

Технология педагогического управления информационным потреблением подростков

Мазниченко Марина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, ул. Советская, 26а, 354000, maznichenkoma@mail.ru

Нескоромных Наталия Ивановна, кандидат педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, ул. Советская, 26а, 354000, nesknatali@mail.ru

В современном информационном обществе значимое влияние на формирование личности и сознания подростков оказывает информационное потребление. Подростки 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 подростков 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 подростков культуры информационного потребления, основанной на духовно-нравственных ценностях, информационное потребление подростков пускается «на самотек». Как следствие, подростки не обладают необходимым информационным иммунитетом, культурой потребления информации, воспринимают ее 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 подростку различными источниками, с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач;
- педагогическая коррекция информационного потребления подростков, 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 ро-

дители. 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 ее подросткам.

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 подростков раскрывает способы и механизмы действий педагогов и родителей, направленных:

- на педагогизацию осмысления подростками информации, получаемой из различных источников, наполнение ее духовно-нравственными ценностями и смыслами;

- на выявление и оценку имеющихся у подростка сценариев потребления информации, анализ факторов их возникновения;

- на педагогическую коррекцию таких сценариев;

- на формирование у подростков «информационного иммунитета» – умения распознавать опасную для духовного развития информацию и «отстраняться» от нее, противостоять негативной, вредной информации;

- на формирование у детей культуры потребления информации на основе духовно-нравственных ценностей;

- на развитие у подростков информационного творчества (включая медиатворчество);

- на формирование у подростков осознанного, ответственного отношения к информации, умения рефлексировать и проектировать свое 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 технологии к конкретным условиям информационного потребления, изменениям информосферы, индивидуальным особенностям подростка;

- *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 подростка;
- между ценностями потребления информации подростком и духовно-нравственными ценностями;
- между информационными ожиданиями педагогов, родителей и самого подростка.

- *превентивность* – предупреждение возникновения у подростков непродуктивных сценариев информационного потребления;

- *комплексность* – воздействие на информационное потребление подростка представителями комплекса социальных институтов (школа, семья, культура, спорт, реклама и др.) по нескольким взаимосвязанным направлениям:

- педагог → подросток;
- ученический коллектив → подросток;
- родители → подросток;
- подросток → 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 (формирование 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 ребенку*: лично 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 несет не только он сам, но и его родители;

– ограниченность прав подростка 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 самостоятельные 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 подростков 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 подростка, его вера в авторитеты и стремление к самостоятельности делают его доступным объектом для манипулирования его сознанием посредством определенной 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 определенных 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 партнерами, субъектами» [2];

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

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

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

Педагогическое управление информационным потреблением подростков включает следующие *процессы*:

- 1) анализ типовых сценариев информационного потребления подростков и выявление обуславливающих их возникновение 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 подростков, включая используемые сценарии;
- 4) педагогизацию содержания информации, получаемой подростком 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 неопределенности, 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 подростков со стороны педагогов, родителей, заинтересованных специалистов и самоуправление информационным потреблением со стороны подростка.

Сценарии информационного потребления подростков – последовательность отношений и действий подростка в процессе потребления информации, обусловленная его ценностями, мотивами, смыслами, потребностями, желаниями, индивидуальными особенностями, а также внешними факторами.

Информационные потребности подростка – личностные потребности подростка (социальные, идеальные), реализация которых видится подростку возможной в 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 – деятельность подростка, связанная с творческой переработкой информации, созданием новых источников информации.

Реализация технологии педагогического управления информационным потреблением подростков 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 подростка; 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 подростками 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 подростков высокой культуры информационного потребления на основе духовно-нравственных ценностей и готовности к самокоррекции информационного потребления.

Задачи технологии:

1) педагогизация содержания информации, предлагаемой подростку различными источниками, с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач;

2) педагогическая коррекция информационного потребления подростков;

3) формирование у подростков 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 ее источников;

2) осмысление и оценка подростками информации на основе духовно-нравственных ценностей;

3) более активное и целенаправленное участие педагогов и родителей в межличностном общении с подростками по поводу получаемой ими инфор-

мации из различных источников (Интернет, телевидение, СМИ, социальные сети, медиа, реклама и др.);

4) способность подростков к планированию информационного потребления, самоанализу и самокоррекции сценариев потребления информации;

5) развитие у подростков способности к социально- и личностно-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 ее 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 подростками сценариев информационного потребления;
- *развивающий* – вовлечение подростков в процессы рефлексии информационного потребления, его планирования с позиций жизненных целей и духовно-нравственных ценностей, самокоррекции сценариев информационного потребления;
- *творческий* – вовлечение подростков 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 подростков, выявление типовых сценариев и основных проблем;
- оценка используемых подростками сценариев информационного потребления с позиций духовно-нравственных ценностей и педагогических задач;
- выявление основных факторов, обуславливающих выбор подростком того или иного сценария информационного потребления.

