

А.М. Туркмен, докторант кафедры педагогики  
Бакинский государственный университет, Баку (Азербайджан)

*Аннотация.* Исследования показали, что средства массовой информации могут быть мощным средством воздействия на детей и подростков и оказывать глубокое влияние на их физическое и психическое здоровье. На сегодняшний день слишком мало сделано со стороны родителей, практиков здравоохранения, школ, индустрии развлечений, или правительства для защиты подростков от вредного воздействия средств массовой информации и увеличения мощных просоциальных аспектов современных средств массовой информации. Необходимы дополнительные исследования, но существует достаточно данных, чтобы гарантировать беспокойство и необходимость активных действий.

*Ключевые слова:* подростки, психология подростков, СМИ, когнитивное и поведенческое воздействие.

*Введение.* СМИ влияют на жизни молодежи с момента своего возникновения. По мере развития технологий у молодежи появляется еще больше возможностей для использования мультимедийных средств для самовыражения. Сегодняшняя молодежь сталкивается с медиа-средой, которая стремительно меняется: технологии множатся, сливаются и становятся все более интерактивными. Содержание этих сред СМИ становится все более графическим, реалистичным и коммерческим. Страсбургер и Вильсон утверждают, что «молодежь сегодня тратит от одной трети до половины своего времени бодрствования на массовую коммуникацию. Средства массовой информации становятся все более личными; дети уходят в свои спальни, чтобы смотреть телевизор или слушать музыку в одиночестве» (Strasburger & Wilson, (2002, с.8). Важно изучить, какие подростки подвергаются воздействию и в какой форме.

Группа исследователей обнаружила, что «индустрия развлечений часто обвинялась в содействии рискованному поведению подростков через изображение нездоровых видов деятельности. Медиа, изображением рискованных или нездоровых видов поведения, может поощрять или укреплять целесообразность этих видов поведения и их влияние на индивидуальные ценности» (Brown, Jane D. and Pardun, Carol J. 2004). Именно из-за этого многие задаются вопросом, как подростки концептуализируют информацию, воздействию которой они подвергаются.

Подростки подвержены, как никогда раньше, воздействию средств массовой информации. СМИ стали неким родителем, а не вторичным влиянием на развитие молодежи.

Ллойд описал сущность влияния СМИ на развитие идентичности подростков. Он предположил, что, так как средства массовой информации разработали больше видов общения, подростки, чтобы понять себя и других, больше всего используют информацию СМИ. Сюда входит то, какими ценностями они обладают и как они себя ведут. Одним из важных примеров этого является то, какую ценность для них имеет образование. Академическое достижение является лишь одним из многих областей, которые подвержены или, возможно подвержены влиянию СМИ. Телевидение, интернет, журналы, музыка и видео-игры- это все основные факторы влияющие на подростков теми или иными способами (2002).

*Как СМИ влияют на подростков.* СМИ влияют на молодежь не только путем смещения времени, которое они тратят на выполнение домашнего задания или на сон, но и путем воздействия на их убеждения и поведение в целом. Согласно теории социального обучения, дети и подростки учатся, наблюдая и подражая тому, что они видят на экране, особенно, когда такое поведение представляется реалистичным или поощряется (Bandura A.1994).

Теория когнитивного развития утверждает, что детские познавательные способности на различных этапах определяют, как они понимают содержание СМИ.

Например, дети в возрасте до 8 лет, которые еще не в состоянии понять намерение и убеждения, будут более уязвимы к рекламе.

Кроме того, средства массовой информации предоставляют молодежи общие «скрипты», как вести себя в незнакомой ситуации, например в романтических отношениях (Tolman D.L, Kim J.L, Schooler D., Sorsoli C.L.2007).

Некоторые исследователи утверждают, что средства массовой информации, иногда выступая как мощные «самые лучшие друзья», подают рискованное поведение за нормативное поведение (Strasburger VC, Wilson BJ, Jordan AV..2009). «Эффект третьего лица» (хорошо документированное явление в литературе коммуникации) показывает, что подростки и взрослые думают, что все средства массовой информации влияют на всех, кроме них самих или их детей (Paul B, Salwen MB, Dupagne M.2007).

