

9. *Milner K., Khoza H.* A comparison of teacher stress and school climate across schools with different matric success rates // *South African Journal of Education.* 2008. 28. P. 155–173.

10. *Ryan R.M., Deci E.L.* On happiness and human potentials: a review of research on hedonic and eudaimonic well-being // *Annual review of psychology.* 2001. 52. P. 141–166.

Осознанность как фактор снижения риска возникновения негативных последствий взаимодействия учащихся с современной информационной средой

Филиппова С.А., Пазухина С.В.

*Тульский государственный педагогический университет
им Л.Н. Толстого, г. Тула*

Актуальными направлениями в решении проблем обеспечения безопасности ребенка при взаимодействии с современной информационной средой являются: проблема раннего выявления, профилактики психологических рисков и предупреждения возникновения социальных болезней, обусловленных взаимодействием с Интернетом, СМИ детей и подростков, а также проблема подготовки специалистов, компетентных в данной области. Несмотря на достаточно большой спектр исследований, касающихся вопросов взаимодействия с информационными потоками, большинство из них фокусируются на отдельных аспектах рассматриваемой проблемы: вопросах технологического ограничения доступа учащихся к отдельным категориям сетевых ресурсов, обеспечения безопасности детей и подростков в Интернет-коммуникации, изучении роли родителей и педагогов в формировании навыков использования ребенком сети Интернет. Вместе с тем, понятие психологического риска при взаимодействии ребенка с современной информационной средой рассматривается нами в гораздо более широком контексте. Помимо информационного пространства сети существенное влияние на психологическое благополучие детей оказывают средства массовой информации: телевидение, кино, печатная продукция (журналы развлекательного характера), а также реклама. В отдельную группу воздействующих на ребенка факторов можно отнести общественное мнение, идеологию, социальные стереотипы, которые также во многом являются следствием информационной пропаганды; данная группа факторов воздействует на ребенка в семейной среде, в группе сверстников, в школе.

Мы выделяем несколько аспектов взаимодействия человека с современной информационной средой, сопряженного с рядом рисков для физического, психологического, личностного и социального благополучия.

Физиологический. В данном направлении исследуется воздействие современных технологических средств и создаваемых ими излучений на организм человека. Среди очевидных эффектов этого воздействия: гиподинамия, нарушения осанки, нарушения пищевого поведения, снижение зрения активных пользователей Интернета и телевидения.

Психофизиологический. В последнее десятилетие в научной литературе появился термин «цифровое слабоумие» (digital dementia); исследователи влияния информационных технологий на интеллектуальное развитие детей и подростков отмечают, что представители цифрового поколения страдают нарушениями памяти, внимания. Р.М. Грановская, говоря о специфическом способе переработки информации у детей, выросших в век цифровых технологий, называет данный тип мышления «клиповым», отмечает, что: «Люди с клиповым мышлением не могут проводить глубокий логический анализ и не могут решать достаточно сложные задачи» [1]. Также отмечаются нарушения в волевой и эмоциональной сфере подростков, выросших в эпоху цифровых технологий.

Психологический. В данном направлении достаточно хорошо изучена проблема технологических и интернет-аддикций: в работах ученых рассмотрены причины, механизмы формирования, особенности воздействия на личность, меры профилактики, коррекции и терапии игромании, гаджетомании, интернет-зависимости, порнофилии (М.С. Иванов, Г. Лукьянов, Б.Р. Мандель, А.В. Гоголева, А.В. Котляров, А.М. Полеев). Достаточно широко в освещены вопросы интернет-коммуникации. Изучаются особенности и эффекты виртуального общения, большое количество исследований посвящено негативным явлениям в интернет-коммуникации — кибербуллингу, троллингу, моббингу.

