

Проблемы психологического обоснования и экспертизы содержания телепрограмм для дошкольников

Маховская О.

Аннотация

Статья посвящена проблемам повышения качества телевизионных программ для детей за счет введения психологических критериев оценки содержания сценариев. Отсутствии кадров и технологий образовательного производства, устойчивая традиция советского телевидения быть дидактичным. В качестве удачного примера психологического обоснования и контроля содержания телепрограмм рассматривается международный образовательный проект "Улица Сезам". Сценарий детской телевизионной программы может стать инструментом формирования сложных социальных понятий о солидарности между детьми из различных социальных групп.

Ключевые слова

Детское телевидение, сценарий, психологическая экспертиза, возрастные особенности, личностные последствия, юмор дошкольников.

Problems of psychological graundation and expertise of children television for preschoolers

Mahovsky O.

Annotation

The article is devoted to problems of raising the quality of television programs for children through the introduction of criteria for assessing the psychological content of scenarios. Lack of manpower and technology education manufacturing, sustainable tradition of Soviet television to be didactic. A good example of psychological study and control the content of TV programs is considered an international educational project "Sesame Street". Scenario children's television programs can be a tool for the development of complex notions of social solidarity between children from different social groups.

Key words

Children's television, television, scenarios, psychological expertise, age differences, effects on personality, humor of preschoolers.

Сведения об авторе

Маховская Ольга, старший научный сотрудник, Институт психологии РАН, г. Москва
e-mail: olyam@inbox.ru

ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ И ЭКСПЕРТИЗЫ СОДЕРЖАНИЯ ТЕЛЕПРОГРАММ ДЛЯ ДОШКОЛЬНИКОВ

Статья посвящена проблемам повышения качества телевизионных программ для детей за счет введения психологических критериев оценки их содержания на стадии написания сценариев. Отсутствие кадров и технологий образовательного производства, устойчивая традиция советского телевидения быть дидактичным мешают развитию новых подходов к интерактивному образованию средствами телевидения. В качестве удачного примера психологического обоснования и контроля содержания телепрограмм рассматривается международный образовательный проект «Улица Сезам», рассчитанный сегодня на детей занятых родителей. Сценарий детской телевизионной программы может стать инструментом формирования сложных социальных понятий, в том числе о солидарности между детьми из различных социальных групп.

Ключевые слова. Детское телевидение, сценарий, психологическая экспертиза, возрастные особенности, личностные последствия, юмор дошкольников.

1. Современное состояние детского телевидения в России

Общие проблемы российского детского телевидения: его быстрое развитие, коммерциализация, установка на развлекательность, отсутствие квалифицированных кадров, технологий производства образовательных программ, а также образовательного и общественного контроля.

С 2004 по 2006 г. под патронатом Министерства образования и науки РФ был проведен семинар экспертов по российскому детству. Стратегическая его цель – создание методов профессионального контроля детского телевидения, наполнение его образовательным содержанием. В задачи семинара входила разработка критери-

ев оценки и контроля содержания образовательных телевизионных программ для дошкольников, которые создаются для новых детских каналов. Острота проблемы состоит в том, что за последние два года было создано несколько каналов, претендующих на название «детский». Их создатели были готовы к массовому производству и не знали, как учитывать возрастные, половые, личностные, социальные характеристики детской аудитории.

Детское телевидение стало таким же глобальным, как и мировая экономика. Японские «Покемоны», «Телепузики» из Великобритании, «Улица Сезам» (американский образовательный проект) знакомы детям десятков стран мира. Например, «Улица Сезам» за 35 лет существования прошла опыт адаптации в 157 странах, включая Россию. Помимо высоких миссий, которые декларируют телекомпании, стоит помнить, что детское телевидение является перспективным бизнесом, местом вложения денег, способом приучить аудиторию к определенному режиму просмотра и формату программ.

В России детское телевидение стало быстро развиваться благодаря тому, что поменялась государственная политика в отношении детства и семьи. Работники телевидения давно понимали, что детская аудитория является наиболее перспективной, но оценивали ее как коммерчески невыгодную в основном из-за закона, запрещающего рекламу во время показа детских программ. Большинство детских каналов стали платными. Но дети не платят сами, они могут влиять на родителей косвенно, однако решающее слово останется все-таки за взрослыми. Наконец, детям нужно показывать персонажей-детей, а работа с маленькими актерами – особое искусство.

