

ным ценностям, нравственным принципам, моральным и этическим нормам. Кроме того, по мнению студентов, необходимо уделять внимание: проблемам неблагополучных семей, сохранению полных семей, помощи больным детям и детям-сиротам, помощи бездомным, заботе о пенсионерах и материальному обеспечению старости. Респонденты отмечают, что значительную роль играет распространение рекламы о культуре общения, об уважительном отношении к другим людям. Необходимо уделять внимание проблеме охраны природы и животных. А также студенты считают, что необходима реклама, посвященная предупреждению преступности.

Далее студентам были продемонстрированы примеры социальной рекламы. Респондентам необходимо было высказать, какие эмоции вызывают у них предложенные варианты социальной рекламы.

Реклама о вреде алкоголя, курения и наркомании у 70% респондентов вызывает такие негативные эмоции, как отвращение, тревога, беспокойство, страх за будущее, за будущих детей и нацию в целом. Данная реклама наталкивает на мысль об «уничтожении человеком самого себя» и вызывает «желание бросить курить».

Реклама о терроризме у 51% опрошенных вызывает чувство страха, тревогу, беспокойство, сострадание и скорбь. 11% отмечают то, что нужно быть бдительными и осторожными с подозрительными предметами и незнакомыми людьми. Данная реклама вызывает «боязнь оказаться не в том месте». «Норд-ост... щемит сердце».

Реклама о соблюдении правил дорожного движения у 63% опрошенных вызывает волнение, беспокойство, тревогу, страх. Такая реклама заставляет задуматься. Студенты высказались о необходимости соблюдать правила дорожного движения: «Если хочешь жить – соблюдай!».

Реклама о семейных отношениях у 79% респондентов вызывает положительные эмоции, нежность, умиление, улыбку, радость, теплоту. Данная реклама наводит на мысли о создании собственной семьи, создании домашнего уюта.

Реклама о проблемах пенсионеров у 60% опрошенных вызывает жалость, сочувствие, сострадание, тоску, грусть, страх за родителей. У 9% респондентов такая реклама вызывает недовольство государственной политикой, возмущение и негодование от сложившейся ситуации. Студенты осознают, что пенсионеры нуждаются в помощи и понимании, и выражают готовность помогать

им. Студенты подчеркивают, что пожилых людей надо уважать, «они должны жить достойно».

Реклама об охране окружающей среды у 25% респондентов вызывает беспокойство, страх перед будущим, жалость к животным, недовольство сложившейся ситуацией, чувство ответственности за сохранность природы. Студенты отмечают, что реклама об охране окружающей среды является одной из самых нужных и важных. «Если каждый человек задумается об этом, то в мире будет чисто». Данная реклама приводит к мысли: «Во что мы превращаем свою планету». У 21% студентов реклама вызывает желание помочь, заботиться о природе и животных. «Сохранить природу сложно, но возможно».

В заключение хотелось бы привести ответы студентов на вопрос: «Как Вы думаете, должно ли в средствах массовой информации быть больше социальной рекламы?». 79% респондентов полагают, что должно, поскольку социальная реклама помогает осознать проблемы общества и задуматься над ними, стимулирует людей к доброжелательности и взаимопомощи, оказывает влияние на людей, прививает ценности и изменяет поведение, формирует «правильное отношение к жизни, бережное – к природе и живым существам», направлена на то, чтобы «сделать мир лучше».

Н.С. Дягилева, И.В. Воробьева
г. Екатеринбург, РГППУ

Исследование отношения молодежи к феномену «Интернет-зависимости»

Компьютерные технологии, Интернет признаны в качестве значимого потенциала развития общества и отдельного человека. При этом наибольшее внимание общества вызывают негативные аспекты применения информационных технологий, в особенности детьми и подростками. Феномен «зависимости от Интернета», или «Интернет-аддикции» интенсивно обсуждается в настоящее время. Он часто именуется заболеванием или синдромом.

Понятие Интернет-зависимости впервые появилось в начале 1990-х г. для описания непреодолимой тяги к работе в Сети. Исследования показывают, что Интернет-зависимостью страдают примерно 5-10% пользователей Интернета. 25% пользователей приобрели зависимость в течение полугода после

начала работы в Интернете, 58% - в течение второго полугодия, 17% - по прошествии года*.

