



Департамент образования
администрации города Нижнего Новгорода

Дворец детского (юношеского) творчества
им. В.П. Чкалова

Городская научно-практическая лаборатория
по проблемам воспитания и семьи
«Городской Совет отцов»

Информационный вестник

Выпуск 16

март 2017 год

«Воспитание и медиаобразование в школе»

г. Нижний Новгород

Дорогие друзья!

Мир, в котором мы будем жить завтра, создается сегодня. С каждым днем все острее мы чувствуем нашу ответственность за будущее наших детей, наших сегодняшних свершений, потому что понимаем – подготовить их к созиданию будущего – значит создать для детей сегодня среду жизнетворчества, интенсивного накопления интеллекта, высокой культуры, морально-волевого духа, позитивного Мировидения.

Именно школа должна стать полем формирования личностных смыслов детей, их гражданского взросления, саморазвития, самоопределения в сегодняшнем мире, чтобы стать созидателями будущего.

Вместе с тем, взросление и становление наших детей происходит в обстановке всемирной тревоги всех народов Мира за будущее нашей планеты. Дети не могут не ощущать этой тревоги. Среди кризисов и «вызовов» времени (экономических, идеологических, экологических, научно-технических) самой большой тревогой является нагнетаемое потребительской и антигуманистической идеологией информационное пространство.

Огромные силы и средства тратятся на выхолащивание истинных ценностей, на навязывание стереотипа мышления, стереотипа восприятия Мира, образа жизни потребителя, а не созидателя и творца своей собственной среды и судьбы своего Отечества. Именно культурно-информационное пространство, которое расширилось десятикратно и служит зачастую регулятором межличностных, межэтнических, межкультурных отношений детей и становится сегодня важнейшим средством управления духовной жизнью молодежи и детей.

С одной стороны медиаобразование – это инновационный вид открытого общественного демократического непрерывного самообразования, это социально-педагогическая технология повышения качества основного и дополнительного образования за счет великого множества информации содержащих лучшие образцы культуры, искусства, науки, техники, экологии, здоровья и т.д., это база интеллектуального накопления.

С другой стороны, дети, большую часть информации усваивают спонтанно и неоднозначно. Процессы информирования носят стихийный неуправляемый характер, а информационное поле

зачастую агрессивно, не содержит нравственных и моральных основ и подается тенденциозно без расчета на возраст и психику ребенка.

Государство озабочено состоянием и содержанием детской, подростковой и молодежной информированностью.

Не случайно принят Федеральный закон от 29 декабря 2010 года (№436-ФЗ) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в котором устанавливаются нормы распространения печатной продукции, аудио- и видео- продукции, наносящей вред здоровью, нравственному и физическому развитию.

Не случайно одним из главных направлений «Стратегии развития воспитания в РФ до 2025г» является требование – кардинальное переосмысление содержания работы всех СМИ РФ.

Стократно возрастает задача – безотлагательно разработать свои собственные программы развития информационной предметно-развивающей среды в семье и школе, пока эту среду не предложили детям антисоциальные структуры.

Медиаобразование в школе – это возможность использовать достоинства информационной цивилизации: развивать ум, грамотность, логику мышления, формировать компетентность мировоззрения, гражданское сознание на основе всесторонних глубоких знаний и информационной ориентированности.

Особенности информационного пространства требуют специальной подготовки, профессионального обучения педагогов, прежде всего классных руководителей, формам и методам воспитания культуры оперирования информацией, четкому определению целей использования информации, её достоверности и направленности на обогащение общественного сознания и самосознания детей.

Роль руководителей образовательных учреждений, особенно их заместителей по учебно-воспитательной работе, всех учителей, классных руководителей многоаспектна и гиперответственна. И она не только в том, чтобы в каждой школе создать систему медиаобразования, обеспечить функционирование целенаправленной предметно-развивающей информационной среды в семье и школе для медиаторства, в том числе семейного. Это наиболее ценно в условиях популяризации ценностно-значимой творческой деятельности, способности гармонично сочетать информацию из различных источников, практически ее оценивать, анализировать, отрабатывать и применять в практике воспитания и обучения,

создавать собственные мультимедийные продукты, тем более что такой опыт уже есть в образовательных учреждениях.