Как уже было сказано, в России за последние два года появилось несколько каналов, которые позиционируют себя как детские. Ведущими являются федеральный канал на РТР со звучащим не по-русски названием «Бибигон» и дециметровый канал «Теленяня» (очень меткое указание на заботливо-развлекательный настрой канала: «Чем бы дитя ни тешилось, лишь бы не плакало»). Заявку на детскую специализацию сделал «Ник» (MTV-Россия). К детским каналам относят патриотическую «Звезду», просветительский «Школьник» и даже канал «2x2» для кидалтов, взрослых детей (от англ. *kids* – дети и *adults* – взрослые). Только за последний год появилось несколько новых дециметровых каналов в расчете в том числе и на детскую аудиторию, например «Семья», «Детский мир», «Детский», «Спас-ТВ». Мне пришлось выступать в качестве эксперта, консультанта, комментатора некоторых детских проектов. Это позволяет говорить о тенденциях современного детского телевидения компетентно.

2. Ключевые вопросы качества детского телевидения

Отсутствие кадров и технологий образовательного производства, устойчивая традиция советского телевидения быть дидактичным мешают развиваться современному российскому телевидению. Освоение опыта западного телевидения происходит с трудом, часто поверхностно, носит имитационный характер, что и не может быть по-другому без знания внутренней техно-

логии производства программ. Если психологи и педагоги и привлекаются в детские передачи, то только на последних этапах, когда экспертная оценка уже не может повлиять на содержание и качество программы, например для уточнения деталей или работы в кадре в качестве гостей.

Есть вопросы, на которые должно отвечать как качественное детское телевидение, так и качественное воспитание:

- Понятно ли ребенку то, что он видит и слышит?
- Не унижает ли его юмор и высказывания героев?
- Отвечает ли информация запросам самого ребенка? Говорим ли мы о том, что действительно волнует ребенка?
- Учитываем ли мы особенности возраста детской аудитории, понимая, что между малышом 2 лет и 10-летним подростком большая разница в познавательном и личностном развитии?

- Не слишком ли агрессивны ситуации и сюжеты, с которыми сталкиваются дети?
- Сообщаем ли мы детям что-то действительно новое, полезное и важное или повторяем старые и бесполезные воспитательные клише?

Выход в том, чтобы над телевизионными проектами для детей был организован *психологический и образовательный контроль*. Речь идет не об общественном, а о профессиональном контроле. А это значит, что специалисты по детскому развитию должны присутствовать *на всех этапах телевизионного производства*, начиная с формирования концепции программы и заканчивая предварительным просмотром пилотных выпусков в детских садах для уточнения содержания и формата программ.

Еще одна проблема – *отсутствие кадров*. Опыт детского телевидения советского периода был безупречен в смысле своей беспроблемности. Самыми острыми были мультфильмы «Ну, погоди!», в которых хищник по старинке гонялся за жертвой, а та, что представлялось справедливым, избежала преследований. Такая беспроблемность отражала важнейшую норму отечественного воспитания: «Не говорить правду детям, скрывать от них неприятности и проблемы!», а также соответствовала ханжеству публичной морали, когда напоказ

все проблемы решены или будут решены, а за фасадом – очень жесткие иерархические отношения, борьба формального и неформального авторитетов, поиск и отвержение «чужих» и т.д. Лакировка реальности, «советский гламур» существовали и на взрослом телевидении. Телевидение играло роль отдушины, праздника среди серых будней, но одновременно служило проводником государственной идеологии, инструментов давления со стороны официальных авторитетов. Дидактика сменилась развлекательностью. Но сегодня снова предпринимаются попытки идеологизировать СМИ для детей; пример – создание детского сайта о президенте.