Для решения этих задач используется следующий *педагогический инструментарий*:

- анкетирование подростков, педагогов, родителей;

- контент-анализ популярных среди подростков источников информации и информационных продуктов;
- экспертные оценки.

Задачи *проектно-коррекционного этапа*:

- проектирование и реализация процессов педагогизации содержания потребляемой подростками информации;
- коррекция сценариев информационного потребления подростков 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 подростков 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 подростков 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 информационного потребления подростков.

Проведенный анализ позволил выделить 9 наиболее распространенных типовых сценариев информационного потребления подростков:

«*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. Например, подросток может быть зомбирован рекламой определенных товаров (например, айфона) и требовать их приобретения от родителей. Или же подростка могут зомбировать родители или педагоги, навязывая ему просмотр определенных телепередач, Интернет-сайтов, фильмов, книг и т.д. (в данном случае речь идет о неосознаваемом подростком навязывании, зомбировании его; развитие у подростка определенных 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 подростка). В этом сценарии выбор и осмысление информации подросток осуществляет не самостоятельно, а на основе навязанных установок. Зачастую производители информации зомбируют подростка 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 определенной 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 подростка регулировать собственное взаимодействие с объектом зависимости. Описываемый сценарий информационного потребления подростка, с одной стороны, может способствовать формированию у него зависимости (например, подросток нашел в сети Интернет рекламу компьютерной игры, приобрел ее, 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 все 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 подросток потребляет огромный объем информации различного содержания, не имея конкретных целей ее применения. Опасность заключается в том, что информация «засоряет» сознание подростка, не способствуя его личностному росту, постановке и реализации жизненных целей.

«Информационное потребление как средство самопиара» – потребление информации выступает для подростка средством повышения самооценки, своей значимости в глазах сверстников, педагогов: он 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 (друзей, одноклассников 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 подросток 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 объем 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 самутверждения себя как профессионала путем победы этого ученика на олимпиадах, конкурсах, спортивных соревнованиях, получении им высоких результатов ЕГЭ и т.д.; при этом педагог требует, чтобы ученик занимался только его предметом, потребности и желания самого ученика его не интересуют). Еще один вариант сценария – ограничение определенных источников информации, отказ от признания их возможностей в достижении своих целей и задач. Например, некоторые подростки ограничивают свое информационное потребление только виртуальными источниками, игнорируя учебную и художественную литературу, живое межличностное общение и т.д. Или же подросток может ограничивать возможности определенных источников информации в достижении своих целей: например, использовать социальные сети только для общения со сверстниками, игнорируя их возможности в обучении.

«Информационная миссия» – подросток строит свое информационное потребление, исходя из определенной для себя миссии: например, пропаган-

дировать туристические походы, компьютерные игры, рок-музыку 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 подростком в этом сценарии всегда связано с ее творческой переработкой, информационным творчеством, созданием новой информации и новых ее источников. Подросток организует форумы, странички в социальных сетях, сочиняет и размещает в сети свои стихи, музыкальные произведения, фотографии или другие произведения.

«Целеустремленный» – потребление информации в этом сценарии подросток 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 подростком типового сценария информационного потребления, привнесенных 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 подростка к самоанализу и самокоррекции информационного потребления.

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

Таблица 1 – Классификация типовых сценариев информационного потребления подростков и матрица для их педагогического анализа

<i>Название сценария</i>	<i>Ключевые ценности</i>	<i>Предпочитаемые источники информации</i>	<i>Предпочитаемые стили потребления информации</i>	<i>Факторы, обуславливающие выбор сценария</i>	<i>Влияние сценария на развитие личности подростка</i>
Зомбированный	Ценности, декларируемые субъектом зомбирования (чаще всего ценности материального потребления)	Реклама Телевидение Интернет	Некритичное потребление информации, безоговорочная вера ее источникам	<i>Внешние:</i> Агрессивная реклама Манипулирование сознанием подростка <i>Внутренние:</i> Внушаемость Несамостоятельность	Формируется привычка верить источникам информации, действовать по рецепту, не развивается самостоятельность, ответственность
Зависимый	Взаимодействие с объ-	Реклама Телеви-	Поиск и потребление информа-	<i>Внешние:</i> Агрессивная ре-	Формируется зависимая личность

	ектом зависи- мости	дение Интернет	ции для поддер- жания имею- щейся зависимо- сти и само- оправдания	клама Манипулирование сознанием под- ростка <i>Внутренние:</i> Внушаемость Несамостоятель- ность Отсутствие силы воли Отсутствие кон- кретных целей личностного и профессионально- го роста	
По- лиглот	Количество имеющейся информации	Любые источни- ки	Бесконтрольное, бесцельное по- требление	<i>Внешние:</i> Мнение значимых личностей Телепередачи, пропагандирую- щие «знание всего обо всем» <i>Внутренние:</i> Неопределенность жизненных целей	Формируется лич- ность с завышенной самооценкой, эн- циклопедическими знания, но не спо- собная реализовать свой потенциал
Инфор- мацион- ное по- требле- ние как средство самопи- ара	Собственная личность	Интернет	Размещение в сети Интернет, социальных се- тях огромного массива инфор- мации о себе, использование источников ин- формации для саморекламы	<i>Внешние:</i> Пример других людей <i>Внутренние:</i> Заниженная само- оценка Эгоизм	Формируется за- вышенная само- оценка
«Я не хуже других»	Самоутвер- ждение в коллективе	Источни- ки, пред- почитае- мые ре- ферент- ной группой	Использование той информации и тех источни- ков, которые ис- пользуют члены референтной группы	<i>Внешние:</i> Давление коллек- тива <i>Внутренние:</i> Конформизм Несамостоятель- ность Отсутствие инди- видуальности Заниженная само- оценка	Формируется неса- мостоятельная, ограниченная, безынициативная личность со слабо выраженной инди- видуальностью
Ограни- ченное инфор- мацион- ное по- требле- ние	Доминантная жизненная цель (напри- мер, профес- сиональная карьера, при- обретение известности)	Источни- ки, спо- собству- ющие достиже- нию до- минант- ной цели	Ограничение информационно- го потребления (объема, содер- жания, источни- ков инфор- мации) доминант- ной целью	<i>Внешние:</i> «Давление» педа- гогов, родителей Авторитарный стиль воспитания Примеры значи- мых личностей <i>Внутренние:</i> Недостаточность интеллектуально- го развития	Формируется «од- нобокая» личность, реализующая свой потенциал только в одной сфере

				Узкий кругозор	
Информационная миссия	Ценность, выражающая информационную миссию (помощь другим людям, информирование об опасности, конкретное увлечение подростка)	Интернет	Использование информации для реализации информационной миссии	<i>Внешние:</i> Пропаганда принятой подростком социальной миссии на телевидении, в СМИ, Интернет <i>Внутренние:</i> 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 ее творческой переработкой, созданием новой информации и новых ее источников	<i>Внешние:</i> Отсутствие информации для решения конкретной проблемы подростка <i>Внутренние:</i> Креативность Инновационность Стремление к новому Инициативность Лидерские качества	Способствует формированию творческой, инициативной личности Важно, чтобы информационное творчество было связано с реализацией нравственных ценностей
Целеустремленный	Реализация жизненных целей	Все источники	Целенаправленное потребление информации для решения конкретных жизненных целей и задач	<i>Внешние:</i> «социальный заказ», социальные потребности общества <i>Внутренние:</i> Целеустремленность Планирование жизни	Способствует формированию целеустремленной, самостоятельной, ответственной личности Важно, чтобы реализуемые подростком цели не противоречили нравственным ценностям и нормам

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

Покажем на конкретных примерах, как учителю 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 поведениялюбившихся героев, их поведения, 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 разрекламированный 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 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 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 определенного 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 определенной информации из одного источника: например, задание по истории – отслеживать частоту размещения в Youtube роликов о Петре 1, 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 (исключенности 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 определенным источникам информации?»;
- классный час «Как не «потерять себя» в Интернет?»;
- 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, спортсмена, представителя шоу-бизнеса и т. д.), наиболее часто упоминающихся в медиатекстах конкретного канала/издания;
- сравнение нескольких точек зрения о событиях, отраженных в медиатексте, и о самом медиатексте;
- анализ медиатекста и снятие с содержащейся в нем информации ореола «авторитетности»;
- ранжирование предложенной информации по ее 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 определенных политических событий, социальных ролей представителями различных культур и социальных групп (например, анализ заполнения анкеты в «Одноклассниках» и «В контакте» 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 определенные элементы информационной миссии;
- съемка 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», «режиссер», «актер», «оператор», «композитор», «художник», «звук-оператор», «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 «Целеустремленный»:

- определение ценностей личности, к которым обычно апеллируют медиатексты конкретных видов и жанров;
- написание рецензии на конкретные медиатексты;
- сравнение нескольких точек зрения о событиях, отраженных 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 четырех негативных факторах, нарушающих общепринятые этические нормы и пагубно сказывающихся на жизни человека: азартных играх, употреблении наркотических веществ, нечистоты 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 учетом 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 образования 02.09.2016.
3. Щуркова Н.Е. Воспитательный процесс в школе. В 3 ч. Ч. 3. Обучение в процессе воспитания школьника : руководство для зам. директора шк. по учебному процессу / Н. Е. Щуркова. - М. : Педагогический поиск, 2011. - 160 с.
4. Кларин М. В. Инновационные модели обучения в зарубежных педагогических поисках. М.: Арена, 1994. 222 с.