

УДК 159.922.7:070
ББК Ю952.15+Ю941

ГСНТИ 15.81.21

Код ВАК 19.00.07

Оконечникова Любовь Викторовна,

кандидат психологических наук, доцент, кафедра общей и социальной психологии, Уральский Федеральный Университет им. Б. Н. Ельцина; 620026, г. Екатеринбург, ул. Куйбышева, 48, к.604; e-mail: dokonechnikov@mail.ru.

Томина Надежда Анатольевна,

ассистент, кафедра общей и социальной психологии, Уральский Федеральный Университет им. Б. Н. Ельцина; 620026, г. Екатеринбург, ул. Куйбышева 48 к.604, e-mail: nadtoma@gmail.com.

Чаликова Ольга Сергеевна,

кандидат психологических наук, доцент, кафедра общей и социальной психологии, Уральский Федеральный Университет им. Б. Н. Ельцина; 620026, г. Екатеринбург, ул. Куйбышева, 48, к.604; e-mail: o-chalikova@mail.ru.

**ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ И ФОРМИРОВАНИЕ
ИНФОРМАЦИОННОГО ИММУНИТЕТА В ДЕТСКОМ ВОЗРАСТЕ**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информационный иммунитет, информационная среда, игровая деятельность, медиааналитика, медиапрактика.

АННОТАЦИЯ. Данная статья посвящена анализу наиболее известных медиацентрированных и человекоцентрированных теорий массовых коммуникаций, по-разному интерпретирующих влияние информационной среды на развитие личности. Особое место в статье занимают идеи медиапсихологии, ставящие проблему информационной безопасности. Отмечается, что создание безопасной информационной среды можно осуществлять на общественном (социальном) уровне. К этому уровню относят усовершенствование комплекса правовой защиты информационной безопасности детей, создание лабораторий по исследованию медиасреды с целью проведения экспертиз информационной продукции, привлечение общественности и формирование ответственности работников массовой коммуникации. На внутреннем (личностном) уровне необходимо формировать информационный иммунитет. В качестве направлений формирования такого иммунитета выделяется медиааналитика (умение понимать и анализировать медиапродукцию) и медиапрактика (умение делать свою медиапродукцию).

Okonechnikova Lyubov' Viktorovna,

Candidate of Psychology, Associate Professor, Department of General and Social Psychology, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.

Tomina Nadezhda Anatol'evna,

Assistant Lecturer, Department of General and Social Psychology, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.

Chalikova Ol'ga Sergeevna,

Candidate of Psychology, Associate Professor, Department of General and Social Psychology, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.

**THE INFLUENCE OF THE INFORMATION ENVIRONMENT
AND THE INFORMATION OF THE IMMUNE SYSTEM OF CHILDREN**

KEYWORDS: immunity from information, information environment, play activit, media analysis, media-practice.

ABSTRACT. This article analyzes the most well-known media-centered and person-centered theories of mass communication that interpret the impact of information environment on personality development differently. Special attention is paid to the idea of metapsychology, which puts forward the problem of information security. It is noted that the creation of a secure information environment can be carried out on the public (social) level. This level would include the improvement of legal protection of information security of children, the establishment of laboratories for the study of the media environment with the aim of examination of information products, involvement of the public and responsibility of the staff of mass communication sphere. On internal (personal level) it is necessary to form an informational immunity. The means of formation of such immunity are media analysis (the ability to understand and analyze media products) and media-practice (the ability to make one's own media products).

Известно, что развитие новых информационных технологий меняет наших детей. В этом много позитивного и рискованного: ранняя социализация, с одной стороны, и низкий уровень развития игровой деятельности, а в результате – отсутствие опоры для формирования учебной деятельности, нарушения эмоциональной сферы, проявляющиеся в гиперактивности, агрессивности и тревожности, с другой стороны.

Данное противоречие становится очевидным для специалистов, работающих в области детской и педагогической психологии.

Детские психологи становятся все менее ориентированными на интеллектуальные трудности детства, увязывая основные проблемы развития и обучения детей с социальными проблемами.

Педагоги и воспитатели обращаются с проблемами немотивированной агрессии,

страхов фантомных героев, гипертрофированного интереса к вопросам пола [11]. Действительно, стремительно меняется психологическое окружение ребенка, и особую роль здесь играют средства массовой коммуникации. Массовая коммуникация, являясь, по мнению социологов, таким же социальным институтом, как семья, школа [1], способна действительно конкурировать с ними по силе воздействия. Детское спонтанное общение заменяют ролевые компьютерные игры, сюжетно-ролевая игра становится примитивной, так как ребенок в ней к 7 годам способен лишь имитировать примитивные действия героев мультфильмов и компьютерных игр [10; 11].