Научить оперировать информацией можно по алгоритму:

- Назначение информации: обогащение общественного сознания, развитие самосознания и интеллекта;
- Мотивация: потребность в информации и её польза (деловая, образовательно-развивающая, духовно-целенаправленная и т.д.);
- Анализ ценности информации: значимость, полезность, истинность, достоверность;
- Практичность (предвидение последствий распространения данной информации);
- Адресность (учет возрастных и психологических особенностей).

Наш первый городской смотр «Медиаобразование в школе» (см. положение) нацелен на активное, массовое вовлечение детей и родителей в создание разнообразной информационной среды, создание собственных медиапродуктов, проведение школьных конкурсов и смотров, видеофестивалей, широкого использования информационно-коммуникативных технологий в процессе воспитания, издательской деятельности, пропаганде лучшего опыта детей, педагогов, родителей в школьных СМИ.

Мы должны в свете требований «Стратегии развития воспитания в РФ до 2025 года» переосмыслить уровень методической и целевой подготовки воспитательных мероприятий, выверяя содержание на главные ударные цели на основании информации, обогащающей детей духовно, наполняющей их интеллектуально и нравственно и пропитанной любовью к Отечеству.

Нам надо учиться:

- сотрудничать (конструктивно взаимодействовать) с педагогами, психологами, социальным педагогом, специалистами в области воспитания в духовно-нравственном развитии личности ребенка.
- Развивать личностные качества, накапливать новые идеи в системе самообразования, успевать за обновленными методиками, насыщать воспитательный процесс в классе неожиданными для детей событиями, инициативами.

- Быть интересным собеседником для детей и наставником, партнером в воспитании для родителей. Уметь удивлять неизведанным.
- Хотеть моделировать, конструировать и организовывать разносодержательную коллективно-творческую деятельность детей и родителей.
- Развивать в детях пытливость, образцы и навыки социального поведения, поликультурного общения и ключевые компетенции.
- Вовремя заметить любые отклонения от нормы поведения и вовремя помочь ребенку в трудной ситуации.
- Увлечь детей познавательными интеллектуальными играми, викторинами, конкурсами, тренингами, заочными познавательными экскурсиями. И, конечно, это мы должны сделать вместе с семьей.

Дети развиваются во времени, которое не они выбирают. Только встав на иную, более высокую ступень понимания и чувства можно сделать свое видение окружающего нас мира более совершенным.

Вне зависимости от наших личных возможностей мы так или иначе участвуем в создании того, что нас окружает, в воспитании тех, кто рядом с нами.

Трудно идти против массированной атаки завоевателей рынка, предлагающих «второстепенную залежалую не имеющую нравственного фильтра продукцию». Но «капля точит камень». А наши капли – это усилия мудрых педагогов, классных руководителей, отцов, матерей, бабушек, дедушек, сохранивших наши славные традиции. Это любовь к детям и бережение детства. Это наша любовь к Отечеству. Не дадим же ей угаснуть.

*Белик Н.Н. руководитель
городской научно-практической
лаборатории по проблемам
воспитания и семьи*

ПОЛОЖЕНИЕ

о городском смотре «Медиаобразование в школе»

Конкурс «Медиаобразование в школе» призван стимулировать деятельность руководителей образовательных учреждений, педагогов, классных руководителей, родителей и учащихся к созданию в школе системной информационной среды, формирующей мировоззренческие понятия, гражданское сознание, культуру мышления, информационную ориентированность, умение использовать ее достоинства в саморазвитии и самосовершенствовании личности исключая вредное влияние негативной информации не содержащей моральных и нравственных основ.

1. Цель:

Защитить права детей на получение достоверной, качественной, целеопределяющей информации, необходимой для усвоения ценностных жизненных ориентиров на основе участия самих детей в ее производстве и включения их в систему медиаобразования в школе.

