

Золотова Е. С.

СМК В СТРУКТУРЕ ДОСУГА СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2007/1/42.html

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

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2007. № 1 (1). С. 99-101. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2007/1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

«Установление и развитие отношений с клиентом», «Техника презентации турпродукта в прямом контакте», «Коммуникативная техника выявления потребностей, интересов, мотивов клиента» и др.

В ходе проведения тренинговых занятий возможно использование различных психологических упражнений, способствующих повышению работоспособности группы на начальном этапе занятия, а также в ходе занятия, когда накапливается усталость. Упражнения могут предназначаться и для расслабления, успокоения членов группы после активной фазы обучения. Применение деловых игр позволяет моделировать ситуации из реальной профессиональной деятельности специалиста по сервису и туризму. Основной акцент здесь делается на комплексное применение полученных знаний и умений. В целом представленные методы позволяют создать условия для формирования у студентов профессионально важных норм поведения и общения; развить умения понимать, чувствовать других людей, учитывать в своей профессиональной деятельности их индивидуально-психологические особенности; сформировать представление об исполнении профессиональной роли.

Применение тестирования студентов в ходе проведения практических занятий по курсу «Психодиагностика» позволяет исследовать индивидуальные психологические особенности студента и учитывать их в организации учебной деятельности. Используются четыре группы тестов. Первую группу составляют тесты по изучению индивидуальных особенностей познавательных психологических процессов (восприятия, внимания, памяти, мышления), адаптационных способностей, скорости реагирования. С проявлением этих особенностей связана физическая и умственная работоспособность, режим и способы обучения. На основе данных психических качеств формируется индивидуальный стиль учебной и профессиональной деятельности студента.

Во вторую группу можно отнести тесты интеллектуальных способностей, как общих, характеризующих умственное развитие личности в целом, так и специальных, обуславливающих возможности специализации в определенной области профессиональной деятельности. Способности, как известно, влияют на темп и уровень интеллектуальных достижений студентов в общеобразовательных и специальных дисциплинах.

Третью группу составляют тесты по исследованию особенностей характера, которые проявляются в межличностном взаимодействии, общении, в отношении человека к самому себе, к делу, изучается развития волевых черт характера. С данными особенностями связано формирование у студентов способности к самоконтролю, самоорганизации, формирование профессионально значимых качеств и отношения к будущей профессиональной деятельности.

Четвертая группа тестов используется для определения направленности личности, т.е. системы целей, интересов, ценностей, мотивов поведения. Направленность обуславливает отношение студента ко всем процессам, протекающим в вузе, жизненные и профессиональные планы, стимулирует или тормозит активность в приобретении знаний. В целом учет данных психологических факторов позволит сделать технологию обучения личностно ориентированной и, следовательно, будет способствовать повышению эффективности подготовки специалистов.

СМК В СТРУКТУРЕ ДОСУГА СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Золотова Е. С.

Уральская государственная юридическая академия

Тема досуга современного человека, по моему мнению, актуальна на сегодняшний день. Это можно утверждать, потому что многие современные люди разучились правильно распоряжаться своим свободным временем. Огромна роль СМК в данной проблеме.

Ведь именно интенсивность воздействия на личность средств массовой коммуникации (СМК) не только информирует современного человека о состоянии мира, воспитывает, обучает, но и развлекает, достаточно сильно изменяет весь строй его мышления, стиль мировосприятия и тип культуры. СМК - мощный канал агитационного и пропагандистского воздействия, имеющий колоссальное значение в современных условиях для идейного воспитания широчайших масс населения.

Самым популярным источником информации о досуге для современного человека являются средства массовой коммуникации (СМК) как комплексное средство освоения человеком окружающего мира (в его социальных, моральных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах). Медиакультура через печатные, телевизионные, кинематографические, видео и компьютерные каналы получает все большее влияние на человека. Исследования последних лет показывают высокую популярность медиатекстов среди подавляющего большинства аудитории (особенно среди подростков и молодежи). Особое воспитательное и социализирующее влияние медиаинформация оказывает на детскую аудиторию, у которой наблюдается повышенная чувствительная восприимчивость и недостаточный уровень абстрактного мышления.

Особенности досуга молодежи в огромной степени зависят от той среды, того круга общения и того социально-культурного и духовного контекста, где человек возвращается, о того, что его окружает.

Студенческая молодежь проводит досуг довольно однообразно, это объясняется тем, что она является активной аудиторией медиа, потребляя в основном ту часть продукции телевидения и периодической печати, которая не требует при восприятии и переработке больших усилий. При этом студенты считают, что современные СМК выполняют только развлекательную функцию. Студенты практически не ощущают воздей-

ствия манипулятивных приемов медиа, что объясняется низким уровнем развития критического мышления к продукции СМИ.