3. Влияние телевидения на развитие детей

Специалисты по детству с тревогой отмечают, что все большее число детей растут (живут, взрослеют, развиваются) перед экранами телевизоров и компьютеров. Последнее поколение получило название «экранного» [3, 6]. Экран стал существенным средовым фактором для детей, которые намного больше времени проводят перед экраном телевизора и компьютера, чем в общении со взрослыми. Вместо лиц они видят экран. Экран становится основным проводником ребенка в мир, диктует законы и предлагает модели поведения детям, у которых еще нет критического отношения к миру. Обучение построено на имитации и прямом копировании того, что они видят перед собой. Как и герои большинства мультфильмов и фильмов, содержащих элементы эксцентрики и преувеличений, наши дети приобретают повышенную возбудимость, синдром гиперактивности, зависимость от внешних факторов, готовность отвлечься от первоначального замысла.

Если «медленное» кино 60–70-х годов прошлого столетия давало возможность вжиться в образ, понять его мотивацию, успеть спросить у взрослых о том, что непонятно, то сегодняшнее быстрое, мелькающее кино втягивает детей в поверхностный экшен, т.е. в действие, смысл и цели которого иногда непонятны.

Одно из последствий такой атаки на детское воображение – *задержка эмоцио-*

нального развития. Дети привыкают воспринимать информацию с экрана «в чистом виде», без переживаний и сопротивления, без эмоций, на которые просто не хватает времени из-за быстрой смены кадров. Они растут холодными и равнодушными – такими, какими сегодня являются телевидение и компьютерный мир. Осовремененному Каю вместо льдинки вживлен «чип равнодушия».

Псевдогуманное направление в педагогике призывает уменьшать усилия детей, не перегружать их. Этот лозунг получил ироничное название «Насилие вместо усилия». Поскольку любая технология направлена на экономию усилия, она противоречит нормальным условиям развития субъекта, который, по определению, должен проявлять активность. В результате нарушается целостность, искажается идентичность личности, не формируется субъектность. Напротив, повышается агрессивность и неустойчивость поведения у детей.

Вчерашние дети имели возможность изучать мир самостоятельно. Они разглядывали жуков на прогулках, гладили кошек и дразнили собак, строили из листьев и палочек домики, придумывали города из желудей и цветных стеклышек. Чтобы развивалось воображение (самое важное приобретение в дошкольном возрасте), нужно, чтобы детям немного не хватало игрушек. У нынешних детей формируется клиповое мышление «экранного поколения»: задержка развития на этапе непроизвольного внимания, образного, конкретного мышления. Экран приучает детей получать все без труда, без волевых усилий. Не дети манипулируют предметами, а предметы детьми [9].

Помимо того что современный ребенок не учится мечтать и фантазировать, он перестал играть в ролевые игры со своими сверстниками [2], что способствует деперсонализации. Размножились и потеряли свою особость персонажи кино. Сказочные герои и предпочтения детей 30 лет назад были понятны. Силы Добра и Зла олицетворялись однозначно, и ролевые игры превращались в игры в «своих» и «чужих». Сегодня дети ориентируются не на поступки героев, а на их внешность. Их занимают не хорошие, добрые герои, кото-

рые совершают достойные поступки, а красивые и «навороченные» («богатые и успешные»). Броские, яркие, экспрессивные, гиперактивные и навязчивые персонажи вытеснили умных, пытливых, скромных, трудолюбивых, смелых спасателей, покровителей, защитников и строителей... С экрана, как и из жизни, исчез целый ряд важных ценностей, которые позволяли оптимистично смотреть в будущее: дружба, взаимопомощь, творчество. Оптимизм вчерашних тружеников сменился неврозом сегодняшнего потребителя. Безудержная радость взрослого телевидения быстро конвертируется в «развлекуху» детских каналов¹.

Телевидение *меняет образ жизни ребенка*. В Италии, согласно опросу, проведенному службой общественного мнения «Демоскопеа», среди подростков в возрасте от 13 до 18 лет 37% зависят от телевизора (большой процент показала лишь зависимость от видеоигр – 49% и компьютера – 44%). А в Великобритании завершилось 30-летнее исследование влияния просмотра телепрограмм на появление избыточного веса. У детей, смотрящих телевизор более двух часов по выходным, риск ожирения резко увеличивается.