2. Задачи:

- Создание в школе системы качественной компетентностной информированности детей, родителей, педагогов на основе пропаганды лучших образцов культуры, театра и киноискусства, научно-технических знаний, героико-патриотических традиций, семейного воспитания, гуманистических и нравственно-волевых идеалов, образа Отечества, Гражданина России.
- Привлечение к созданию инновационных форм медиаинформационной деятельности педагогов, родителей, детей с целью формирования медиакультуры, непрерывного общественного самообразования, саморазвития и самореализации в воспитательной деятельности.

- Создание в школе системы методического обеспечения медиаобразования, обогащение учителей, родителей, детей знаниями и умениями гармонично сочетать информацию из разных источников, критически ее оценивать, анализировать, обрабатывать, эстетически представлять, создавать собственные медиапродукты.
- Моделирование положительного образа учителя, воспитателя, педагога дополнительного образования, талантливых родителей, одаренных детей, организаторов детского общественного движения.
- Развитие школьных СМИ на основе решения первостепенных задач школ.
- Изучение лучшего опыта системы медиаобразования в образовательных организациях. Создание методического банка лучших образцов издательской деятельности и медиапродуктов образовательных организаций.
- Создание в школе системы управления развитием медиаобразования, центров медиаобразования.

3. Сроки проведения конкурса

Конкурс проводится с марта 2017 г. по ноябрь 2017 года в два этапа:

1 этап: март 2017 – сентябрь 2017 г – районные конкурсы;

2 этап: ноябрь 2017 г – городской конкурс.

4. Участники конкурса

В городском конкурсе могут принять участие все образовательные учреждения города Нижнего Новгорода

5. Организаторы:

Департамент образования администрации г.Н.Новгорода

МБУ ДО «Дворец детского (юношеского) творчества им.В.П.Чкалова»

Городская научно-практическая лаборатория по вопросам воспитания и семьи

ВГТРК «ГТРК Нижний Новгород»

Нижегородский филиал газеты «Комсомольская правда».

6. Условия и порядок организации конкурса

Для организации и проведения 1 этапа в районах создаются оргкомитеты, разрабатываются собственные положения. Оргкомитет определяет образовательное учреждение на городской конкурс.

Предоставляемые на конкурс материалы (далее - конкурсные материалы) должны соответствовать целям и задачам конкурса.

Городской конкурс проводится по следующим номинациям:

1. Система медиаобразования в школе.
2. Школьное телевидение (телепроект)
3. Школьное радио (радиопроект)
4. Издательский центр в школе (журналы, газеты, информационные вестники и т.д.)

Конкурсные материалы оцениваются по следующим критериям:

- достоверность и информационная насыщенность, значимость, полезность, нравственная ценность;
- всесторонность подхода к теме (полнота раскрытия темы), адресность, содержательность, гуманистическая направленность;
- объективность изложения (правильное, беспристрастное отражение действительности);
- выразительность, правильность языка (использование выразительных средств создания образов, соблюдение правил орфографии, пунктуации, стилистики);
- оригинальность материалов (использование нестандартных, творческих приемов при создании информационного медиа-продукта);
- организация материалов (системность публикаций, введение специальных рубрик, тематических полос, оригинальность верстки).
- соответствие стиля и формы подачи материала её целевым аудиториям
- актуальность, креативность и эффективность концепции проекта (для теле и радио проектов)

7. Порядок и сроки предоставления конкурсных материалов

Участники конкурса направляют в срок до 1 ноября 2017 года по адресу: 603005, г. Н.Новгород, ул. Пискунова, 39, каб.3-а,

городская научно-практическая лаборатория по проблемам воспитания и семьи вместе с заявкой (приложение) конкурсные материалы:

- от электронных средств массовой информации - не более пяти видеозаписей в формате avi либо аудиозаписей в формате mp3 с указанием (в прилагаемой анкете) названия, авторов, даты, времени выхода и краткой аннотации материала;
- от печатных средств массовой информации – не более пяти номеров газеты и не более трех номеров журнала (альманаха) в подлинниках, с указанием номинации конкурса, даты выпуска в свет;

Работы, поступившие на конкурс, авторам не возвращаются.

