

**Использование цифрового телевидения в формировании профессиональной ориентации школьников**

*Михайлова Елена Евгеньевна*

*Студент*

*Северо-Восточный Федеральный университет имени Максима Кировича Аммосова,  
Педагогический институт, Якутск, Россия*

*E-mail: [gelena\\_89@mail.ru](mailto:gelena_89@mail.ru)*

В процессе глобализации образовательного пространства особенно велика роль информационной составляющей использования современных образовательных технологий (пресса, радио, и особенно телевидение, в том числе спутниковое, а также Интернет). Необходимо отметить, что телевидение как один из наиболее популярных источников информации, является и основным инструментом влияния на учебно-образовательный процесс в силу объективных технических качеств. Современные образовательные технологии обязаны своим воздействием на массы в первую очередь визуальным образам телевидения. Специалисты в области использования TV (телевидения) и аудиовизуальных средств отмечают, что изначально все средства массовой информации по своей природе они склонны к визуализации образовательной деятельности (Е.А. Барахсанова, А.Э. Бурнашев, А.В. Жожиков, Ю.В. Корнилов и др.).

Начиная с 1970 г. наиболее доступным, авторитетным и привычным источником информации для каждого человека является телевидение. Сегодня телезрителям доступно более тысячи каналов спутникового телевидения, около сорока каналов кабельного телевидения и до десятка программ национальных программ телепередач [5].

В условиях инновации и модернизации содержания педагогического образования особую важность приобретает проблема изучения влияния СМИ на социализацию современного школьника. В сборнике своих статей и учебном пособии Е.А. Барахсанова отмечает что, во-первых, просмотр телевизионных передач занимает одно из центральных мест в структуре досуга современного школьника. В структуре досуга основанием выступает не тот или иной источник информации, а соответствующий вид деятельности; в третьих, содержательное отличие необходимо иметь ввиду, поскольку сама иерархия предпочтения различных видов деятельности в структуре досуга предполагает, с одной стороны, интерпретации, связанные с мотивационно-потребностной сферой школьника, а, с другой, - возможны интерпретации относительно характеристик жизненного стиля [1,3].

Термин «информационное поле» по Л.М.Баженовой обозначает сложно организованное информационное пространство. Влияние тех или иных источников информации оказывается разным не только в силу того обстоятельства, что они транслируют разное содержание, но и в силу того, что они имеют разный социальный статус и значимость для школьников [3].

В структуру информационного поля можно условно выделить две компоненты – компоненту стабильную, постоянную и компоненту случайную, переменную. Постоянная компонента информационного поля школьников состоит из постоянно действующих источников информации, обращение к которым происходит практически ежедневно.

Переменная компонента информационного поля школьников включает в себя множество источников информации, обращение к которым происходит не регулярно, эпизодически, а то и просто случайно.

Каналы информационного поля могут по разному структурироваться по своей значимости относительно той или иной содержательной области. В этой связи особый интерес представляет выяснение роли СМИ в формировании профессиональных ориентаций школьников.

В курсовой работе по дисциплине "Педагогические программные средства" мы рассмотрели одну из особенностей телевидения его полифункциональность. Сам по себе интерес к образовательным функциям телевидения представляется не случайным. При этом возможны два подхода к изучению функциональной специфики телевидения: 1) изучение социокультурных факторов влияния TV и становления различных функций телевидения в процессе его внедрения в образовательный процесс; 2) изучение значимости в различных функций телевидения и их конкретного воплощения в телеканалах, ориентированных на разные социальные группы старшеклассников (городские и сельские школьники).

Для установления характера освоения старшеклассниками функций телевидения в процессе его возрастного развития мы исследовали мотивацию телепросмотров. С помощью социологического опроса был предварительно определен круг наиболее популярных телеканалов в различных возрастных группах школьников. Результаты опроса подвергались процедуре факторного анализа, что позволило выявить взаимосвязи различных функций. С помощью процедуры факторного анализа выделены следующие пять факторов:

1) F1-фактор, фиксирующий различные аспекты регулятивно-интегративной телевидения. Наибольшую нагрузку по данному фактору, фиксирующему различные аспекты регулятивно-интегративной телевидения имели следующие каналы: Россия 24, Discovery World, Discovery Channel, MTV, National Geographic. В оппозиции к ним находятся в основном детские каналы (KidsCo, Детский мир, Карусель и др.), а также развлекательного характера (TLC Russia, Россия К и др.) Таким образом, в основном социально-интегративную функцию реализуют информационные и общественно-политические каналы;

2) F2 - этот фактор по теории телевидения выполняет развлекательную функцию. Данный фактор составляет оппозицию фактору F1. Наибольшую нагрузку по данному фактору имеют такие каналы, как: Карусель, Россия2, ТНТ, MusicBox, Любимое кино, Мир сериала.

3) F3 - по содержанию этот фактор характеризует просветительскую функцию телевидения. С педагогической точки зрения, именно этим целям и соответствует потребность в получении новой информации школьниками.

4) F4 - фактор «нормативной регуляции» поведения, фактор социализации в узком смысле. Основные каналы, имеющие значимую нагрузку: СТС, ТВ3, Спорт 1, Детский мир, Comedy, MTV.

5) F5 - данный фактор отражает глубинную природу искусства, где каналы духовных ценностей является определяющим моментом. Большой популярностью пользуются телеканалы: XX1, KidsCo, СТС.

В заключении отмечаем, что факторный анализ исследование функциональной струк-

туры влияние телевидения на возрастных особенностей мотивации телепросмотров представляется важным не только для понимания влияния цифрового телевидения на процессы социализации, но и для психолого-педагогического проектирования телевизионных каналов для детей, подростков и молодежи с опорой на формирования культурно-осмысленной воспитательной политики телевидения.

### **Литература**

1. 1. Бараханова Е.А. Информационные технологии в сфере образования: Учебное пособие. - М.: Acadimia, 2003. - 240 с.
2. 2. Бурнашев А.Э. Педагогическое обеспечение учебного процесса аудиовизуальной технологией // Вестник МГОУ. 2007. 2. С.154-158
3. 3. Баженова Л.М., Собкин В.С., Шариков А.В. Возрастная типология телевизионных ориентаций школьников // Телевидение и школа: опыт социокультурного и психолого-педагогического анализа. Отв.ред. В.С. Собкин – М.: Изд. АПН ССР, 1989. – С.6-37
4. 4. Машарова В.А. Познавательный интерес школьников с позиции современности // Письма в Emissia. Offline: электронный научно-педагогический журнал.- 2008, ART 12384
5. 5. Никитина Е.В. Видеотехнологии в профессиональной подготовке учителя // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 20 декабря 2010 г. – Якутск: Издательско-полиграфический комплекс СВФУ, 2010. С.340-342.

### **Слова благодарности**

Заранее благодарю!!!