

Воробьев В. В.

**СМИ КАК АГЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СТАРШЕКЛАСНИКОВ**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2008/4-1/19.html](http://www.gramota.net/materials/1/2008/4-1/19.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2008. № 4 (11): в 2-х ч. Ч. I. С. 44-49. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2008/4-1/](http://www.gramota.net/materials/1/2008/4-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

Люди, превосходящие меня по знаниям	55,3
Люди, превосходящие меня по своему положению	39,7
Группа того же пола	33,5
Родственники	19,7
Люди старшего возраста	12,4
Друзья	10,9
Дети	10,0
Родители	8,5

Как избавиться от этого неприятного и мешающего в работе чувства? Как побороть страх и свободно выходить на любую трибуну, выступать перед любым количеством людей?

Прежде всего, следует раз и навсегда понять, что есть два разные чувства. Есть страх, парализующий, лишающий нас способности мыслить, а есть волнение - естественная реакция организма на стрессовую ситуацию.

Самой распространенной причиной боязни публичного выступления, на наш взгляд, является зависимость от мнения других людей. Мы все в той или иной степени тщеславны и боимся показаться смешными, выглядеть в глазах другого хуже, чем нам хотелось бы. Вот мы и робеем, и бежим от опасности «потерпеть крушение». Интересно, что часто мы сами вызываем в себе страх, выходя к публике с «установкой на успех», с ожиданием похвалы, аплодисментов. А публика не готова нас любить сразу и безответно. Оратор появляется перед аудиторией и, не чувствуя горячего, благожелательного внимания к себе, тут же теряет почву под ногами. А ведь выступать нам чаще приходится именно в таких аудиториях, где признательность слушателей приходится завоевывать [Кузнецов 2005: 512].

Таким образом, причиной социальной лени является реакция человека на оценку его личности и деятельности со стороны других людей. Когда увеличивается боязнь оценки, результатом будет социальная фасилитация (усиление мотивации к деятельности), когда же затерянность в толпе и анонимность уменьшает боязнь оценки, результатом будет социальная лень или ингибция (снижение мотивации к деятельности).

Факторами социальной лени являются:

- наличие индивидуальной ответственности за результаты своего труда. Чем выше ответственность, тем ниже социальная лень;
- групповая сплоченность и дружеские отношения. Люди в группах меньше бездельничают, если они друзья, а не чужие друг другу люди;
- численность группы. Чем больше численность группы, тем выше социальная лень;
- кросс-культурные различия. Члены коллективистических культур проявляют меньше социальной лени, чем члены индивидуалистических культур;
- гендерные различия. Женщины в меньшей степени проявляют социальную лень, чем мужчины.

#### *Список использованной литературы*

1. Ильин Е. П. Психофизиология состояний человека. - СПб.: Питер, 2005. - 63 с.
2. Кузнецов И. Н. Настольная книга преподавателя. - Минск: Современное слово, 2005. - 685 с.
3. Социальная психология: Словарь / Под. ред. М. Ю. Кондратьева // Психологический лексикон: Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л. А. Карпенко / Под общ. ред. А. В. Петровского. - М.: ПЕР СЭ, 2006. - 176 с.
4. Степанов С. С. Популярная психологическая энциклопедия. - М.: Эксмо, 2005. - 621 с.

## СМИ КАК АГЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СТАРШЕКЛАСНИКОВ

*Воробьев В. В.*

*Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет*

Проблемы политической социализации учащихся имеют большое значение, так как достаточно эффективное функционирование любого государства напрямую зависит от степени участия молодежи, граждан страны в действующей политической системе, от их активности и компетентности.

Научные исследования процесса политической социализации начались с середины XX века; термин впервые был введен ученым Г. Хайменом в 1959 г. и получил в дальнейшем широкое применение наряду с термином «гражданское воспитание», хотя понятие «политическая социализация» шире, поскольку включает в себя как социально контролируемые процессы целенаправленного воздействия на формирование личности (политическое, гражданское воспитание), так и стихийные, спонтанные.

В рамках различных научных школ были разработаны свои теории политической социализации:

- системная;
- гегемонистская;
- конфликтная;
- гармоническая;
- плюралистическая и т.д.

Многочисленные исследования ученых, проводимые в последние десятилетия показали, что в обществе наиболее успешно действует плюралистическая модель, когда акцент делается на воспитание толерантности и навыков активного политического участия граждан. Как отмечал Аристотель, гражданами не становятся лишь по причине «проживания», для гражданства необходимо «отличительное качество». Гражданами не рождаются, ими становятся в процессе усвоения политических знаний, поэтому задача политической социализации состоит в том, чтобы каждый житель страны ощущал себя прежде всего гражданином.

В России вопросы политической социализации подрастающего поколения находятся в центре внимания политиков, ученых, педагогов, широкой общественности страны. Эта проблематика особенно актуальна сегодня, учитывая сложности политического, экономического, социокультурного характера, переживаемые в России в последние два десятилетия.

Социально-экономические и политические трудности переходного периода на какое-то время отодвинули вопросы политической социализации молодого поколения, а институты политической социализации находятся в процессе противоречия. Низкий уровень доверия к основным политическим и неполитическим институтам, отсутствие отлаженных программ, механизмов социализирующего воздействия и внятной политики формирования политической культуры создают определенные трудности и проблемы политической социализации старшеклассников. Естественно, возникает вопрос о том, как воспитывать достойных граждан России в условиях, когда значительная часть взрослого населения проявляет политический негативизм, даже цинизм, несмотря на то, что еще в 430 г. до н.э. Перикл утверждал: «Лишь немногие могут творить политику, но судить о ней могут все».

На всех стадиях политической социализации личность испытывает на себе непосредственное воздействие различных внешних и внутренних сил, значение и влияние которых особенно велико для подрастающего поколения. К ним относят агентов политической социализации, действующих в определенных социально-политических условиях. Под агентами политической социализации понимают формы организации совместной деятельности людей: общественные и политические объединения, образовательные учреждения, СМИ, армию, семью, церковь, общество сверстников и т.п. Агенты политической социализации являются посредниками в процессе трансляции политических знаний и имеют с социализантом (объектом социализации) непосредственный контакт; под их воздействием человек приобретает необходимые для данной политической системы качества и навыки.

Российским ученым И. А. Щегловым предложено емкое описание качеств, выступающих важным показателем политической социализации личности [7]. Это прежде всего, высокая политическая информированность, политическая компетентность, высокий уровень политической активности. От характера политической социализации молодежи, подрастающего поколения, учащихся-старшеклассников зависит не только воспроизводство политической культуры, но и ее формирование, поскольку в «демократической стране каждое новое поколение, по сути - это новый народ» (А. Токвиль).

В условиях информационного общества среди агентов политической социализации СМИ играют преобладающую роль, оказывая на формирование политических знаний, на трансляцию политической культуры, на политическую социализацию молодежи огромное влияние; и не случайно их называют «четвертой властью» общества. Возможность подачи политической информации, реальное участие самых широких слоев населения в политических процессах, восприятие и усвоение господствующих политических ценностей и установок определяют огромное значение СМИ в политической социализации молодого поколения.

Согласно Закона РФ от 27.12.1991 г. «О средствах массовой информации» к СМИ относятся периодические печатные издания, радио-, теле-, видео-программы, кинохроникальные программы, аудио и видеозаписи. В последнее десятилетие, вследствие распространения спутниковой и кабельной связи, электронных текстовых коммуникационных систем, индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассет, дискет, дисков, принтеров), сети Internet появились новые термины: средства массовой коммуникации (СМК) или масс-медиа.

Функции СМИ разнообразны; в любом современном обществе они в той или иной форме выполняют ряд общих политических функций, основными из которых являются следующие:

- информационная, пожалуй, важнейшая функция СМИ. Она состоит в получении и распространении сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях. Добываемая и передаваемая масс-медиа информация включает не только беспристрастное освещение тех или иных фактов, но и их комментирование и оценку. На основе получаемой информации у граждан формируется мнение о деятельности пра-

вительства, парламента, партий и других политических институтов, об экономической, культурной, социальной и иной жизни общества;

- образовательная функция проявляется в сообщении гражданам знаний, позволяющих адекватно оценивать и упорядочивать сведения, полученные из СМИ. Масс-медиа, сопровождая человека в течение всей его жизни, значительно влияют на восприятие им политической и социальной информации;

- функция социализации тесно связана с предыдущей и, по существу, дополняет ее; по сути означая интернализацию, усвоение человеком политических норм, ценностей, образцов поведения, позволяя личности адаптироваться к социальной действительности. Эта функция являет передачу социально-политического опыта, обеспечивая распространение политически значимой информации, ориентаций на сложившиеся в обществе стереотипы и стандарты поведения;

- функция критики осуществляется не только масс-медиа, но и оппозицией, институтами прокурорского, судебного и иного контроля, однако критика СМИ отличается широтой и неограниченностью объекта.

- контрольная функция основывается на авторитете общественного мнения; не применяя административных или экономических санкций к нарушителю, СМИ дают не только юридическую, но и моральную оценку тем или иным событиям и лицам;

- функция интеграции различных общественных интересов обеспечивает представителям различных общественных групп возможность публично выражать свое мнение, находить и объединять единомышленников, спланировать их цели и убеждения, четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы.

Круг политических функций СМИ в политической социализации личности не исчерпывается вышеназванными, при рассмотрении с иных позиций можно выделить такие функции СМИ как:

- групповую солидаризацию, подразумевающую усиление чувств принадлежности граждан к определенной общности;

- защиту социально «отстающих» слоев населения;

- присвоение статуса социальным проблемам;

- формирование общественного мнения и т.п.

Все рассмотренные выше политические функции СМИ объединены мобилизационной функцией, выражающейся в побуждении людей к определенным политическим действиям, в их вовлечении в политическую социализацию.

СМИ обладают большими возможностями влиять на разум и чувства людей, на их образ мыслей, способы и критерии оценок, стиль и мотивацию политического поведения. Ведь без радио, телевидения, прессы даже хорошо образованный человек не сможет правильно ориентироваться в противоречивых политических процессах, принимать ответственные решения. Следовательно, можно сделать вывод о наличии практически неограниченных возможностей СМИ в области политической социализации личности учащегося.

Система средств массовой коммуникации разнообразна и многолика; она являет собой сочетание электронных и печатных средств подачи информации.

По данным социологических исследований самый высокий рейтинг среди масс-медиа у телевидения - 62 %, далее идут периодические издания - 21 % и радио - 17 %. Телевидение стало фоном нашей жизни; средняя российская семья проводит у телевизора от 10 до 14 часов в неделю. Основным источником политической информации старшеклассники считают именно ТВ, тем не менее сохраняя высокий уровень недоверия к нему. Однако, из-за трансляции большого объема негативной информации, воздействие ТВ на становление политической социализации учащихся не может быть оценено однозначно.

По числу материалов и по обилию проблем тема власти в сетке ТВ вещания стоит на первом месте. Дилетантизм, организационная беспомощность, непрофессионализм политиков, государственных служащих, военных сложился в общественном сознании молодежи именно в результате выступлений СМИ, которые являются авторитетным примером по вопросам политики и морали примерно для 50 % старшеклассников; форма подачи политической информации, политических событий в них не рассчитана на детей, а следовательно, не ставит целью стимулирование интереса подростка к политике.

СМИ для школьников являются альтернативным (по отношению к семье) источником политической информации, которая не анализируется, а закрепляется как факт. Одна из более эффективных политических установок сложилась у подростков, не ходивших еще на выборы, под влиянием новостных сюжетов с избирательных участков; они легче воспринимают событийную информацию, которая содержится в выпусках «Новостей», программы «Время» и т.д. В силу возрастной психологии подросток смотрит туда, где есть перемены в кадре, любое зрелище, сюжет, информационный факт, и чем стремительнее, глубже и неожиданнее происходящее, тем сильнее его внимание; потому «телепередачи с сюжетом» («Новости», «Время» и т.п.) подростку намного интереснее, чем аналитические передачи - «телепередачи с личностью» (теледебаты «Глас народа», «К барьеру», «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», «Времена» (В. Познер), «Что делать» (В. Третьяков) и другие), которые достаточно сложны для восприятия учащегося-подростка.

Проведенный в 1990-2005 г.г. Центром социологии молодежи ИКСИ РАН мониторинг показал, что наиболее часто молодые люди смотрят следующие информационно-новостные программы:

«Время» - 36 %;

«Новости» - 18 %;

«Вести» - 23 %;

- «Сегодня» - 21 %;
- «Утро» - 25 %;
- «ИТА-Новости» - 14 %;
- «Итоги» - 12 %;
- «Подробности» - 9 %;
- «2x2» - 3 %.

До середины 80-х г.г. новости стояли на 2-м месте по рейтинговому просмотру после художественных фильмов, между 1985-1993 г.г. они вышли на 1-е место по зрительским интересам с пиками смотримости в августе 1991 г. и октябре 1993 г. [4].

На формирование политической культуры подрастающего поколения, на процесс его политической социализации телевидение влияет своей программностью. Сравнение телевизионной сетки передач, обладающих в разные годы наиболее высоким рейтингом среди подростков, позволяет выделить ряд характерных тенденций:

- исчезают политические передачи - лидеры, объединяющие вокруг себя подростковую аудиторию;
- сокращается «цикл жизни» популярных молодежных политических передач («Взгляд», «12 этаж», и т.п.);
- исчезают ориентированные на подростков передачи общественно-политической направленности («Мир и молодежь», «Планета» и т.п.);
- изменяется жанровая специфика популярных среди подростков телепередач (наиболее популярными становятся развлекательные конкурсы, ток-шоу и т.п.).

При этом характерно, что политика телевидения не ориентирована на создание специальных телепередач политической и общественной направленности для детской и подростковой аудитории; оно не ставит своей целью формирование интересов школьников к политической жизни страны. Если даже политика и входит в сферу интересов подростка, то он должен приложить усилие к поиску нужной ему информации и ее интерпретации.

Как показывают результаты социологических опросов старшеклассников, для них характерна либо нейтральная политическая установка (подросток отводит себе роль стороннего наблюдателя), либо пассивная (отрицание возможности что-то изменить в политической системе). Кроме того, достаточно высокая степень включенности старшеклассников в информационный поток, идущий от TV, не делает события политической жизни страны предметом обсуждения в кругу друзей. Анализ результатов исследований, осуществленных ИКСИ РАН показал, что старшеклассники считают наиболее острыми проблемы:

- получение хорошего образования - 94,1 %;
- престижной работы - 94,9 %;
- создание своего бизнеса - 69,3 %;
- стать богатым - 87,1 %;
- стать знаменитым - 43,9 %;
- побывать в разных странах - 89,8 %;
- попасть в определенный круг людей - 60,4 %.

Темой разговора с друзьями могут стать:

- личные проблемы - 62 %;
- музыкально-развлекательные программы и юмористические передачи - 87,2 %;
- художественные фильмы, сериалы, фильмы-боевики - 91,4 %;
- жизнь знаменитостей, гламур - 74,8 %.

[Институт комплексных социальных исследований РАН. - До 2002 г. Российский независимый институт социальных и национальных проблем. Исследование проведено по заказу Министерства образования РФ в конце 2004 г.; по заказу Госкоммолодежи РФ в 2006 г. Общая выборка 833 человека, среди них учащаяся молодежь 13-16 лет.]. Политические же проблемы становятся темой для обсуждения лишь тогда, когда произошло важное событие (катастрофа, террористический акт и т.п.) и именно в таком ракурсе, как их преподнесет телевидение.

Большинство старшеклассников (77 %) хотели бы, чтобы на телевидении создавались специальные молодежные программы, ориентированные на проблемы политики; 13-17 лет - самый активный возраст, когда подростки хотят участвовать в политической жизни страны, поэтому чрезвычайно важно не упустить время, поддержать их интерес к политике.

В связи с этим главной стратегической задачей информационного воздействия СМИ, обеспечивающей политическую социализацию учащихся, должно стать восстановление ориентиров гражданского достоинства. Серьезным началом в этом направлении является реализация проектов, обеспечивающих просвещение молодежи по вопросам особенностей многонациональности России, истории государства, правовых и политических нормах, распространение форм политической социализации, гражданского участия [2].

В нашей стране в течение долгого времени основным источником получения информации были газеты и журналы. В настоящее время роль прессы вытесняется телевидением; старшеклассники чаще смотрят TV, чем слушают радио или читают газеты. Так, среди подростков в последние годы телепросмотр занимал 70,6 % свободного времени, тогда как чтение газет и журналов - 52,5 % досуга, прослушивание радиопередач - всего 32 % [6].

Такое широкое распространение телевидения привело к изменениям в структуре газетно-журнальной периодики; спад тиражей совпадает с увеличением числа наименований газет и журналов.

С развитием рыночных отношений ряд многотиражных изданий прекратил свое существование. С начала 90-х г.г. обнаруживается резкий спад спроса на публицистику, что связано не только с деполитизацией общества, но и с резким удорожанием подписки. Поскольку непосредственный контроль властей за содержанием печатных изданий был прекращен, на страницы прессы хлынула волна секса и насилия с целью привлечения читателей. Эти явления коснулись и изданий, адресованных молодежи, что связано со слабой организацией молодежного движения. Со страниц молодежной прессы, гламурных журналов грубо навязывается вседозволенность, нравственная распушенность, насилие.

Пресса сегодня принадлежит не только государству, как это было раньше, а различным организациям, акционерным обществам и даже отдельным частным лицам; резко обозначается ее коммерческий характер [5].

В связи с этим в последнее время наблюдается снижение интереса молодежи к различным каналам СМИ:

- телевидению - 32 %;
- периодической печати - 46 %;
- радио - 17 %.

Наиболее читаемыми сегодня являются «Российская газета», «Комсомольская правда», «Независимая газета», «Московский комсомолец», «Собеседник», «Аргументы и факты», «Известия» и другие периодические издания; среди журналов наибольшим интересом среди подростков пользуются журналы «Эхо планеты», «Новое время», «Ровесник», «Мне 15», «Пять углов» и другие.

При расширенном спектре наименований периодических изданий, разноплановой тематике на сегодняшний день на рынке молодежных печатных СМИ пустует ниша общественно-политических изданий. Рынок перенасыщен периодикой развлекательного характера, а те издания, которые считались «серьезными молодежными», к сожалению, уже давно не пользуются популярностью у данной аудитории.

Отчего в молодежных журналах нет рубрики «Политика»? Почему считают, что молодые люди, подростки не интересуются общественно-политической жизнью? Потому, что разговаривать о ней надо в доступной для учащихся форме, используя доходчивые термины и понятия.

Вполне естественно, что старшеклассники (как, впрочем, и старшее поколение) не знают смысла ряда понятий, которые часто используются политиками и политологами, таких, например, как «пиар», «цен-тризм», «электорат», «консенсус», «радикальный», «либерализм», «олигарх» и т.п. [6].

Молодежное политическое издание должно разговаривать со своим читателем на простом и доступном языке, каждая публикация должна носить прикладной характер, объясняя читателю-подростку как та или иная проблема политической жизни общества коснется именно его. Молодежный общественно-политический журнал должен быть идеально сбалансированным информационным продуктом: преподнести ровно столько информации, сколько необходимо подростку для того, чтобы быть в курсе всего важного и интересного; необходимо учитывать процесс восприятия подростком политической информации; вводить уникальную форму подачи текстов и иллюстраций.

Анализ вышеперечисленных общественно-политических периодических изданий показывает, что проблемы политической социализации молодежи, подростков практически не выделяются в специальные разделы, они, как правило, обозначены в разделах, посвященных образованию, культуре.

Начиная с 90-х г.г. XX века явно прослеживается стремление партий и движений усилить влияние на молодежь, привлечь ее на свою сторону. Это связано, в первую очередь, с тем, что на фоне обострения внутриполитической борьбы в число важных для партий выдвигается проблема, связанная с выборами Парламента и Президента; однако политические партии и движения не вызывают у молодежи доверия: 88% опрошенных не считают себя сторонниками каких-либо партий [6].

Это обусловлено и тем, что до настоящего времени существует недооценка проблем политической социализации молодежи, подрастающего поколения, ее роли в общественно-политической жизни общества.

Третье место в системе СМИ занимает радиовещание. Радио, несмотря на гигантское развитие TV, мощную индустрию газетно-журнальной продукции в условиях рынка, остается самым доступным и дешевым источником получения информации. Популярны среди старшеклассников сегодня такие программы, как «Радио России», «Эхо Москвы», «Европа плюс», «109 FM» и другие.

Обилие коммерческой рекламы, отсутствие общественно-политических программ для подростков и учащейся молодежи не позволяют назвать этот информативный источник «рупором эпохи»; особого влияния на политическую социализацию старшеклассников, в силу вышеуказанных причин, радиовещание не оказывает.

Итак, процесс политической социализации учащихся, молодежи, как и все социальные процессы не под-лежит прямому регулированию. Анализ основных агентов - СМИ - показал, что определение тех или иных значимых субъектов (телевидение, пресса, радио, Internet), их воздействие на становление политической культуры старшеклассников, их политическую социализацию огромно. В связи с этим для повышения эффективности политической социализации учащихся-подростков государство должно создать условия для развития социализирующей деятельности СМИ.

1. Федеральная целевая программа «Электронная Россия» (2002-2010 гг.) // Собрание законодательств РФ. - 2002. - № 5. - Ст. 1864.
2. Молодежь Российской Федерации: положение, выбор пути: Государственный доклад. - М., 2000. - 246 с.
3. Песков Д. Н. Интернет в российской политике: утопия и реальность / Д. Н. Песков // Полис. - 2002. - № 1.
4. Политическая сила телевидения: обзор семинара // Полис. - 1994. - № 6.
5. Пугачев В. П. Средства массовой информации в современном политическом процессе / В. П. Пугачев // Вестник МГУ. Политические науки. - 1995. - № 5. - С. 10-14.
6. Российская молодежь: проблемы и решения. - М., 2005. - 648 с.
7. Щеглов И. А. Политическая социализация личности и современный исторический процесс / И. А. Щеглов // Социально-гуманитарные знания. - 2000. - № 4. - С. 287-292.

## АДАПТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

*Воронцова М. В.*

*Российский государственный социальный университет (г. Таганрог)*

Современное образование предполагает наличие у школьников базового образования, которое дает не только знания, но и вырабатывает способность адаптироваться к постоянно меняющейся социальной среде.

В Законе РФ «Об образовании», провозглашается адаптивность системы образования применительно к уровням и особенностям развития и подготовки обучающихся воспитанников (ст. 2 п. 3 Редакция 1996 г.)

Адаптивной называется образовательная система, способная каждому ученику помочь достичь оптимального уровня интеллектуального развития в соответствии с его природными задатками и способностями.

Адаптивная система обучения (АСО) рассматривается как способ обучения, который обеспечивает адаптацию к индивидуальным особенностям обучающихся.

Адаптивный подход - это коллективно-деятельностный способ обучения в условиях взаимной адаптации учителя и учащихся, обеспечивающий: адаптацию учащихся к условиям обучения; адаптацию к индивидуальным особенностям учащихся; формирование умений самостоятельно учиться (планировать, организовывать, контролировать, оценивать учебную деятельность); формирование умения учиться коллективно; непрерывное управление всеми видами учебной деятельности учащихся.

Выделяют шесть компонентов образовательного процесса, каждый из которых имеет свои адаптационные механизмы.

Первый компонент - адаптивные учебные занятия (уроки по расписанию). Основным средством адаптации ученика к требованиям программ обучения, т.е. полного усвоения знаний и умений, являются развивающие технологии.

Второй компонент - занятия по индивидуальной адаптации. Для достижения тех же целей здесь используется методика индивидуальных занятий, которая обеспечивает функционирование, изменение и развитие мыслительной деятельности ребенка.

Третий компонент - занятия по общесоматическому и сенсорно-моторному развитию. В основе этих занятий - содержание, помогающее укрепить здоровье и повышать чувствительность рецепторов ребенка.

Четвертый компонент - занятия по социально-нравственной адаптации, для которых специально разработаны технология и методика индивидуального рефлексивного воспитания.

Пятый компонент - занятия по культурологии, краеведению и экологии.

Шестой компонент - адаптация к демократическому образу жизни происходит в процессе включения учащихся в школьную систему самоуправления.

При использовании адаптивной технологии обучения необходимо:

1. Включение активной мыслительной деятельности каждого ученика в течение всего урока - это означает, что учащиеся работают в течение всего времени занятия, включаются в проверку домашнего задания, слушают объяснение нового материала, участвуют в закреплении, выполняют самостоятельную работу.

2. Обеспечение эмоциональной сопричастности ученика в собственной деятельности и деятельности других - на уроке ученик переживает свои успехи или неудачи, имеет продвижение (успех) в учебе и для этого созданы условия, способствующие включению мотивационных центров и центров саморегуляции поведения. При этом эмоциональная сопричастность становится естественной, внутренней движущей силой интеллектуального развития ребенка.

3. Актуализация мотивации познавательной деятельности ученика на уроке - связана с поддержанием интереса к изучению материала. Основными факторами, побуждающими ученика к мыслительной деятельности, являются его саморегуляция и персонализация. Простейшими формами включения ученика во взаимодействие с другими является парная и групповая работа на уроке, а наиболее сложными - лекция, рассказ учителя. Речь учителя, объясняющего новый материал, требует сосредоточенности, внимательности для того, чтобы активные мыслительные процессы протекали на уровне внутренней речи. Для ученика это достаточно трудная задача. Поэтому на уроке необходимо сочетание различных форм взаимодействия учителя с учащимися или учащихся друг с другом.

4. Обеспечение рефлексии и самоконтроля учащихся в процессе деятельности в течение всего урока. На каждом этапе урока учащийся сам отслеживает свои результаты и оценивает их. Например, во время про-