8. Подведение итогов конкурса

Экспертный совет рассматривает поступившие конкурсные материалы и определяет победителей до 15 января 2018 года. Результаты оформляются решением.

Итоги конкурса подводятся в каждой номинации. Экспертный совет вправе изменять количество призовых мест в зависимости от количества, качества и тематики конкурсных материалов.

Итоги городского конкурса подводятся в мае 2018 года на городской пресс-конференции **«На одной волне»**. Победители конкурса награждаются грамотами, кубками, подарками. Лучшие работы предоставляются к печати в различных научно-методических сборниках.

Информационная безопасность детей: критерии оценки средств массовой информации

Немова О.А., кандидат социологических наук
Бурухина А.Ф.

1. Роль СМИ в процессе воспитания и социализации подростающего поколения

Оценивая общее состояние детского телевидения в России и его влияния на постсоветское поколение детей А.В. Шариков и В.П. Чудинова пишут, что в современном телевидении происходит усиление развлекательности, а также замещение продукции детской культуры продукцией массовой «взрослой культуры». В целом эта низкопробная продукция представляет угрозу для психического и нравственного здоровья ребенка. Такое «ранее взросление» часто идет во вред детям и подросткам, лишая их детства.

Вопрос о степени воздействия телевидения на сознание человека исследуется с начала зарождения телевидения как такового. Наиболее известные исследователи по данной проблематике: Х. Айзенк, А. Бандура, У. Бенсон, Л. Берковитц, Э. Дейл, Р. Драбман, Дж. Гербнер, Д. Гоунтлен, С. Комсток, С. Ливингстон, Р. Смит, Ф. Стьер, М. Томас, П.Хьюсманн, Дж. Эпплфилд и др.

Первые исследования в СССР по изучению влияния телевидения на сознание детей были проведены в 70-80-е годы. В 1973 г. комплексное исследование телевидения для детей предпринималось Г.А. Галочкиной. Ее диссертационное исследование называлось «Телевизионное вещание для детей и юношества (Особенности тематики и жанров)». Интерес отечественных ученых к данной тематике возрастал пропорционально росту самого телевидения. Так, в последующие годы изучению роли телевидения в жизни ребенка изучали: Н.В. Гутова, А.Ю. Дроздова, И.В. Левшина, В.С. Собкин, С.Н. Пензин, В.Д. Сыч, Ю.Н. Усов, Ч.А. Шакеева, Л.С. Школьник, А.В. Шариков, В.П. Чудинова и т.д.

В науке сложилось две полярные теоретические концепции о результатах воздействия экранной агрессии на юных зрителей.

Согласно одной из них, так называемой «теории научения», через демонстрацию агрессивного поведения происходит научение ребенка образцам поведения, задаваемым экраном. В ре-альной жизни в определенных ситуациях он может воспроизвести элементы агрессивного поведения. Согласно другой концепции, получившей название «теории катарсиса», переживание зрителем трагедии на экране является чем-то вроде прививки против реального насилия и имеет, скорее, позитивный эффект. Однако многочисленные исследования все же свидетельствуют о том, что негативное влияние в целом, как правило, гораздо сильнее. Эмпирически наиболее доказанной является первая теория. О наличии взаимосвязи между склонностью к просмотру телевизионных сцен насилия и дальнейшим агрессивным поведением среди лиц подросткового и юношеского возраста свидетельствует социологическое исследования российских ученых: Л.С. Школьник, А.Ю.Дроздова

Мы придерживаемся теории подкрепления Джозефа Клаппера, возникшей в Америке в 60-е годы. Согласно данной теории, которая основывается на феноменологической социологии, влияние телевидения на взрослых не абсолютно. Сознание взрослого человека защищено наличием уже сформированной системы ценностей, т.е. просмотр той или иной передачи или телеканала осуществляется уже на основе определенного выбора, неких личных предпочтений, взглядов. Соответственно все увиденное или услышанное в СМИ подвергается проверке на релевантность (смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением). Интуитивно взрослый телезритель из всего информационного потока отбирает только те мнения и точки зрения, которые соответствуют его внутренним мировоззренческим представлениям. Таким образом, влияние СМИ на взрослого человека ограничено, чего нельзя сказать о подрастающем поколении, чья система ценностей находится на стадии становления. Дети, не достигшие 18-ти летнего возраста, не имеют духовно-нравственного иммунитета перед информационным

потоком в связи с отсутствием собственной устоявшейся системы ценностей.