Заявленная нами тема является прикладным исследованием классической проблемы: влияние массовой коммуникации на развитие личности, в частности на развитие личности ребенка. Эта проблема имеет свою историю. Можно выделить несколько теорий массовой коммуникации, которые по-разному интерпретировали процесс влияния массовой коммуникации на личность человека.

Это комплекс медиационных теорий, ставящих во главу угла доминирующее влияние массовой коммуникации на человека.

К ним можно отнести теорию социального научения, которая возникла в недрах бихевиористской психологии. С точки зрения представителей этой теории, люди усваивают модели поведения, глядя, как окружающие ведут себя, а затем имитируя их действия. К примеру, невыдержанное поведение какого-то человека может быть подкреплено, если оно производит впечатление на других людей, а также, если оно доставляет удовольствие этому человеку или приносит ему определенную выгоду. Теория социального научения первоначально разрабатывалась в контексте исследований влияния на поведение демонстрируемых телевидением примеров проявления насилия, сексуального, просоциального или покупательского поведения [14].

К медиационным теориям относят и теорию культивирования. Центральным ее вопросом является вопрос о том, как многократное воздействие массовой коммуникации на протяжении продолжительного времени постепенно меняет наше представление о мире. Зрители узнают «факты» о реальном мире, наблюдая мир, созданный на телеэкране. Остатки, остающиеся в памяти после просмотра телепередач, сохраняются, затем на основании этой сохраненной информации мы формируем свои представления о реальном мире [17].

В исследованиях культивирования обычно сравнивают между собой «заядлых» и «незаядлых» зрителей. Как правило, исследователи обнаруживают, что мир в представлении «заядлых» зрителей больше напоминает мир, преподносимый нам телевидением.

Разновидностью теории культивирования считают теорию социализации. Авторы теории утверждают, что в век телевидения дети социализируются и начинают исполнять взрослые роли намного раньше, чем это было несколько столетий назад. Влияние массовой коммуникации на детей наиболее велико тогда, когда содержание передачи воспринимается ими как реалистичное, из-за неспособности логично и критично мыслить во время просмотра [16].

В противовес медиационным теориям возникли человекоцентрированные теории, которые отстаивали активную роль личности в восприятии массовой коммуникации.

К ним относится когнитивная (конструктивистская) теория. Важным ее принципом является утверждение о том, что люди не просто кодируют и затем воспроизводят информацию, представленную массовой коммуникацией, а обрабатывают ее, согласуют с ранее сформированными схемами и, таким образом, критически подходят к ее оценке [18].

Еще одна человекоцентрированная теория – это теория использования и удовлетворения. Согласно этой теории характер воздействия СМИ частично зависит от того, как человек ее использует и какое удовлетворение он от них получает [15].

Прямопротивоположные теории влияния массовой коммуникации на личность демонстрируют неразрешимое в рамках традиционной парадигмы противоречие и необходимость разработки новой науки, предполагающей иной подход. Такой наукой, по мнению Е. Е. Прониной, является медиапсихология, которую она определяет «как науку о формах осуществления неформальных психических процессах в пространстве массовой коммуникации... Переход к реальным фактам, очищение их от медиавирусов с целью их идентификации для коллективной психики, прозрачности и психологической безопасности – основная задача медиапсихологии» [7, с. 113].

В связи с этим проблема последствий влияния массовой коммуникации на личность ребенка становится наиболее актуальной. Какой же из вышеперечисленных групп теорий стоит придерживаться, как можно использовать положения современного направления – медиапсихологии, и как сделать информационное поле психологически безопасным для современного ребенка?

Когда речь идет о психологической безопасности медиапродукции, то необходимо различать аудиторию, которая заинтересована в демонстрации данного продукта, целевую аудиторию, на которую целенаправленно воздействует данный медиапродукт, и аудиторию, для которой данный медиапродукт является опасным с психологической точки зрения и недопустимым. Эксперты-психологи Е. Е. Пронина, В. В. Абраменкова и В. И. Слобочиков отмечают, что существуют два разных критерия в определении целевой аудитории: с позиции интересов и целей производителя продукции (включая коммерческие, политические и прочие интересы) и с точки зрения психологической безопасности продукции для разных категорий [6].

К сожалению, в последнее время анализ современного информационного поля показывает, что критерии разграничения этих аудиторий не учитываются, а информационное поле несет все больше опасности, особенно для личности ребенка.