Личностный. Исследуются особенности формирования моральных норм, изучается феномен хакерства, формирование личностных особенностей, обусловленных воздействием сети Интернет и СМИ на сознание и мировоззрение человека (Г.Н. Мустафьева, Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, О.В. Смыслова, Д. Белл, О.В. Доронина, С.В. Пазухина). Сформулирована проблема формирования у пользователей этичного поведения в Сети — киберэтики (В.М. Руф, У. Швартау, Г.Т. Тавани, К. Гамелинк, А.Е. Войскунский, А.И. Нафтульев).

Социальный. Исследуются массовые социальные явления, обусловленные воздействием информационных потоков на сознание человека, потребительское поведение, мотивация, установки населения, гражданская активность в условиях «информационной войны» и пр. Л.А. Ясюкова, проводя многолетний мониторинг интеллектуального развития школьников, отмечает тенденцию уменьшения числа школьников с развитым понятийным мышлением, что создает предпосылки социальной стратификации по данному критерию и способствует снижению интеллектуального потенциала России в будущем. Формированию негативных массовых явлений в социуме во многом способствует

ценностно-нормативный вакуум, наличие которого С.Н. Ениколопов объясняет отсутствием «...референтной прослойки, которая транслировала ценности и знания, человек мог к ней апеллировать». Для современного общества характерно «...измерение человека внешним успехом, который выражается финансово, что пагубно» [2].

Информационная среда, создаваемая СМИ, во многом имеет подобные черты: научное сообщество довольно редко выступает в нем в качестве признанных экспертов, их все чаще заменяют «узнаваемые лица» — звезды кино, телевидения, музыканты, бизнесмены, политики. Обеспеченность и популярность становится некой всеобъемлющей характеристикой, якобы наделяющей этих лиц множеством других сопутствующих качеств, таких как компетентность в самых различных областях, начиная от бытовых вопросов (воспитание детей, здоровье, карьера) и вплоть до вопросов национального значения. Таким образом создается и распространяется знаниевая среда, основанная на личном опыте и не имеющая под собой научного основания.

Специфичным, не ориентированным на высокую степень осознанности, является «язык» рекламы и информационной продукции пропагандистского характера. Независимо от цели (будь то социальная реклама или реклама товаров) форма предъявления ее носит следующие характеристики:

- привлекательная «обертка» (дизайн),
- прямое или косвенное обещание определенных выгод в случае исполнения реципиентом того, что заявлено в рекламе,
- упрощенные словесные конструкции (слоганы, лозунги), минимизирующие степень приложенных для их обработки умственных усилий и побуждающие реципиента воспользоваться предлагаемой схемой.

Оригинальные дизайнерские решения при разработке рекламных продуктов позволяют не только привлекать внимание, но и скрывать негативные стороны рекламируемого товара. Например, на рекламных щитах химического предприятия фигурирует зеленое дерево и надпись «Сохраняя будущее»; на самом деле — выбросы предприятия ухудшают экологическую ситуацию района. Создание при помощи рекламы положительного имиджа реципиента является дополнительным стимулом к потреблению указанного товара или услуги. Так, реклама в ресторанах быстрого питания информирует о том, что часть средств идет на благотворительность (купи товар и ты сможешь помочь другому, это очень хорошо): вред фаст-фуда компенсируется положительным имиджем. Легко запоминающиеся слоганы, предлагающие быструю схему достижения определенной выгоды, не ориентированы на то, что реципиент будет затрачивать много времени на обработку информации о товаре (поскольку ее недостаточно); дают готовое руководство к действию: «Coca-cola — пей легенду» (купи наш товар и ты сможешь воспользоваться частью нашей популярности, это очень хорошо).

Дети и подростки, вследствие низкой степени критичности, недостаточной осведомленности, потребности в положительной оценке себя и своих действий, являются чрезвычайно восприимчивыми к рекламе. Узнаваемость брендов (герои мультфильмов), возможность отделить себя от взрослого сообщества (это только для детей), запоминаемость слоганов и другие привлекательные свойства рекламы, являются факторами, стимулирующими потребность в данном товаре. Отсутствие своевременного вмешательства в процесс взаимодействия ребенка с рекламой чревато формированием привычки потреблять все, что рекламируется и низкой степени осознанности своего поведения.