В 90-е годы был проведен ряд крупномасштабных социологических исследований. Особый интерес для предмета нашего исследования представляют результаты социологического исследования Н. П. Гришаевой «Дошкольник и телевидение», проведенного в 1998-1999 гг. В нем было опрошено 100 старших дошкольников (дети 5-7 лет), 75 родителей дошкольников и 54 воспитателя старших и подготовительных групп московских детских садов. Целью данного исследования являлось выяснение степени влияния телевидения на формирование нравственных представлений и на содержание игр дошкольников, а также определение места телевидения в структуре бюджета времени московской семьи, воспитывающей дошкольника, и определение обстоятельств, в которых происходит сам процесс телесмотра.

При анализе результатов опроса самих дошкольников было выяснено, что самым любимым занятием дома после прихода из детского сада, является просмотр телепередач, на втором месте — игра с родителями или сверстниками. Среди мальчиков наиболее популярны фильмы о звездных войнах (о чем сообщили 70 % детей), а среди девочек — различные сказочные истории. Отвечая на вопрос «какой герой мультфильмов тебе больше всего нравится?», 50 % мальчиков назвали Бэтмана, черепашку Ниндзя и других подобных героев. Около 40 % детей никогда не видели классических отечественных мультфильмов о Буратино, Чипполино и т. п. На вопрос «с каким героем мультфильмов ты бы стал дружить и почему?» 40 % детей назвали такие качества как сила и смелость. На вопрос «а кого ты бы назвал смелым?» многие дети ответили, что это тот, кто не боится никого убивать.

Огромное влияние оказывает телевидение на свободную игру детей в дошкольном учреждении. Дети подражают взрослым и имитируют модели и образцы поведения, широко представленные на телеэкране. И если еще 10 лет назад мальчики в основном играли в

полярников, космонавтов, водителей и т.д., то сейчас в свободных играх (по инициативе самих детей) преобладают ситуации агрессии — аварии, убийства, войны. Игры девочек изменились значительно меньше, почти неизменной осталась проблематика, связанная с семьей. Однако в значительной мере увеличился мотив, связанный с престижностью вещей и их покупкой. Основным источником информации об этом — реклама. Знание детей о том, что рекламируют — поистине неисчерпаемы: 70 % дошкольников перечислили практически все рекламируемые по телевидению товары на момент опроса. Лишь 20 % детей старшего дошкольного возраста практически ничего не знают о рекламе.

Родители, как правило, не обладают культурой просмотра телепрограмм. Практически лишь в 20 % московских семей дошкольников телесмотрение планируется, т.е. телевизор включается только тогда когда идет передача которую заранее хотели бы посмотреть. Дети воспринимают телевизор как члена семьи, как фон своей жизни. Многие дети перед ним едят, играют и даже засыпают. Естественно, что вся информация, поступающая с экрана, является для ребенка чрезвычайно значимой, во многих случаях даже более значительной, чем мнение родителей.

Это и другие исследования позволили группе ученых, работавших над проектом «Дети и насилие на телеэкране», сделать следующие выводы: «...таким образом, вопрос, влияет ли насилие на экране на российских детей и подростков, представляется риторическим. Ответ однозначный: да, влияет, и влияет негативно. Однако степень такого влияния до сих пор не определена... Тенденция развития аудиовизуальных СМК такова, что «интенсивность агрессии» на экране растет год от года. Таким образом, каждое новое юное поколение получает все больший заряд разрушительной агрессивной энергии, что усиливает предрасположенность социума к реальной агрессии: экранная агрессия провоцирует реальную, реальная заставляет искать еще более интенсивной „подпитки" на экране, что в свою очередь дополнительно усиливает внутреннюю

агрессивность. Так на фоне бытовых и экономических неурядиц в социуме создается предрасположенность к росту криминала, а в перспективе и массовому выделению накопленной агрессивной энергии во всем обществе. И мы пока что плохо осознаем возможные отдаленные последствия этой «дурной бесконечности».