К основным аспектам применения Интернета детьми и подростками следует отнести увлеченность групповыми ролевыми играми и коммуникативную деятельность в Интернете.

Интернет-аддикция признается негативным направлением трансформации личности. Сначала человек на время «уходит» в виртуальность, чтобы снять стресс, отвлечься от проблем и т.д. А потом происходит наоборот: человек на время «выходит» из виртуальности в реальный мир, чтобы удовлетворить физиологические потребности. Потребность в игре в компьютерные игры или в Интернет-общении сдвигается на нижний уровень пирамиды потребностей. Интернет превращается в средство компенсации жизненных проблем, личность начинает реализовываться в виртуальном мире, а не в реальном. Нахождение в Интернете способно целиком затягивать человека, не оставляя ему ни времени, ни сил на другие виды деятельности.

С целью определения мнения молодежи о феномене «Интернет-аддикции» и отношения к нему авторами данной работы было проведено исследование, в котором приняли участие 28 студентов в возрасте 19-20 лет. Студентам было предложено разработать социальную рекламу, посвященную опасности зависимости от Интернета.

Обратимся к анализу слоганов, составленных студентами. Необходимо отметить, что студенты проводят различие между видами Интернет-зависимости. Слоганы посвящены игровой зависимости («В жизни есть столько интересного. Игра не может заменить жизнь»), зависимости от Интернет-коммуникации («Живое общение лучше!», «Электронные друзья? А как же те, кто рядом? ☺»), зависимость от поиска информации в Интернете («Берешь информацию? Не оставляй там душу»).

Многие слоганы посвящены жизни: «В жизни больше интересного!», «А всё-таки реальная реальность красочнее!», «Твоя жизнь не ограничена компьютером», «А жизнь за окном проходит мимо. Компьютер не заменит тебе друзей, семью и чувство реального счастья!».

Несколько слоганов описывают настоящую реальность в противовес виртуальной: «Живи настоящим. Настоящее общение, настоящие ощущения, настоящий успех, настоящая жизнь», «Выйди на улицу. Видишь солнце? Оно живое, настоящее!»

* Журенков К. Интернетикус заразный. Психология зависимости: Хрестоматия. Мн.: Харвест, 2005. С. 138.

Это мы, люди, вокруг тебя. Привет! С возвращением!» Многие слоганы предлагают сделать выбор между реальной и виртуальной жизнью: «Сделай свой выбор», «Выбери себе жизнь!».

Некоторые слоганы говорят о времени, проведенном в Интернете, как о бесполезно потраченном времени: «Любишь Интернет? А Интернет любит твоё время», «Не убивай своё время!».

Некоторые слоганы выглядят как предостережение («Товарищ! Будь осторожен! Игра – это зло!»), некоторые – как совет («Меньше сиди в Интернете, здоровее будут дети»). Несколько слоганов звучат как лозунги («ИнтерНЕТ зависимости!», «Ре@л – это круто!»). Несколько слоганов имеют стихотворную форму («Брось Интернет: в нем много бед», «Не меняй на Интернет из окна идущий свет», «В Интернете не сиди. Ты на улицу взгляни. Оцени реальность жизни. Своей свободой дорожи»).

Далее рассмотрим рисунки студентов. 13 человек (46%) изобразили компьютер, 6 человек (21%) нарисовали пользователя, сидящего за компьютером. В рисунках 2-х человек (7%) встречаются перечеркнутый компьютер и перечеркнутый знак «е», символизирующий Интернет. 4 студента (14%) изобразили Интернет-зависимого пользователя: 2 студента нарисовали человечков с уставшими, опухшими глазами; 2 студента изобразили Интернет-пользователя в виде робота с монитором вместо головы, системным блоком вместо туловища и проводами вместо рук и ног. Эти рисунки сопровождаются слоганами «Хочешь стать машиной?», «Во что мы превращаемся?».