*Средства массовой информации и Я-концепция/идентичность.* Через СМИ подростки рассматривают и образуют образы, которым они могут подражать, всё это работает на определение их Я-концепции и идентичности (Kellner, 1995). Многие теоретики смотрели на подростковый возраст, как на критический период времени, в котором сосредоточено формирование идентичности (Lloyd, 2002). Поэтому подростки в этот период времени используют средства массовой информации больше, чем когда-либо, с целью построения и сохранения идентичности. Что касается эмпирических исследований Я-концепции и идентичности, большой объем работ в этой области были созданы с феминистской точки зрения и фокусируются в основном на женской аудитории и структурном влиянии СМИ. Исследования подтверждают, что СМИ пропагандируют нереальный тип женского телосложения и, следовательно, способствует неудовлетворенности телом и / или беспорядочному приему пищи из-за отрицательной Я-концепции (Sinton and Birch, 2006; Levine and Smolak, 1998).

Дополнительные исследования показали, что люди с избыточным весом или ожирением, вероятно, недостаточно представлены на телевидении по сравнению с их истинным процентом соотношении к населению. Лица обоих полов с избыточным весом или ожирением также с большей вероятностью будут представлены с отрицательными характеристиками и недостатками характера по сравнению с лицами со средним или недостаточным весом (Greenberg et all, 2003). Исследования показывают, что чрезмерный показ по телевидению типов тел с легким весом развивает у девочек-подростков негативный образ тела (Hofschire and Greenberg 2002). Использование СМИ также взаимодействует с развитием идентичности в форме «сложности личности», или с многомерным взглядом на себя (Harrison, 2006).

Увеличение времени просмотра телевидения (более двадцати часов в неделю) в большинстве исследуемых групп привело к снижению идентичности и, таким образом, установило показатель снижения эмоционального здоровья (Harrison? 2006).

Однако медиа может быть использовано зрителями и с положительной стороны в связи с Я-концепцией, например, целенаправленно и конструктивно поддерживать или подтвердить свою социальную, расовую или этническую идентичность. Дэвис и Ганди изучили социальную идентичность как с познавательной, так и утилитарной точки зрения, которая применяется пользователями к большим организациям для оценки и принятия решения о потреблении различных СМИ. По их выводам, люди используют СМИ для формирования того, кем они хотят быть. Эта точка зрения поддерживается также другим исследованием, которое показывает, что существуют большая разница в потреблении СМИ, основанная на расовом и половом различиях (Brown and Pardon, 2004). Ученые также предполагают, что подростки активно выбирают СМИ основываясь на своем индивидуальном или общем жизненном опыте, взаимодействуют с выбранными ими СМИ, чтобы помочь себе лучше развиваться и понимать свою собственную самооценку, а затем применяя эти полученные значения в своей повседневной жизни, как для создания самооценки, так и для самосоциализации (Brown 2002; Arnett 1995).

*СМИ и нездоровое поведение.* Исследования показывают, что, хотя телевидение часто показывает сексуальные ситуации и содержание, оно редко дает информацию о рисках или последствиях такого поведения. Кроме того, просмотр сексуальной активности по телевидению создает у подростка мнение, что этот вид деятельности встречается чаще, чем это происходит на самом деле в действительности (Greenberg and Smith 2002).

Исследования также выявили связь между сексуальными отношениями и поведением и подверженностью сексуальному содержанию в СМИ. Сексуально распушенные отношения и принятие сексуальных стереотипов были связаны с повторными просмотрами сексуально-откровенного содержания СМИ в течение долгого времени (Taylor, 2005; Walsh-Childers & Brown, 1993). Хотя такие исследования не могут выявить, приводит ли подверженность сексуальному содержанию СМИ к распушенным сексуальным отношениям, или же эти лица с распушенными сексуальными отношениями ищут сексуальные СМИ, эти исследования тем не менее показывают связь между распушенными сексуальными отношениями и подверженностью повторным воздействиям сексуальных СМИ. Лица с распушенными половыми отношениями, возможно, смотрят больше СМИ сексуального содержания, чем их сверстники, имеющие более консервативные половые отношения, что приводит к их десенсибилизации к сексуальному содержанию.

Поэтому, люди с распушенными половыми отношениями могут проявить меньше физиологического возбуждения в отношении сексуального содержания СМИ. Обладание распушенными половыми отношениями и подверженность воздействию сексуальных СМИ также связаны с вовлечением в сексуальное поведение (Chia, 2006; Collins, Elliott, Berry, Kanouse, Kunkel, Hunter & Miu, 2004). Одно исследование показало, что сильное отождествление самого себя с ТВ-персонажами в сексуальных ситуациях было связано с развлекательным отношением к сексу и большим личным сексуальным опытом подростков (Ward & Rivadeneyra, 1999). Кроме того, Коллинз и соавт. (2004) обнаружили, что начало полового акта или продвижение в сексуальном опыте было тесно связано с количеством просмотренных сексуальных телевизионных передач. Участники с высоким уровнем воздействия сексуальных СМИ в два раза раньше начали половой акт или продвигались в своем уровне сексуального поведения в течение одного года, чем участники с низким уровнем сексуального воздействия средств массовой информации (Collins et al., 2004).