Еще Р. Харрис отмечал, что американские школьники к окончанию начальной школы просматривали по 8 тысяч убийств и сто тысяч сцен насилия [16]. По результатам А. И. Подольского и Т. А. Карабановой большинство детей 7–8 лет смотрит передачи и мультфильмы, предназначенные для взрослых, такие как «Слабое звено», «Дом–2» [5]. В. В. Сорокина, анализируя современные детские игрушки как форму массовой коммуникации, отмечает что они «навязывают вкус к деструктивной деморальной антиэстетике» [11, с. 715]. С. Н. Ениколопов, исследуя влияние сцен насилия в массовой коммуникации на развитие личности, прежде всего, младших подростков, отмечает легитимизацию насилия, формирование сомнительных ценностей, засилье сексуальной откровенности [3]. А. Е. Войскунский говорит о необходимости выявить условия безопасности деятельности личности в Интернете [2].

Данная ситуация, описанная многими психологами, педагогами, социологами привела к необходимости выделения условий создания безопасной информационной среды.

К таким условиям на общественном (социальном) уровне можно отнести следующие:

– усовершенствование комплекса правовой защиты информационной безопасности детей, который бы включал нормативно-правовую и организационно-техническую базу. К ней стоит отнести более детализированную разработку классификации информационной продукции для присвоения возрастной категории; разработку и применение пиктограмм для характеристики содержания медиапродукции; решение

вопроса об ответственности родителей за предоставление своим детям доступа к средствам массовой информации, не соответствующим возрасту детей; поиск новых путей защиты детей от контента, который оказывает вредное воздействие на их развитие; проверку продуктов масс-медиа по мере поступления жалоб от потребителей информационной продукции на соответствие возрастным ограничениям; законодательное установление дневного времени, в течение которого нельзя транслировать медиапродукцию, оказывающую вредное воздействие на детей, а также правовые основы экспертизы информационной продукции [4].

– создание лабораторий по исследованию медиасреды с целью проведения экспертиз информационной продукции. К таким лабораториям можно отнести Лабораторию игры и игрушки при Московском городском психолого-педагогическом университете, которая занимается психолого-педагогической экспертизой игр, игрушек и игровых материалов для детей. В Центре разработана научно-обоснованная концепция и методика психолого-педагогической экспертизы разных видов игрушек и игровых материалов. В процессе данной экспертизы оценивается развивающий потенциал игрушек, их пригодность для разных видов детской игры, возрастная адресованность игрушек, а также этические и эстетические качества. Игрушки, получившие высокие оценки, удостоиваются Знака качества «Детские психологи рекомендуют» и подтверждающего сертификата. В настоящее время специалистами центра ведется работа по созданию методики экспертизы детских книг, иллюстраций к книгам, мультфильмов для детей, компьютерных игр [10].

– привлечение общественности. К такому опыту можно отнести опыт работы Лаборатории игры и игрушки при МГППУ. Специалистами Центра подписана международная Декларация в защиту детской игры. Согласно Декларации, одна из задач общественности – привлечение внимания общественности к развивающим игрушкам с целью популяризации их в средствах массовой информации [13].

– формирование ответственности работников массовой коммуникации. Об этом, прежде всего, говорит в своих исследованиях Е. Е. Пронина, анализируя творческую деятельность будущих журналистов и рассматривая личность профессионального журналиста как меру адекватности массовой коммуникации и первый фильтр социальной ответственности [8].

С информационной средой тесно связано понятие информационного иммунитета.

Под информационным иммунитетом мы будем понимать способность личности отражать негативное влияние информационной среды, выражающуюся в умении выявлять информационные угрозы и определять степень их опасности и противостоять им [12].

Если работа по безопасности информационной среды осуществляется на социальном (общественном уровне), то формирование информационного иммунитета проводится на внутреннем (личностном уровне).

Такое формирование, на наш взгляд, должно осуществляться в двух направлениях:

- медиааналитика (учим понимать медиапродукцию, ее анализировать);
- медиапрактика (самим учить делать свою медиапродукцию).

При исследовании информационной среды детей дошкольного и младшего школьного возраста на примере мультфильмов, игрушек, ролевых компьютерных игр и костюмов, а также формировании информационного иммунитета на индивидуальном (внутреннем уровне) в качестве методологических принципов мы будем опираться на культурно-историческую теорию Л. С. Выготского, теорию развития детской личности Д. Б. Эльконина, медиацентрированные и человекоцентрированные теории зарубежных авторов А. Bandura, D. Ross, J. Blumler, E. Katz, R. Harris, M. Morgan, N. Signorielli, P. Thorndyke [14; 15; 16; 17; 18], а также идеи развития медиапсихологии Е. Е. Прониной [7].

ЛИТЕРАТУРА

1. Варганова Е. Л. От человека социального – к человеку медийному // От книги до Интернета. М. : Медиа Мир, 2009.
2. Войскунский А. Е. Информационная безопасность: психологические аспекты // Национальный психологический журнал. 2010. № 1 (3). С. 48–53.
3. Ениколопов С. Н. Насилие и массовая коммуникация // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М. : МГУ им. М. В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 555-575. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf> (дата обращения 25.09. 2016).
4. Ефимова Л. Л. Зарубежный опыт экспертизы информационной пролукии в целях возрастной классификации // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М. : МГУ им. М. В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. с. 658-701. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf> (дата обращения 25.09. 2016).
5. Подольский А. И., Карабанова Т. А. Психологические особенности восприятия детьми телевизионных передач // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. М., 2002.
6. Пронина Е. Е., Абраменкова В. В., Слободчиков В. И. Заключение медиапсихологической экспертизы «Дом-2». 2009. URL: <http://www.oovvrs.ru> (дата обращения 29.09. 2016).
7. Пронина Е. Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М. : МГУ им. М. В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. с. 105-151. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf> (дата обращения 2.09. 2016).
8. Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества 2-е издание. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2003.
9. Смирнова Е. О. «Традиционная игра стремительно вытесняется из жизни детей». URL: <http://toys.segment.ru/review/tochkazrenia/elena> (дата обращения 2.09. 2016).
10. Смирнова Е. О., Рябкова И. А. Психологические особенности игровой деятельности современных дошкольников // Вопросы психологии. 2013. № 2. С. 15–24.
11. Сорокина В. В. Детские игры и игрушки как форма массовой коммуникации // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М. : МГУ им. М. В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. с. 704-701. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://рпо.рф/library/pdf/person.pdf> (дата обращения 2.09. 2016).
12. Тулохонова М. П. Возможности интерактивных технологий обучения в развитии информационного иммунитета школьников // Вестник Бурятского государственного университета. 2010. № 15. С. 111–114.
13. Усольцева И. В. Ценности и цели игры в оценке воспитателей детского сада // Образование и наука. 2015. № 8. С. 140–162. URL: <http://dx.doi.org/10.17853/1994-5639-2015-8-140-162> (дата обращения 2.09. 2016).

В качестве диагностического инструментария мы планируем использовать с детьми:

- для определения уровня, содержания игры и ролевых предпочтений методику наблюдения за игровой деятельностью детей Е. О. Смирновой, И. А. Рябковой;

- для определения уровня критичности в восприятии продукции массмедиа модифицированную нами методику «Понимание смысла сюжета»;

- для выявления личностных особенностей детей проективную рисуночную методику «Несуществующее животное»;

- для изучения влияния медиасреды на личностные особенности ребенка проективную методику Е. В. Сорокиной «Когда игрушки оживают»;

- для повышения уровня информационного иммунитета метод формирующего эксперимента, включающий два направления: медиааналитику и медиапрактику.

С педагогами, родителями и психологами для выявления степени опасности медиапродукции будет использован разработанный нами метод экспертных оценок «Критерии безопасности медиапродукции».

Полученные результаты могут использоваться в работе дошкольных учреждений, начальной школе, психолого-педагогических центрах для профилактики информационного насилия, а также на психологических факультетах и факультетах журналистики, где учебные планы предполагают курсы по медиапсихологии.

14. Bandura A., Ross D. & Ross S. A. Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1961. P. 575–582.
15. Blumler J. G. & Katz E. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills: Sage. Blumler, J. G., McLeod, J. M., & Rosengren, K. E. (Eds.). *Comparatively speaking: Communication and culture across space and time*. Newbury Park, CA: Sage. 1992.
16. Harris R. J. Inferences in information processing. In: G. H. Bower. *The psychology of learning and motivation* 1981. Vol. 15. P. 82–128. New York: Academic Press.
17. Morgan M. & Signorielli N. Cultivation analysis: Conceptualization and methodology. In: N. Signorielli & M. Morgan *Cultivation analysis: New directions in media effects research*. 1990. P. 13–34. Newbury Park, CA: Sage.
18. Thorndyke P. W. Applications of schema theory in cognitive research. In: J. R. Anderson & S. M. Kosslyn *Tutorials in learning and memory*. 1984. P. 167–192.

L I T E R A T U R A

1. Vartanova E. L. *Ot cheloveka sotsial'nogo – k cheloveku mediynomu // Ot knigi do Interneta*. M. : Media Mir, 2009.
2. Voyskunskiy A. E. *Informatsionnaya bezopasnost': psikhologicheskie aspekty // Natsional'nyy psikhologicheskii zhurnal*. 2010. № 1 (3). S. 48–53.
3. Enikolopov S. N. *Nasilie i massovaya kommunikatsiya // Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt mediapsikhologii*. M. : MGU im. M. V. Lomonosova / In-t cheloveka; Izd-vo Mosk. un-ta, 2011. S. 555–575. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://rpo.rf/library/pdf/person.pdf> (data obrashcheniya 25.09. 2016).
4. Efimova L. L. *Zarubezhnyy opyt ekspertizy informatsionnoy produktsii v tselyakh vozrastnoy klassifikatsii // Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt mediapsikhologii*. M. : MGU im. M. V. Lomonosova / In-t cheloveka; Izd-vo Mosk. un-ta, 2011. s. 658-701. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://rpo.rf/library/pdf/person.pdf> (data obrashcheniya 25.09. 2016).
5. Podol'skiy A. I., Karabanova T. A. *Psikhologicheskie osobennosti vospriyatiya det'mi televizionnykh peredach // Informatsionnaya i psikhologicheskaya bezopasnost' v SMI*. M., 2002.
6. Pronina E. E., Abramenkova V. V., Slobodchikov V. I. *Zaklyuchenie mediapsikhologicheskoy ekspertizy «Dom-2»*. 2009. URL: <http://www.oovvrs.ru> (data obrashcheniya 29.09. 2016).
7. Pronina E. E. *Kategorii mediapsikhologii: fakty, fenomeny, fantomy // Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt mediapsikhologii*. M. : MGU im. M. V. Lomonosova / In-t cheloveka; Izd-vo Mosk. un-ta, 2011. s. 105-151. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://rpo.rf/library/pdf/person.pdf> (data obrashcheniya 2.09. 2016).
8. Pronina E. E. *Psikhologiya zhurnalistskogo tvorchestva 2-e izdanie*. M. : Izd-vo Mosk. un-ta, 2003.
9. Smirnova E. O. *«Traditsionnaya igra stremitel'no vytesnyaetsya iz zhizni detey»*. URL: <http://toys.segment.ru/review/tochkazrenia/elena> (data obrashcheniya 2.09. 2016).
10. Smirnova E. O., Ryabkova I. A. *Psikhologicheskie osobennosti igrovoy deyatel'nosti so-vremennykh doskol'nikov // Voprosy psikhologii*. 2013. № 2. S. 15–24.
11. Sorokina V. V. *Detskie igry i igrushki kak forma massovoy kommunikatsii // Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt mediapsikhologii*. M. : MGU im. M. V. Lomonosova / In-t cheloveka; Izd-vo Mosk. un-ta, 2011. s. 704-701. ISBN 978-5-211-06224-5. URL: <http://rpo.rf/library/pdf/person.pdf> (data obrashcheniya 2.09. 2016).
12. Tulokhonova M. P. *Vozmozhnosti interaktivnykh tekhnologiy obucheniya v razvitii in-formatsionnogo immuniteta shkol'nikov // Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2010. № 15. S. 111–114.
13. Usoltseva I. V. *Tsenosti i tseli igry v otsenke vospitateley detskogo sada // Obrazovanie i nauka*. 2015. № 8. S. 140–162. URL: <http://dx.doi.org/10.17853/1994-5639-2015-8-140-162> (data obrashcheniya 2.09. 2016).
14. Bandura A., Ross D. & Ross S. A. Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1961. P. 575–582.
15. Blumler J. G. & Katz E. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills: Sage. Blumler, J. G., McLeod, J. M., & Rosengren, K. E. (Eds.). *Comparatively speaking: Communication and culture across space and time*. Newbury Park, CA: Sage. 1992.
16. Harris R. J. Inferences in information processing. In: G. H. Bower. *The psychology of learning and motivation* 1981. Vol. 15. P. 82–128. New York: Academic Press.
17. Morgan M. & Signorielli N. Cultivation analysis: Conceptualization and methodology. In: N. Signorielli & M. Morgan *Cultivation analysis: New directions in media effects research*. 1990. P. 13–34. Newbury Park, CA: Sage.
18. Thorndyke P. W. Applications of schema theory in cognitive research. In: J. R. Anderson & S. M. Kosslyn *Tutorials in learning and memory*. 1984. P. 167–192.