Механизм передачи духовно-нравственных ценностей от одного поколения к другому достаточно сложный, включает в себя множество агентов, а также имеет специфическую структуру. Основным агентом социализации, по-прежнему, остается его родная семья и самые близкие родственники: отец, мать, прародителя, братья, сестры и т.д. Однако в связи с тем, что современный институт семьи находится в состоянии кризиса, изменилась и его роль как основного социализационного агента.

В условиях индустриального и постиндустриального общества система семейного воспитания претерпела значительные изменения. Несмотря на то, что количество времени, отводимое семьей на воспитание ребенка, увеличилось, качество его значительно ухудшилось. На снижение качества воспитания сказалось выведение родителей из домашнего семейного производства во внесемейную трудовую занятость. Также отрицательно на воспитательно-социализационной функции семьи сказалось сокращение рождаемости. Через игру со своими многочисленными братьями и сестрами ребенок постигал основные социальные роли. Вообще, к числу и без того многочисленных негативных тенденций современного информационного общества необходимо добавить и то, что рост телекоммуникационных возможностей оказывает на молодежь наркотизирующее воздействие. Вместо того, чтобы жить реальной жизнью, многие выбирают пассивный досуг, целыми сутками просиживают перед экранами телевизоров, мониторов, планшетов и т.д. Потребность в эмоциях удовлетворяется не реальным общением с друзьями, сверстниками, а благодаря мультипликационным и сериальным героям, виртуальным собеседникам.

В отличие от современного телевидения народный фольклор очень бережно относился к детской психике. Не случайно, что детские фольклорные произведения, как правило, пропитаны морализаторством, где наглядно объясняется, что добро всегда побеждает зло, где ценится трудолюбие, дружба, взаимопомощь. Сказки обладают огромным воспитательным потенциалом. Через сказку ребенок познает окружающий мир, осваивает основы ментальной культуры своего народа. Так, даже выбор времени суток, которое отводилось для чтения сказок детям, был не случайным. Их рассказывали перед сном, когда восприимчивость детского сознания, согласно данным психофизиологических исследований, наиболее высока. Веками народ предъявлял высокие требования к сюжетам сказок предназначенных для детей. В них осуждалась жадность и накопительство, лень, трусость, ложь, неуважение к старшим, а воспевались трудолюбие, честность, героизм, смекалка, дружба, уважение к родителям. Данная традиция была сохранена в советской мультипликации. Сюжеты очередного «советского» мультфильма проходили тщательный отбор, высокие требования предъявлялись к их эстетическому и музыкальному оформлению.

Основной целью воспитания является гармоничное развитие ребенка, которое, в свою очередь, подразумевает развитие всех трех его базовых сфер: интеллектуальной, эмоциональной и физической. Указанные сферы между собой тесно взаимосвязаны и взаимозависимы. Невозможно полноценное становление личности ребенка без развития всех трех сфер.

Информационная безопасность детей: критерии оценки средств массовой информации

2. Пояснительная записка.

Обоснование необходимости разработки универсальных критериев оценки продукта СМИ предназначенного для детской аудитории.

В связи с все большим увеличением роли СМИ в современном обществе встает вопрос относительно того, какую роль СМИ должны выполнять в процессе воспитания? Анализ современного продукта СМИ предназначенного для детской аудитории показал, что он зачастую не выдерживает необходимых требований. Наблюдается переко́с в сторону развлекательности, зрелищности, в ущерб интеллектуальному, эмоциональному и физическому развитию. Более того, многое, что транслируется современными СМИ является вредным и небезопасным для детского сознания.