Информационное пространство является продуцентом социально одобряемых критериев, стандартов, ориентиров. Положительное оценивание ребенком информации пропагандистского (экстремистского) характера, выдаваемой за национальную идею, ценности и пр. формируется преимущественно под влиянием ближайшего социального окружения (семьи, школы, референтной группы).

В связи с ситуацией в Украине и Европе на настоящий момент в нашей стране активно популяризируются патриотические идеи, идеи национальной идентичности, а также идея «традиционных семейных ценностей» в противовес европейскому брачному разнообразию. Упрощение в бытовом обиходе понимания таких сложных (даже для научного анализа) социальных процессов, приводит к возникновению таких «схем решения» глобальных проблем как «Россия для русских»; данная тенденция является почвой для сепаратизма по национальному и другим признакам, провоцирует возникновение экстремистских настроений среди населения.

Фактором, препятствующим возникновению указанных тенденций, является повышение степени осознанности детьми и подростками того, что происходит в их жизни. Это представляется возможным в том случае, если взрослые (педагоги, родители) сами демонстрируют осмысленную мотивацию, критичность при восприятии информации, не склонны к упрощению и стереотипизации сложных явлений; побуждают детей задумываться над происходящим, отличать собственные установки от навязанных, точки зрения от стереотипов; предоставляют детям свободу выбора собственных целей и ценностей.

Литература

1. *Грановская Р.М.* Люди с клиповым мышлением элитой не станут // Информационное агентство РосБалт. Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/piter/2015/03/28/1382125.html>, свободный. [Дата обращения 19.09.15].

2. *Ениколопов С.Н.* «Нельзя быть простым!» // Электронное периодическое издание «Новая газета». Режим доступа: <http://www.novayagazeta.ru/society/64628.html>, свободный. [Дата обращения 19.09.15].

3. *Пазухина С.В.* Телевизионные передачи как средство формирования мировоззрения современной молодежи // Молодежь как активный субъект со-

временного общества. Материалы Международной научной конференции. 2013. С. 198–213.

4. *Филитова С.А.* Психологические риски современного киберпространства // Психология в ВУЗе. 2014. № 2. С. 67.

5. *Пазухина С.В.* Ребенок за компьютером: психологические риски и экстремальные ситуации в виртуальной «жизни» младшего школьника // Психолого-педагогические основания формирования ценности здоровья, культуры здорового и безопасного образа жизни в системе образования. Сборник научно-методических материалов. Москва, 2013. С. 196–201.

6. *Ясюкова Л.А.* Разрыв между умными и глупыми нарастает // Информационное агентство РосБалт. Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/main/2013/12/04/1207437.html>, свободный. [Дата обращения 19.09.15].

Профессиональное выгорание педагогов: выявление и профилактика

Харланова Ю.В.

*Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого, г. Тула*

В современном обществе происходит значительное количество социально-экономических изменений, которые влияют и на выполнение людьми своей профессиональной деятельности, и на отношение к ней. Изменение отношения человека к своей профессиональной деятельности особенно заметно, если в обществе падает ее рейтинг. В результате растет психическое, эмоциональное напряжение, чаще появляются нарушения, связанные со стрессом на рабочем месте.

Профессия «учитель» является одной из наиболее социально значимых видов деятельности. Это утверждение основано на том, что данный вид трудовой деятельности связан с формированием общественного сознания, культурного наследия, настроений и потребностей людей. Можно сказать, что в руках учителя судьба поколений, будущее человеческого общества.

Любая профессия имеет свои сложности, комплексы психотравмирующих факторов, влияющих на людей её реализующих. Особенно сильные негативные поражения личности свойственны профессиям типа «человек-человек», одной из которых и является деятельность педагога. Она является стрессогенной и требует больших резервов самообладания и саморегуляции. В результате эмоционального напряжения, возникающего у педагога в процессе осуществления своей профессиональной деятельности, следует дальнейшее снижение устойчивости психических функций и понижение работоспособности учителя.