В рисунках 9 человек (32%) присутствует тема противопоставления нахождения в Интернете реальной жизни. Приведем примеры. В рисунках 2-х студентов настоящую реальную жизнь олицетворяет окно, за которым видны солнце, облака, деревья; рядом с окном изображен компьютер, как символ того, что пока человек «сидит в Интернете», жизнь проходит мимо. 3 студента изобразили рядом с сидящим за компьютером человеком эпизоды реальной жизни: парень с девушкой сидят на скамейке, ребята играют в футбол. Данные рисунки олицетворяют то, что в жизни помимо компьютера есть много интересного, компьютер не заменит друзей и семью, не заменит жизнь. 1 студент контрастно изобразил улыбающегося, жизнерадостного человечка с воздушным шариком в руке и робота, в которого этот человечек может превратиться, если будет злоупотреблять нахождением в Интернете.

Таким образом, исследование показало, что отношение молодежи к злоупотреблению пользой Интернетом весьма негативное. Студенты осознают опасность Интернет-зависимости и имеют представление о потерях в различных сферах жизни, к которым может привести зависимость от Интернета.

О.В. Евдокимова
г. Строитель

Понятие справедливости как социальный аспект развития в подростковом возрасте

Современная социальная психология обратилась к изучению проблемы справедливости относительно недавно, по этому еще нет достаточно связанной картины теоретических положений и неопровержимых эмпирических результатов. Несмотря на это, накопленный теоретический и эмпирический опыт по проблеме позволяет углубиться в изучении понятия справедливости исследуя те или иные возрастные группы, социальные слои населения, проводя кросс – культурные исследования.

Вопрос о справедливости как понятии с недавних пор стал резко актуален. Исследования же связанные с изучением проблемы справедливости в отечественной социальной психологии не многочисленны. Их начало можно условно отнести к появлению работы А.В. Юревича «Критический анализ американских социально-психологических концепций социального обмена». Во второй половине 90-х годов XX — начале XXI веков появились публикации, посвященные анализу роли представлений о справедливости в структуре нравственной регуляции личности таких исследователей как — В.Л. Васильев, А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко, взаимосвязи представлений о справедливости и правового сознания личности М.В. Медведченко, Е.О. Голынчик, духовно-нравственного аспекта справедливости и влияния социально - культурного контекста на формирование представлений о справедливости Л.М. Сосниной, критическому осмыслению зарубежных исследований справедливости В.А. Соснина, Л.М. Сосниной, О.А. Гулевич.

Эти исследования связаны больше с социальным аспектом понятия справедливости, а возрастной аспект, по прежнему, мало изучен, и нуждается в разработке.

Для изучения представлений о справедливости, например у подростков нужно разобраться в специфике данного возраста и уже с этой пози-

ции изучать понимание справедливости в подростковом возрасте.

Подростковый возраст – не просто один из этапов жизни. Многие исследователи, недаром называют его возрастом «второго рождения личности». Здесь многие истоки, начало всей дальнейшей жизни. Возраст этот хрупкий, ранимый, изменчивый [10].

Рассматривая представления о справедливости у подростков можно предположить, что справедливость является, одним из главных понятий которым руководствуется подросток.

Подвергнем анализу «ядро» подросткового возраста — идентичность.

Становление личностной идентичности напрямую связано с формированием социальной идентичности. Сам процесс формирования идентичностей зависит от взаимодействия подростков, но не только взрослые играют большую роль в формировании идентичности в подростковом возрасте. Влияние сверстников на подростков обычно преобладает в таких вопросах, как мода и разговорная речь; вкусы в музыке и развлечениях; взаимоотношения со сверстниками своего и противоположного пола. Влияние же родителей преобладает в оценке общих нравственных и социальных проблем, понимании справедливого мира взрослых.

В обыденном сознании существуют, по крайней мере, два разных представления о сущности справедливости, что было показано в исследовании, проведенном О.А. Гулевич, Е.О. Голынчик, а также в исследовании М.И. Воловиковой и Л.М. Сосниной.

В основе первого из них лежит представление о справедливости как о законе, которому необходимо следовать, правиле, регулирующем поведение человека. Ключевыми понятиями этого представления о справедливости являются «честность», «закон», «равноправие». Второе представление основано на понимании справедливости как милосердия. Его основу составляют «доброта» и «счастье».

Представления о справедливости, по мнению О.А. Гулевич, как о законе, которому необходимо следовать, правиле, регулирующем поведение человека, происходит, в основном, в учебном или социальном контексте, когда подросток непосредственно включен в происходящее, оценивает событие и распределяет вознаграждение и наказание. В то же время актуализация второго представления о справедливости (как о милосердии)