На наш взгляд, современные российские СМИ должны занять роль полноправного партнера и союзника родителей, общества и государства в процессе воспитания гармонично развитого, социально ответственного человека и гражданина. Контроль за детским информационным продуктом необходим как со стороны государства, так и со стороны родительской общественности. Государство, как известно, контроль над СМИ осуществляет благодаря соответствующей информационной политике, а также, системы тендеров, грантов и государственных заказов. Разработанные нами **"Критерии оценки продукта СМИ с целью выявления его безопасности и полезности для гармоничного развития детей"** (в дальнейшем – Критерии") могут носить рекомендательный характер при принятии решения о поддержке того или иного информационного продукта предназначенного для детской аудитории.

В основе разработки Критериев лежит принцип необходимости гармоничного развития личности ребенка трем параметрам (физической, интеллектуальной и эмоциональной сфер). Таким образом, предлагается механизм оценки информационного продукта по всем трем блокам на предмет наличия или отсутствия необходимых составляющих в качестве возможного предмета для подражания. Чем больше баллов набирает информационный продукт, тем он более полезен для трансляции детской аудитории и, наоборот, если информационный продукт получает отрицательные оценки, то он будет расценен как вредный и небезопасный для юного зрителя.

Критерии разработаны с учетом ухода от голословности и субъективности в оценках, так как в Примечании необходимо дать обоснование своей точки зрения.

Также с помощью данного Критерия можно строить воспитательную работу с детьми как родителям, так и учителям, воспитателям, социальным педагогам, психологам, т.е. всем тем кто так или иначе связан с воспитательным процессом. На основе пройденной процедуры проверки с применением данного Критерия педагог может отбирать необходимые по тематике информационные продукты. Например, необходимо провести урок по гражданско-патриотическому воспитанию вы отбираете те, информационные продукты, в которых данное качество представлено лучше всего.

3. Критерии оценки продукта СМИ с целью выявления его безопасности и полезности для гармоничного развития детей

Блок 1. Интеллектуальное развитие

Критерии оценки	Критерии оценки					Примечание
	Недопустимый пример для подражания	Плохой пример для	Качество не найдено	Положительный пример	Отличный пример для подражания	
	-2	-1	0	1+	2+	
Способствует развитию речи, расширяет словарный запас ребенка. Приобщает к правильной речи.						
Отсутствие слов-паразитов, слов-засорителей, бранной речи («тупой», «дурак», «заткнись» и т.п.),						

слов эротической тематики («любовники», «интим», «секс» и т.п.), жаргонных и непонятных слов («аффрапирована тобой», «лузеры», «хана» и т.п.).						
Развивает навыки логического мышления, умение анализировать, сравнивать, рассуждать.						
Способствует развитию памяти как оперативной, так и долгосрочной (умеренная динамика – быстрая динамика не способствует развитию памяти)						
Сюжет понятен и доступен ребёнку, ребёнок может пересказать увиденное						
Наличие причинно-следственных связей в сюжете мультфильма и поведении героев: совершая правильное действие – герой получает результат, совершая неправильное действие – героя не						

получает результата						
Отсутствуют эпизоды, демонстрирующие: - смерть - насилие - похороны - сексуально-эротические сцены						
Отсутствуют образы с нечеткой гендерной идентификацией (трансвеститы, бородатые женщины и т.д.)						
Образы героев легко идентифицировать с человеком, животным или мифологическим существом; отсутствуют образы героев, которых сложно идентифицировать (монстры, киборги, мутанты и т.п.).						
После просмотра взрослый (а в идеале ребёнок) может ответить на вопросы: что нового я узнал? Чему меня научил данный продукт?						

Блок 2. Эмоциональное развитие

	Критерии оценки	
--	-----------------	--

Критерии оценки	Недопустимый пример для подражания	Плохой пример для подражания	Качество не найдено	Положительный пример	Отличный пример для подражания	Примечание
	-2	-1	0	1+	2+	
Воспитание чувства патриотизма, чувства долга перед Отечеством.						
Воспитание семейных духовно-нравственных ценностей (уважение к родителям, братьям/сестрам, прародителям и т.д.)						
Воспитание трудолюбия, бережного отношения к труду других людей.						
Учит умению дружить, ценить дружеские отношения.						
Прививает знание правил поведения в обществе						
Воспитание бережного отношения к природе родного края, животным.						
Вызывает чувства сопереживания слабым, несправедливо обиженным.						