Целенаправленное формирование досуга с помощью медиакультуры современной аудитории (иначе говоря, ее медиаграмотности) возможно в рамках медиаобразования. В российской педагогике медиаобразование понимается как процесс образования и развития личности, активности и разнообразности ее досуга с помощью и на материале массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекста, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Но все же некоторые молодые люди понимают, что образование и чтение специальной литературы сегодня - хоть какой-то залог на будущий успех и возможность трудоустройства. Иными словами, образование и самообразование во имя будущей профессии - вот лозунг сегодняшней молодежи. А чтение всяких «ужасов» и эротики - это приложение и отдых.

Чрезвычайно важную роль в жизни современного общества играют средства массовой коммуникации. Поскольку они сравнительно легко поддаются централизованному планированию и контролю, можно сказать, что с их помощью «совокупные взрослые» воспитывают своих «совокупных детей», компенсируя этим частичное ослабление своего влияния в качестве конкретных, отдельно взятых родителей или учителей.

Радио, телевидение и пресса отвечают на три принципиально разных вопроса и, в соответствии с этим отражают каждый свой аспект освещаемого события. Радио отвечает на вопрос «что?» — что случилось? Телевидение отвечает на вопрос «как?» — как случилось то, о чем уже сообщило радио. Наконец, пресса отвечает на вопрос «почему?» — почему именно случилось именно то, о чем рассказало радио, и именно так, как это показало телевидение. Таково сложившееся между ними объективное «разделение труда». Соответственно, только полный, комплексный, системный ответ, состоящий из трех названных взаимодополняющих «подответов», в состоянии реально дать объемную полноценную картину того, что же действительно произошло.

Так средства массовой информации могут заменить человеку действительность, стать единственным средством его досуга. Современный человек заменяет реальное общение, физическую и двигательную активность, чтение и другие виды досуга на бездумный просмотр всех программ по телевизору, чтение газет, где в основном сейчас пишут одни сплетни, прослушивание музыки по радио.

Но существуют не только отрицательные стороны влияния СМИ на досуг человека. Так, например, из рекламы по телевидению, в прессе, по радио современный человек узнает о новых фильмах, на которые он может сходить в свободное время; узнает о новых туристских предложениях, куда может поехать в отпуск; узнает о книжных новинках, курсах и другом.

Радио. В современном мире радио является одним из наиболее доступных средств досуга именно широкой, массовой информации — прежде всего, для менее образованной и, следовательно, менее обеспеченной аудитории. Простенький радиоприемник стоит намного дешевле телевизора, и даже подписки на газету или журнал. Следовательно, радио практически 100% присутствует в досуге современного человека, как бы он его не проводил.

Телевидение. Главное преимущество телевидения перед любыми видами досуга (не СМИ) заключено в самой его природе — это наличие «картинки», видеоряда. Именно это и придает телевизионному воздействию огромную, ни с чем не сравнимую эмоциональную силу. Сочетая зрительные и слуховые образы, показывая события или явления в динамике, в движении, в развитии, телевидение оказывается наиболее заразительным средством во всей системе массовой коммуникации. Если радио и, тем более, пресса апеллируют к разного рода доказательствам, то телевидение оказывает влияние с помощью совершенно особого инструмента, который можно назвать «показательством». Если радио и, тем более, печатная пресса воздействуют на когнитивные структуры психики, то телевидение обращено, прежде всего, к эмоциональным и непосредственно действенным структурам.

В силу данного основного преимущества телевидение может не просто создавать у зрителя всем известный «эффект присутствия». Наблюдая за развитием событий на телеэкране, зритель часто отождествляет себя с очевидцем или даже участником события. Так достигается самый главный психологический эффект идентификации телеаудитории с происходящими событиями и их героями. В отличие от рациональной логики, здесь действует эмоциональная «психологика». У телевизионной аудитории работает удивительный для здравого смысла принцип: «Я видел — значит, это правда!».

Печать. Понятно, что газета еще больше уступает в оперативности радиосообщению, чем телевидение. Поэтому обычно радио первым, хотя и в самой краткой форме, сообщает о том, что случилось. Несколько отставая по времени, телевидение демонстрирует, как это произошло. И только на следующий день, а то и позже, читатель, наконец, получит газету, в которой прочтет аналитический комментарий, разъясняющий, почему произошло именно то, а не совершенно иное. Аналитичность — важнейшее преимущество прессы. Если телевидение работает вроде бы «для всех», радио — как бы для «ленивых и торопящихся», то газета — исключительно «для умных» или желающих быть таковыми. Хотя, разумеется, аналитичность прессы также имеет свою оборотную сторону: газета значительно уступает и радио, и телевидению в эмоциональности воздействия на аудиторию.

СМИ играют большую роль в жизни человека любого возраста. Так, телепередачи смотрят каждый день 87% семей, а более 30% семей хотят иметь два телевизора из-за различий в предпочитаемых членами семьи

передачах. Причем, видны явные половозрастные различия в жанрово-тематических предпочтениях. Мужчины предпочитают информационные, публицистические и спортивные программы радио и телевидения, а женщины — телесериалы, литературно-драматические и музыкальные программы. Начиная с 12—13 лет подростки и молодежь предпочитают рок-музыку, спортивные и развлекательные программы. В целом среди передач телевидения 72% аудитории проявляет интерес к новостям, 63% — сериалам, 39% — к эстраде, 33% — лотереям и викторинам, 29% — к криминальной хронике. Среди книг наибольшим успехом пользуются детективы (чаще других читают — 36%), историческая литература (24%), приключенческая (20%), любовные истории (19%).

СМК выполняют и рекреативную роль, поскольку во многом определяют досуговое времяпрепровождение людей, как групповое, так и индивидуальное. Эта роль реализуется по отношению ко всем людям постольку, поскольку отдых на досуге с книгой, в кино, перед телевизором отвлекает их от повседневных забот и обязанностей.

С рекреативной тесно связана релаксационная роль СМК. Она приобретает специфический оттенок, когда речь идет о подростках и юношах, у которых возникли осложнения в общении с окружающими или в других сферах их жизни (что приводит, как правило, к напряженному эмоциональному состоянию и дискомфорту). Эти ребята могут, увеличив потребление продукции кино, радио, телевидения, печати, сократить тем самым контакты с людьми, найти отвлечение от неприятностей, заглушить или рассеять эмоциональную неудовлетворенность.

И здесь надо особо сказать о видео. В России быстро растет число домашних кинотеатров в семьях. Основные зрители — подростки и юноши, а репертуар — фильмы ужасов, боевики, порнофильмы. Влияние подобной продукции на юных зрителей в наших условиях довольно эффективно, ибо у него практически нет конкуренции со стороны воспитательных структур.

ПРОБЛЕМЫ ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТОВ К БРАКУ

Зудилина И. Ю.

ФГОУ ВПО «Самарская государственная сельскохозяйственная академия»

Проблемы семьи и семейных отношений были актуальны всегда. Существует множество объективных проблем брака, которые возникают практически у всех людей. Эти проблемы вызваны историческими, социальными, психологическими и физиологическими причинами. И все-таки именно семья дает возможность ощутить психологическую защищенность, удовлетворенность жизнью, тепло и заботу окружающих.

В последние годы наблюдается бурный рост интереса к вопросам семейной жизни в связи с кризисным состоянием современной семьи, связанным с проблемами государства и экономики. Общественное неблагополучие ведет к хроническим стрессам, перегрузкам, необходимости работать, еще не закончив ВУЗ, низкой оплате труда, чувству неудовлетворенности, неуверенности в завтрашнем дне. Все это способствует неумению и нежеланию создания семьи среди молодежи, а, если семья создана, то недолговременному ее существованию. В связи с этим своевременным является исследование проблем в области семейной психологии.

Следует отметить, что ошибки, которые совершаются молодыми людьми, в значительной мере обусловлены незнанием основных проблем и особенностей семейной жизни. Нехватка информированности является причиной психологической неподготовленности, неумения обсуждать и конструктивно разрешать семейные конфликты. Это ведет к большому проценту разводов не только среди молодежи, но и среди людей разных возрастов. Заметим, что решение указанной проблемы в рамках ВУЗовского образования не предусмотрено. Материалы всероссийской конференции «Психологические проблемы современной семьи» [Лидерс, Шабельников 2003:149] свидетельствуют о том, что специализации по семейной психологии нет ни в одном ВУЗе страны. Нет ни одной лаборатории и ни одной кафедры семейной психологии, нет дисциплины «Психология семьи» в Государственных образовательных стандартах подготовки даже психологов, педагогов-психологов и социальных работников.

В ходе проведения занятий по психологии и консультативной работы для студентов Самарской государственной сельскохозяйственной академии выявлено, что у обучаемых большая жизненная необходимость в получении знаний по семейной психологии. Это подтверждают и частые обращения студентов к преподавателям психологии за помощью. Как правило, молодые люди стремятся получить исчерпывающий ответ на решение конфликтных ситуаций со своими мужем (женой), парнем (девушкой), с родителями.

При анализе проблем в студенческих семьях можно выделить несколько основных.

Наши наблюдения подтверждают известную тенденцию: чем моложе партнеры, тем сложнее сохранить отношения. Установлена важность личностных характеристик, коррелирующих со степенью успешности брака. Эмоциональная устойчивость и высокая самооценка служат хорошими предпосылками успешного семейного союза. Люди с низкой самооценкой ищут партнера, который поддержит их «я-концепцию». В этом случае мужчина или женщина руководствуются не стремлением к любви, а надеждой найти верную опору, человека, с которым можно «выработать» любовные отношения. Это способствует созданию фальшивых отношений, поскольку индивид в первую очередь пытается решить собственные проблемы.

Консультативная работа помогла выявить недостаточный уровень навыка эффективной коммуникации у студентов, необходимого в семейных отношениях. Часто человек вступает в брак, думая, что после свадьбы