И наконец, в сравнительном исследовании беременных и небеременных женщин-подростков, беременные

женщины посмотрели телевизор в целом больше и просмотрели более 8 мыльных опер, чем их небеременные сверстники (Soderman, Greenberg, & Linsangan, 1993). Все эти исследования указывают на связь между сексуальным поведением и сексуальным воздействием средств массовой информации. Подобно лицам с распушенными половыми отношениями, лица, вовлеченные в сексуальное поведение, могут быть подвержены большему сексуальному содержанию СМИ и, следовательно, более вероятно, что будут десенсибилизированы. Отдельные лица часто выбирают СМИ, которые отражают их личный опыт (Steele, 1999). Лица с большим сексуальным опытом или распушенными половыми отношениями могут искать сексуальные СМИ, в то время как люди с небольшим личным сексуальным опытом могут быть наиболее уязвимыми в отношении к материалам откровенного полового содержания (Wingood, DiClemente, Harrington, Davies, Hook III, & Oh, 2001). В исследовании молодых девушек и женщин, Браун, Уайт, и Никопулоу (1993) обнаружили, что физическое развитие и сексуальный опыт были связаны с тем, как девушки реагировали на сексуальные СМИ. Те, которые были наименее физически зрелыми и имели наименьший сексуальный контакт с мальчиком, чувствовали себя некомфортно с сексуальным содержанием в СМИ.

Однако, по мере того, как девочки-подростки физически созревали и начинали экспериментировать со своей сексуальностью, они искали сексуальные СМИ (Brown et al., 1993). Таким образом, имеется несколько факторов, которые могут повлиять на то, как люди реагируют к насильственному и сексуальному содержанию СМИ. Десенсибилизация из-за частого воздействия средств массовой информации может влиять на то, как люди реагируют на насильственные и сексуальные СМИ. Из-за очевидного различия в воздействии СМИ по половому признаку, мужчины и женщины могут по-разному реагировать на это.

Наконец, сексуально распушенные отношения и сексуальный опыт также могут быть связаны с десенсибилизацией для мужчин и женщин. Связь между этими переменными и физиологическая реакция индивида на СМИ может помочь объяснить, как сообщения здесь влияют на отдельные лица.

В целом, много работ в этой области поддерживают идею о том, что СМИ структурно навязывают раскованное сексуальное поведение, предоставляя подросткам искаженное представление об обобщенном другом. Исследования показали, что СМИ также увеличивают склонность к другим негативным для здоровья формам поведения. Исследования показали, что курение присутствовало в 74% из более чем 500 просмотренных самых рейтинговых фильмов (Sargent et al., 2005). Это и другие исследования впоследствии подтвердили, что подростки, которые имели более высокую подверженность СМИ, изображающих курение, значительно чаще других сами пробовали курить (Tickel et al 2006; Sargent et al 2005). Аналогичное исследование показывает, что прием алкогольных напитков в фильмах также оказывают умеренное влияние на раннее начало подросткового пьянства (Sargent, 2006).

Подстрекательство подростков сексуальному поведению не является новым явлением или "эпидемией", созданной сегодняшними медиа, как это часто высказывалось. На самом деле, распушенность подростков существовала всегда, хотя в прошлом последствия были более скрытые (Coontz 1992). Поэтому, не представляется логичным вывод о том, что раскованное половое поведение непосредственно и в первую очередь вызваны просмотром сексуальных сценариев СМИ. Кроме того, в примерах курения и употребления алкоголя также причинно-следственные соотношения не равны. Нет никакого способа узнать, почему подростки, посмотревшие фильмы с курением и употреблением алкоголя, попытаются курить и пить в первую очередь.

*СМИ и насилие.* Влияние СМИ на агрессивное поведение было одним из наиболее активно исследуемых областей влияния средств массовой информации на подростков. Тем не менее, так как это не является целью моих планируемых исследований, я буду обсуждать эту тему лишь кратко. Исследования показали реальную связь между количеством просмотров насилия в СМИ и агрессивным поведением (Bushman and Anderson 2001; Johnson et al. 2002; Slater et al. 2003; Huessman et al. 2003). Даже если агрессия фактически не выражена, исследования показали, что минимальное повторное подвержение насилию может вызвать резкую эмоциональную реакцию на фактическое насилие в собственной жизни человека (Schacter, 2008).

Согласно работе Слейтера, в частности, использование насильственных СМИ и агрессивность взаимно усиливают друг друга (насильственное использование СМИ приводит к агрессивности, а агрессивность приводит к использованию материалов СМИ насильственного содержания) и (Slater et al 2003).

Этот эффект создает виртуальную спираль, идущую вниз, в которой один вид поведения приводит к увеличению склонности другого, и т.д. Опять же во многих из этих исследований контрольные переменные, как правило, не применены надлежащим образом, образцы пересекаются между секторами и/или не являются национально репрезентативными, и взаимосвязь снова использована как объяснение причинности.

*Медиа и ценности.* По сравнению с другими ранее обсуждаемыми областями, этому аспекту воздействия СМИ в предшествующих исследованиях было уделено мало внимания. Ближайшая область исследований были Я-концепция и идентичность. Имеющаяся в наличии научная литература поддерживает мысль о том, что «Медиа-культура помогает формировать преобладающие взгляды на мир и общие ценности: она определяет, что считается хорошим или плохим, положительным или отрицательным, моральным или порочным» (Kellner 1995, 1).

Другими словами, СМИ подготавливает подростков к жизни в обществе и помогает определить убеждения о своей самооценке и об окружающем мире (Kellner 1995, 2). Поддерживая это понимание, исследования показали, что ценности, передаваемые по телевидению, находят больше резонанса у тех, кто смотрит большее количество телепередач по сравнению с теми, кто меньше смотрят телевизор (с некоторыми взаимодействиями в зависимости от типа просматриваемых шоу) (Potter, 1990).

Эта работа показывает, как СМИ (представляющие обобщенный образ другого) имеют мощное влияние на развитие личности и на систему ценностей. Кроме того, участие в СМИ можно рассматривать как ритуал и, таким образом, воздействие СМИ усиливается, потому что мы реальным образом «соавторствуем» опыту наших СМИ (Real, 1996).

Дополнительные исследования подтверждают, что сверстники подростка могут посредничать и потенциально усилить воздействие средств массовой информации, таким образом подростки получают как прямые, так и вторичные давления касательно передаваемых СМИ нормами и ценностями (Nathanson, 2001). Однако также было обнаружено, что родители потворствуют потенциально отрицательному влиянию сверстников в подростковом возрасте и, таким образом, предполагаются, также посредничают действию СМИ (Watt 1993).

Таким образом, взаимодействие между зрителем и СМИ и не рассматривается как прямой и неизбежный воздействующий фактор для ценностей. СМИ не имеют прямого влияния на ценности через предлагаемый Франкфуртской школой эффект «подкожной иглы», но вместо этого выполняют роль представления обобщенного другого, и влияют на ценности и поведение косвенно.

Поощряя потребителей СМИ критически осмысли-

вать различные типы информации, полученные через СМИ, мы продвигаем новые пути понимания воздействия, которое средства массовой информации могут иметь на наши индивидуальную и коллективную жизнь. Мы должны развивать образовательные подходы, которые способствуют развитию культурных возможностей, обеспечивая нашу молодежь чувством самостоятельности и поддержки. Для того, чтобы сделать это, мы должны изучить те аспекты окружающей среды, которые формируют ожидания, желания и мотивации, в том числе СМИ.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Aufderhiede, P. (1997). Media literacy: From a report of the national leadership conference on media literacy. In Kubey, R. (Ed.), *Media literacy in the information age* (pp. 79-88). New Brunswick, N.J: Transaction Publishers
2. Bandura A. Social cognitive theory of mass communication. In: Bryant J, Zillmann D, eds. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum; 1994:61-90
3. Bushman, Brad J. and Anderson, Craig A.. 2001. "Media Violence and the American Public: Scientific Facts Versus Media Misinformation." *American Psychologist*, V. 56. No.6/7: 477-489
4. Brown, J. D., White, A. B., & Nikopoulou, L. (1993). Disinterest, intrigue, resistance: Early adolescent girls' use of sexual media content. In B. S. Greenberg, J. D. Brown, & N.L. uerkel-Rothfuss (Eds.), *Media, sex, and the adolescent* (pp. 177-195). Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.
5. Brown, Jane D. 2002. "Mass Media Influences on Sexuality." *Journal of Sex Research*, Vol. 39 Issue 1: 42-46
6. Brown, Jane D. and Pardun, Carol J. 2004. Little in common: Racial and gender differences in adolescents' television diets. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. Vol. 48, Iss. 2: 266-278.
7. Chia, S. C. (2006). How peers mediate media influence on adolescents' sexual attitudes and sexual behavior. *Journal of Communication*, 56, 585-606.
8. Collins, R. L., Elliott, M. N., Berry, S. H., Kanouse, D. E., Kunkel, D., Hunter, S. B., & Miu, A. (2004). Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior. *Pediatrics*, 114, 280-289.
9. Coontz, Stephanie. 1992. *The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia Trap*. New York, NY: Basic Books.
10. Greenberg, Bradley S. and Smith, Sandi W. 2002. "Daytime Talk Shows: Up Close and In Your Face." In *Sexual teens, sexual media: Investigating media's influence on adolescent sexuality*. Brown, Jane D.; Steele, Jeanne R.; Walsh-Childers, Kim. Chapter 4. Mahwah, NJ, US. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
11. Greenberg, Bradley S.; Eastin, Matthew; Hotschire, Linda; Lachtan, Ken; and Brownell, Kelly D. 2003. "Portrayals of overweight and obese individuals on commercial television." *American Journal of Public Health*. Washington: V.93, Iss. 8: 1342
12. Harrison, Kristen. 2006. "Scope of Self: Toward a Model of Television's Effects on Self-Complexity in Adolescence" *Communication Theory*. V. 16 251-279
13. Hofschire, Linda J. and Greenberg, Bradley S. 2002. "Media's impact on adolescents' body dissatisfaction." In: *Sexual teens, sexual media: Investigating media's influence on adolescent sexuality*. Brown, Jane D.; Steele, Jeanne R.; Walsh-Childers, Kim. Chapter 6. Mahwah, NJ, US. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
14. Kellner, Douglas. 1995. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. Routledge: New York.
15. Lloyd, B.T. (2002). A conceptual framework for examining adolescent identity, media influence, and social development. *Review of General Psychology*, 6(1), 73-91.
16. Nathanson, Amy I. 2001. "Parents versus Peers - Exploring the Significance of Peer Mediation of Antisocial



Television.” *Communication Research*. Vol. 28, Iss. 3: 251-274

17. Potter, W. J. 1990. “Adolescents’ perceptions of the primary values of television programming.” *Journalism Quarterly*. 67, 843-851.

18. Real, Michael R. 1996. *Exploring Media Culture: A Guide*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications

19. Sargent, JD; Wills, TA; Stoolmiller, M; Gibson, J; and Gibbons, FX. 2006. “Alcohol use in motion pictures and its relation with early-onset teen drinking.” *Journal of Studies on Alcohol*. V.67 No.1: 54-65

20. Sargent, JD; Beach, ML; Adachi-Mejia, AM; Gibson, JJ; Titus-Ernstoff, LT; Carusi, CP; Swain, SD; Heatherton, TF; and Dalton, MA. 2005. “Exposure to movie smoking: Its relation to smoking initiation among US adolescents.” *Pediatrics*. V.116 No.5: 1183-1191

21. Scharrer, Erica. 2008. “Media Exposure and Sensitivity to Violence in News Reports: Evidence of Desensitization?” *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 85. Iss. 2. p291-310.

22. Sinton, Meghan M. and Birch, Leann L. 2006. “Individual and Sociocultural Influences on Pre- Adolescent Girls’ Appearance Schemas and Body Dissatisfaction.” *Journal of Youth and Adolescence*. Vol. 35, No. 2, April , pp. 165-175.

23. Slater, Michael D.; Henry, Kimberly L.; Swain, Randall C.; and Anderson, Lori L. 2003. “Violent Media Content and Aggressiveness in Adolescents: A Downward Spiral Model.” *Communication Research*. V. 30, No. 6: 713-736.

24. Soderman, S., Greenberg, B. S., & Linsangan, R. (1993). Pregnant and non-pregnant adolescents’ television

and movie experiences. In B. S. Greenberg, J. D. Brown, & N. L. Buerkel-Rothfuss (Eds.), *Media, sex, and the adolescent* (pp. 163-176), Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.

25. Strasburger, V.C., & Wilson, B J. (2002). *Children, Adolescents, and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.

26. Paul B, Salwen MB, Dupagne M. The thirdperson effect: a meta-analysis of the perceptual hypothesis. In: Preiss R, Gayle B, Burrell N, Allen M, Bryant J, eds. *Mass Media Effects Research: Advances Through Meta-analysis*. Mahway, NJ: Lawrence Erlbaum; 2007:81-102

27. Tickle, Jennifer J., Hull, Jay G., Sargent, James D., Dalton, Madeline A., and Heatherton, Todd F. 2006. “A Structural Equation Model of Social Influences and Exposure to Media Smoking on Adolescent Smoking.” *Basic and Applied Psychology*. 28(2), 117-129

28. Taylor, L. D. (2005). Effects of visual and verbal sexual television content and perceived realism on attitudes and beliefs. *Journal of Sex Research*, 42, 130-137.

29. Tolman DL, Kim JL, Schooler D, Sorsoli CL. Rethinking the associations between television viewing and adolescent sexuality development: bringing gender into focus. *J Adolesc Health*. 2007; 40(1):84. e9-84.e16

30. Ward, L. M., & Rivadeneyra, R. (1999). Contributions of entertainment television to adolescents’ sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement. *Journal of Sex Research*, 36, 237-249.

31. Warr, Mark. 1993. “Parents, Peers and Delinquency.” *Social Forces*. 72:1, 247-265

32. Wingood, G. M., DiClemente, R. J., Harrington, K., Davies, S., Hook III, E. W., & Oh, M. K. (2001).

### COGNITIVE AND BEHAVIOURAL EFFECTS OF MEDIA ON ADOLESCENT

© 2013

*A.M. Turkmen*, doctoral student pedagogy  
*Baku State University, Baku (Azerbaijan)*

*Annotation:* Thousands of research studies have revealed that the media can be a powerful teacher of children and adolescents and have a profound impact on their health. To date, too little has been done by parents, health care practitioners, schools, the entertainment industry, or the government to protect adolescents from harmful media effects and to maximize the powerfully prosocial aspects of modern media. More research is needed, but sufficient data exist to warrant both concern and increased action.

*Keywords:* teens, teen psychology, media, cognitive and behavioral effects.

УДК 796.034.2 (57156)

### ЦЕННОСТНЫЕ СИСТЕМЫ ЭТНИЧЕСКИХ ВИДОВ СПОРТА НАРОДОВ КРАЙНЕГО СЕВЕРА

© 2013

*С.Г. Ушканова*, старший преподаватель кафедры спортивных единоборств  
*М.Н. Протодьяконова*, старший преподаватель кафедры легкой атлетики  
*Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Якутск (Россия)*

*Аннотация:* В статье рассматриваются результаты исследований по выявлению базовых ценностей, этнических видов спорта народов Крайнего Севера. Результаты проведенного исследования свидетельствуют, что базовыми ценностями этнических видов спорта народов Крайнего Севера являются социальные, духовные ценности и ценности, связанные с укреплением здоровья в экстремальных условиях Крайнего Севера. Была установлена высокая взаимосвязь между ценностями. В статье показана необходимость учета выявленных ценностей в процессе занятий, этнических видов спорта народов Крайнего Севера.

*Ключевые слова:* этнические виды спорта, народы Крайнего Севера, ценности, спортсмены.

С мегаразвитием техники, компьютеризации, социально-экономической жизни проблема базовых ценностей этнических видов спорта приобретает новое звучание. Данная проблема стала актуальной в теоретическом и практическом ее значении. Изучение в этой связи базовых ценностей этнических видов спорта народов Крайнего Севера приобретает особый смысл. Система этнического физического воспитания подрастающего поколения Крайнего Севера направлена на развитие у них физических, духовных, нравственных качеств, формирующих личность.

Формирование личности ребенка, становление его как члена общества – главный период осмысления ценностей в жизни. Повышенное самосознание народа в

воспитании подрастающего поколения побуждает обратиться к вековым традициям. Традиции и обычаи, сохранившиеся до настоящего времени, передающиеся из поколения в поколение, являются важным источником для воспитания и физического развития подрастающего поколения. Известные педагоги, исследователи прошлого (А.П. Окладников, В.Л. Серошевский, А.Е. Кулаковский, П.А. Слепцов – Ойунский), настоящего (И.С. Портнягин, Н.К. Шамаев, В.П. Кочнев) времени работали для сохранения традиционных методов, средств, приемов физического воспитания. Они подчеркнули и глубоко рассмотрели в своих трудах опыт традиционного этнического воспитания. Формирование своеобразной национальной культуры у народа Севера происходило в условиях их