Повышает настроение.						
Вызывает положительные эмоции радости (смех, улыбку)						
Вызывает отрицательные эмоции. Аффекты (печаль, страх, гнев).						
Фрустрация – осознание невозможности достижения чего-либо						
Стресс: эустресс - оказывает мобилизирующее воздействие, дистресс - оказывает разрушающее воздействие						
Развивает воображение.						
Прививает хороший музыкальный вкус.						
Развивает чувство прекрасного						

Блок 3. Какие элементы продукта СМИ способствуют физическому развитию ребенка?

Критерии оценки	Критерии оценки					Примечание
	Недопустимый пример для подражания	Плохой пример для подражания	Качество не найдено	Положительный пример	Отличный пример для подражания	
	-2	-1	0	1+	2+	

Пропаганда Здорового образа жизни						
Положительные персонажи участвуют в спортивно- оздоровительных мероприятиях (делают зарядку, закалывают организм, совершают пробежки на свежем воздухе, занимаются гимнастикой, ходят на тренировки и т.д.						
Главный положительный герой ведет здоровый образ жизни.						
Главный положительный герой спортивного телосложения, внешне привлекателен.						
Пример долголетия благодаря ведению здорового образа жизни. Пожилые люди ведут не пассивный, а активный образ жизни, принимают участие в воспитании внуков.						
Отрицательный герой демонстрирует						

дурные привычки (употребляет алкоголь, курит сигареты и т.д.).						
--	--	--	--	--	--	--

**Из Федерального закона от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ,
вступающий в силу с 1 сентября 2012 г.
*«О защите детей от информации, причиняющей вред их
здоровью и развитию».***

1. Органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от национальной, классовой, социальной нетерпимости, от рекламы алкогольной продукции и табачных изделий, от пропаганды социального, расового, национального и религиозного неравенства, а также от распространения печатной продукции, аудио- и видеопродукции, пропагандирующей насилие и жестокость, порнографию, наркоманию, токсикоманию, антиобщественное поведение.
2. В целях обеспечения здоровья, физической, интеллектуальной, нравственной, психической безопасности детей федеральным законом, законами субъектов РФ устанавливаются нормы распространения печатной продукции, аудио- и видеопродукции, иной продукции, не рекомендуемой ребенку для пользования в соответствии с пунктом 1 настоящей статьи до достижения им возраста 18 лет.
3. В целях обеспечения безопасности жизни, охраны здоровья, нравственности ребёнка, защиты его от негативных воздействий в порядке, определенном уполномоченным Правительством РФ, Федеральным органом исполнительной власти, проводится экспертиза (социальная, психологическая,

педагогическая, санитарная) настольных, компьютерных и иных игр, игрушек и игровых сооружений для детей.

Комментарии к статье 14 настоящего Федерального закона

Статья 14.1 Меры по содействию физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей.

1. В целях содействия физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей и формированию у них навыков здорового образа жизни органы государственной власти Российской Федерации, органы местного самоуправления в соответствии с их компетенцией создают благоприятные условия для осуществления деятельности физкультурно-спортивных организаций, организаций культуры, организаций, образующих социальную инфраструктуру для детей (включая места для их доступа к сети «Интернет»).
2. Родители (лица, их заменяющие) обязаны заботиться о здоровье, физическом, психическом, духовном и нравственном развитии своих детей. Лица, осуществляющие мероприятия по образованию, воспитанию, развитию, охране здоровья, социальной защите и социальному обслуживанию детей, содействию их социальной адаптации, социальной реабилитации и подобные мероприятия с участием детей (далее – лица, осуществляющие мероприятия с участием детей), в пределах их полномочий способствуют физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей.