюжета медиатекста на предложенную тему, сравнение изученных на уроках учебных материалов с содержанием конкретного медиатекста. Например, изучение страноведческих, политических и исторических материалов, касающихся конкретной исторической темы, изучение медиатекста на эту историческую тему, сравнение изученных материалов с изображением исторических событий в сюжете конкретного медиатекста;

- сравнение восприятия определённых политических событий, социальных ролей представителями различных культур и социальных групп (например, анализ заполнения анкеты в соцсетях «Одноклассники» и «ВКонтакте» подростками из России, США, Великобритании, Франции, Италии и др.).

Сценарий «Информационная миссия»:

- подбор и обоснование выбора десяти медиатекстов, которые могли бы рассказать об информационной миссии;

- подготовка серии из десяти карточек с рисунками, отражающими определённые элементы информационной миссии;

- съёмка короткого видеосюжета об информационной миссии;

- выбор или формулировка тезиса, верно отражающего информационную миссию;

- расположение предложенных тезисов в порядке их значимости для понимания и описания сюжета/повествования конкретного медиатекста, отражающего информационную миссию.

Сценарий «Креативщик»:

- коллективное творческое дело «Ярмарка инфо-идей»;

- создание фотоколлажей, рисунков на тему предложенных/найденных медиатекстов;

- постановка театрализованных этюдов:

- «Пресс-конференция с российскими и зарубежными авторами медиатекста»: действия в соответствии с принятой ролью («телеведущий», «сценарист», «режиссёр», «актёр», «оператор», «композитор», «художник», «звукооператор», «продюсер», «дизайнер» и др.) и защита конкретного медиатекста (обсуждение вопросов о нашедших отражение в медийных текстах конкретных стереотипов – гендерных, расовых и пр.),

- «Спор создателей медиатекста о технологиях его создания»,

- «Международная встреча медиакритиков»,

- «Интервью с персонажами медиатекста»;

- создание «антирекламы», в которой высмеиваются недостатки медиатекста.

Сценарий «Целеустремлённый»:

- определение ценностей личности, к которым обычно апеллируют медиатексты конкретных видов и жанров;

- написание рецензии на конкретные медиатексты;

- сравнение нескольких точек зрения о событиях, отражённых в медиатексте и о самом медиатексте;

- разработка сетевого просветительского проекта, в ходе которого учащиеся создают в Интернете медиабазу (например, «Компьютерные игры: вред или польза?», «Я выбираю профессию»), для чего осуществляют поиск и анализ, оценку, редактирование и размещение в сети Интернет необходимых материалов и информационных сообщений. См. пример сетевого проекта «Разумный выбор», реализованного студентами Института педагогики, психологии и социологии СФУ (ru.razum300.wikia.com). В проекте представлена информация о четырёх негативных факторах, нарушающих общепринятые этические нормы и пагубно сказывающихся на жизни человека: азартных играх, употреблении наркотических веществ, не-

чистоты в отношениях и насилии по отношению к окружающим.

В современной ситуации педагогическое управление информационным потреблением подростка становится жизненной необходимостью. Предложенная в настоящей статье технология позволяет организовать такое управление наиболее эффективно, с учётом конкретных условий, индивидуальных особенностей подростков, обеспечить взаимосвязь педагогического управления информационным потреблением подростков с самоуправлением. □

ЛИТЕРАТУРА

1. *Селевко Г.К.* Современные образовательные технологии: учебное пособие / Г.К. Селевко. М.: Народное образование, 1998. – 256 с.
2. *Цымбаленко С.* Подростки в информационном пространстве: шаг в завтра [Электронный ресурс] // Учительская газета. Режим доступа <http://www.ug.ru/archive/51220>. Дата обращения 02.09.2016.
3. *Щуркова Н.Е.* Воспитательный процесс в школе: В 3-х ч. Ч. 3: Обучение в процессе воспитания школьника: руководство для зам. директора шк. по учебному процессу. М.: Педагогический поиск, 2011. – 160 с.
4. *Кларин М.В.* Инновационные модели обучения в зарубежных педагогических поисках. М.: Арена, 1994. 222 с.