Самой изученной темой в разделе «Дети и телевидение», пожалуй, является проблема повышения агрессии и суицидов среди подростков под влиянием увиденных телепрограмм. Исследования показали, что после показа сюжетов о громких самоубийствах или убийствах резко возросло количество насильственных смертей (Phillips, 1983). Имитационные формы восприятия программ преобладают у дошкольников, для которых не характерно произвольное внимание и абстрактное мышление. Все, что дети видят вокруг себя, является поводом для подражания и заимствования. Это намного повышает ответственность производителей детских телепрограмм, потому что главная функция телевидения в эпоху массовых миграций состоит в том, что оно является *основным социализатором* (воспитателем, проводником в мир взрослых). А телевидение се-

¹ См.: Маховская О. Экранное поколение: искаженная картина мира? // Психология. 2008. Май.

годня в основном «не видит» детских проблем и не принимает, не осознает свою определяющую роль в социализации детей, хотя по факту и исполняет ее.

4. Проблемы учета возрастных особенностей детской аудитории в телевизионном производстве

4.1. Возрастные критерии оценки зрительских аудиторий

Первое, с чем столкнулись организаторы нового детского телевидения, – это трудности определения возрастных требований к телепрограммам. Каналы обозначали и продолжают определять границы своей аудитории как от 2 до 14 или от 5 до 12, что не согласуется ни с одной периодизацией детского развития, т.е. научно не обосновано. Никто из руководителей каналов не может четко назвать и обосновать возраст своей аудитории. Возрастные рамки детства размыты не только на экране, но и в жизни. Уровень инфантилизма настолько высок, что для большинства семей нет внутренней проблемы разделения экранного времени: дети смотрят то, что и взрослые, а взрослые не прочь погрузиться в детский мир приключений, фантазий и волшебства. Вопрос о возрастных требованиях и границах телеаудиторий остро обсуждается в связи с проблемой кидалтов (kidalts)² и содержанием канала «2x2». *Одна из точек зрения* состоит в том, что старые подходы к периодизации устарели. Современный зритель инфантилен до поздней зрелости, и это его реакция на необходимость адаптации к быстрым изменениям.

Другая крайняя точка зрения, пожалуй доминирующая в критике современного телевидения, состоит в настойчивом желании бороться с отклонением от вечных психологических и педагогических норм. Причины проблем развития, дезаптации современного зрителя видятся в небреже-

² См.: Елин А. Как стать кидалтом? // Профиль. 2007. № 45 (553); Семенова А. Впали в детство. Почему российские мужчины тратят сотни тысяч рублей на игрушки? // Новые известия. 2008. 18 января; Leake J. Now adulthood starts at 30 // The Sunday Times. 2001. August 1; Herring R. Hey, kidult you're not fooling anyone // The Sunday Times. 2007. July 2.

нии к образовательным и воспитательным традициям. Инфантилизм рассматривается как следствие социальной болезни, а окончание юности обозначается 18–20, максимум 22 годами.

Третья точка зрения состоит в том, что «детство исчезло». Дети так рано начинают осваивать технологический мир, что уже в 6–7 лет бывают информированы не хуже своих родителей. Так называемый эффект индиго, раннего познавательного развития, делает бессмысленным выделение возрастных границ. Мир больше не раскрывается перед детьми постепенно, как это было в эпоху культуры чтения [3]. Агрессивное и внезапное возникновение телевидения в жизни ребенка ставит в сомнительное положение его родителей, провоцируя недоверие к тому, о чем они говорят.

Неопределенность и незнание авторами возрастных критериев сказываются на форме, в которой работники телевидения пытаются преподнести содержание сюжетов детской аудитории.

Некоторые особенности развития дошкольников, о которых забывают, а часто и просто не знают авторы телепрограмм, известны по работам французского психолога Жана Пиаже. В когнитивном развитии ребенок проходит четыре стадии, на каждой из которых у него вырабатываются определенные схемы, психические структуры: сенсомоторная стадия (до 2 лет), дооперациональная стадия (2–7 лет), стадия конкретных операций (7–12 лет), стадия формальных операций (после 12 лет). Пиаже рассматривал схемы более объемно, чем просто последовательность усвоенных навыков манипулирования знаниями о мире. Выделяемые характеристики когнитивного развития содержат знания (представленные на разных уровнях) о самом ребенке в его представлениях о мире.

Для детей дошкольного возраста характерно следующее.

Эгоцентризм: им сложно понять точку зрения другого. Например, дети выбирают подарок другу или родителю, но точно такой, какой им самим нравится (машинку для мамы, пистолетик для бабушки).

Центризм: детям трудно учитывать несколько свойств предмета одновременно (мяч или круглый, или красный).

Необратимость: не могут понять, что действия с предметами могут иметь обратную последовательность и вернуть предмет к исходному положению (можно не только выйти из дома, но и вернуться обратно).

Трудности различения внешней стороны и реальности: в большей мере ориентируются на простые признаки внешности, но могут так и не научиться различать внутренние состояния детей.

Пралогическое мышление: путают причину и следствие, могут воспринимать отношения между предметами и людьми как механические, «непонятно откуда взявшиеся», не могут запомнить происхождение героев.

Антропоморфизм: приписывают человеческие качества нечеловеческим существам (верят, что игрушки могут болеть).

Анимизм: дети приписывают признаки жизни неживым объектам (солнце живое, потому что движется, может появиться, а может исчезнуть).

Основные проблемы в общении с детьми остро переживаются в подростковом возрасте, но закладываются уже в раннем детстве. Дошкольный возраст (5–7 лет) – самый важный для формирования навыков общения. Именно тогда нужно успеть сообщить ребенку *важные сведения о жизни*. Страх родителя перед своими детьми, неловкость и незнание того, как сказать ребенку правду, боязнь потерять свой авторитет, испугать ребенка или, напротив, рассмешить его – самые серьезные препятствия для того, чтобы поговорить с малышом. Тут умное телевидение может стать удачным посредником.

4.2. Особенности формата программ с учетом возраста

В первых образовательных программах, которые появились в 50–60-х годах прошлого века, школьникам просто показывали «говорящие головы» учителей. Телевидение было дополнительным средством образования. На следующем этапе в классы вернули учителей, которые могли продемонстрировать часть знаний на экране, но оставались главными интерпретаторами содержания уроков. Исследования показали высокую эффективность таких уроков. Критики медиаобразования язвительно

отвечали, что пользу приносят не сами по себе телевизионные уроки, а огромные инвестиции в инновационные проекты, в том числе в новые кадры для школ.

Жесткая конкуренция с развлекательным детским телевидением отразилась на форматах образовательных проектов. Они вынуждены использовать развлекательную, игровую форму в изложении важного, иногда остросоциального содержания. Сюжеты для детей могут быть анимационными, документальными, игровыми. Их продолжительность и насыщенность сопоставимы с остросюжетными эпизодами мультфильмов, которые дети привыкли смотреть. Сама программа может включать чередование разноплановых эпизодов в расчете на произвольное внимание детей, а не на их разумное осмысление. Сюжеты сопровождаются музыкой, знания выражаются в стихотворной форме. Юмор стал неотъемлемым элементом образовательного телевидения.

Особое внимание уделялось разработке амплуа персонажей. Они должны были соответствовать зрителям с учетом их возраста. Детскую популяцию стали делить на различные зрительские аудитории. Для дошкольников разрабатывался дизайн кукол с учетом особенностей их восприятия. Маленькие телепузики – персонажи без детализации, схемы, которые отражают особенности восприятия детей 2–4 лет. Они разговаривают отдельными словами и звуками. Интересно, что Американская ассоциация педиатров в 1999 г. огласила свой запрет на показ телепрограмм детям до 2 лет.

Основные характеристики персонажей программы «Улицы Сезам в России» соответствовали возрастным характеристикам зрительской аудитории – Бусинка (девочка 3 лет), Зелибоба (мальчик 4 лет) и Кубик (мальчик 5–6 лет). Образовательные проекты стали включать в команды разработчиков психологов и педагогов, чтобы они отслеживали познавательную эффективность программ в целом, опираясь на системы критериев оценки. Интерактивный процесс взаимодействия ребенка и телевидения известен под аббревиатурой АИМЕ (Amount of Invested Mental Efforts)³.

³ Количество затраченных умственных усилий (англ.).

Помимо того что ребенок воспринимает содержание программы, он оценивает, сколько усилий ему придется потратить на просмотр. Если содержание знакомое, коэффициент АИМЕ снижается, если новое – повышается, а с ним увеличивается и мотивация просмотра телепрограмм. Дети различаются по уровню мотивации и сформированным навыкам просмотра телепрограмм. На практике телепрограммы ориентируются на нижние показатели с целью охватить всю аудиторию. Понимаемая так «демократия» в детском телевидении, на наш взгляд, снижает общий уровень культуры просмотра телепрограмм (медиаграмотности) у детей. Она также противоречит отечественной стратегии образования, нацеленной на поддержку максимально высокого уровня преподавания в расчете на самых способных.

Чем больше у детей социального опыта и опыта оперирования с предметами в реальном мире, тем больше пользы они могут извлечь из просмотра телепрограмм.

4.3. Особенности юмора у дошкольников

Наиболее остро стоит вопрос о юморе. С одной стороны, производители убеждены, что юмор дошкольников не очень отличается от юмора взрослых, что хороший юмор для детей должен быть смешным и для взрослых. С другой стороны, серьезные сценаристы склонны к дидактизму, прямому морализаторству, призывают не заигрывать с детьми. Позиция автора, выработанная в ходе работы в рамках проекта «Улицы Сезам в России», состоит в том, что у дошкольников свой, специфический юмор, обусловленный особенностями и потребностями их развития.

Дети предпочитают визуальный юмор. Они мыслят картинками. Абстрактные понятия, смысловые метафоры, иносказания не для них. Если ребенок и смеется над шутками из КВН или «Комеди Клуб», то, скорее всего, за компанию – детей легко заразить смехом. Все типы комедий, построенные на физических действиях, интересны детям: в таких фильмах полно визуальных эффектов. Несколько примеров: персонажи сталкиваются друг с другом, смешно падают, застревают, спотыкаются

и пр. Маленькие дети любят смешные походы, лица, сам смех или смешные звуковые эффекты. Клоунада – самый любимый детьми тип комедии. В ней используется глупость, абсурдность, трюки, обманы (например, один из героев дурачит другого для достижения своей цели). Маленьким детям, конечно, больше нравятся обманщики и плуты. В разных культурах можно найти свои версии плутовской комедии. В России плуты и обманщики – Колобок, Лиса, Машенька, Иванушка-дурачок.

Детям нравится, когда случается что-то неожиданное, неожиданное, например перевертыш знакомой истории (Волк и Красная Шапочка встречаются, но потом вместе идут к бабушке) или когда происходит что-то удивительное: например, запускают ракету с Незнайкой, а вместо нее отделяется и летит только Незнайка. Им также нравятся очевидные несоответствия: неожиданные костюмы, смешные шляпы и очки, забавные прически и башмаки, а также глупые или преувеличенные черты и элементы: скажем, женщина, которая носит огромное сомбреро! Или ситуации, в которых предметы, люди или животные издают неожиданные звуки (банан звучит как горн, утка гавкает и т.п.).

Маленькие дети любят шутить над взрослыми, особенно если им удастся их проведи. Например, они любят прятаться от взрослого и очень рады, если тот их не заметил. Им нравятся животные с человеческими чертами (например, крыса, которая играет роль доктора, говорящий попугай, собака, приносящая мяч), животное, которое пытается делать то, что противоречит его размеру и способностям (например, муравей тащит большой кусок фурнитуры или слон возится с чем-то маленьким и хрупким). Маленькие дети (как и взрослые) любят смотреть на младенцев по телевизору, как и в реальной жизни. Возможно, наблюдение за младенцами, которые заняты своими обычными делами (едят, учатся ходить, им меняют пеленки), придает малышам силы и уверенности. Они понимают, как многое уже умеют. Маленьких зрителей могут занимать младенцы еще и потому, что у многих из них есть младшие братья и сестры, и они наблюдают за тем, как те растут и развиваются. Дошкольникам нравится, конечно, играть в

мам и пап, заботиться о ребенке в рамках ролевой игры.

Дети не понимают сложной игры слов, но им нравятся смешно звучащие слова и фразы, длинные, глупо звучащие или придуманные слова: «Ачучапуча! Тах-тарабах-жах-вах!». Им нравятся простые рифмы: если небольшое стихотворение содержит рифмующиеся слова, детям это кажется смешным.

5. Социально-психологические функции сценария детской телепрограммы

Все большая занятость и разобщенность традиционных для России социализаторов (родителей, дедушек и бабушек, воспитателей) создают условия для детского одиночества [4, 7, 8, 13]. Телевидение начинает играть роль главного социализатора, вытесняя семью и школу [6]. Общественность обеспокоена негативным влиянием телевидения, но чаще всего даже профессиональная критика не касается сути телевизионного производства. Нет инструментов психологической экспертизы и изменения содержания телевизионных программ [4].

Социализация детей может протекать аномально (как усвоение социально и психологически опасных моделей поведения) и дивергентно (как усвоение социально позитивных моделей, альтернативных традиционным моделям поведения). И в том и в другом случае увеличивается межпоколенческий разрыв⁴.

Все виды модернизации, происходящей в обществе, неизбежно ослабляют традиционные социальные связи, если не муссируются идеи и ценности милосердия, взаимной поддержки, консолидации, солидарности, сотрудничества, заботы о слабых и т.д. [5]. Эти ценности должны учитываться руководителями телеканалов, авторами при разработке новых программ, сценариев, в выборе героев и тем. Исследователи должны быть не внешними экспертами, а участниками ежедневного телевизионного процесса, предлагать со-

⁴ Феномен разрыва поколений анализировался ранее на материале постсоветской эмиграции (см.: *Маховская О.И.* Соблазн эмиграции. М., 2003).

циально значимые сюжеты и осуществлять профессиональный контроль над содержанием выпускаемых программ.

Если телевидение не ограничить психологической экспертизой, оно будет способствовать нарастанию «экзистенциального вакуума» [1, 10, 17]. Чем выше аномия (понятие введено в научный оборот Э. Дюркгеймом для объяснения настроений апатии и разочарования. Дальнейшее развитие концепции аномии связано с именем Р. Мертона. Понятие аномии выражает процесс разрушения базовых элементов культуры, прежде всего этических норм. При резкой смене общественных идеалов и морали определенные социальные группы перестают чувствовать свою причастность к обществу, происходит их отчуждение; новые социальные нормы и ценности, в том числе социально декларируемые образцы поведения, отвергаются членами этих групп, а вместо традиционных средств достижения индивидуальных или общественных целей выдвигаются собственные, в частности противоправные. Аномия, затрагивая при социальных потрясениях все слои населения, особенно сильно действует в отношении молодежи. По определению российских исследователей, аномия – «отсутствие четкой системы социальных норм, разрушение единства культуры, вследствие чего жизненный опыт людей перестает соответствовать идеальным общественным нормам»), тем выше вероятность того, что социализация детей будет проходить аномально.

Следствием ослабления или разрушения традиционных социальных связей между членами общества всех возрастов может быть нарастающий уровень одиночества как у родителей, так и у детей [7, 8]. В качестве методов преодоления одиночества психологи предлагают тренинги социальных навыков, ролевые игры, психодрамы [14, 16, 18], когнитивную терапию, направленную на формирование у одиноких людей представлений о продуктивном общении (Янг, 1989). Отечественные и западные исследователи фиксируют нарастание агрессии у подростков, в том числе под влиянием телевидения [11, 12]. Дошкольники чаще всего не рассматриваются как проблемная аудитория хотя бы потому, что они не являются социально опасными [15].

Однако такие важные новообразования, как эмпатия, навыки сотрудничества, формируются в дошкольном возрасте. Особые группы риска составляют дети, которые растут в изоляции. У них не формируются устойчивые социально положительные связи с одним человеком или группой. В сегодняшней России много проблемных детских сообществ. Около 70% детей воспитываются в семьях, чей достаток ниже допустимого уровня бедности. 12 млн. российских детей живут в неполных семьях. Наиболее очевидный пример социальной, психологической и культурной изоляции – дети-сироты (по официальным данным, около 1 млн, по неофициальным – 5 млн.) и дети-инвалиды (700–800 тыс.). Несмотря на то что деструктивная роль массовых коммуникаций в развитии детей считается почти аксиомой, мы исходим из того, что они могут играть прямо противоположную роль, дополняя систему социализации детей, формировать у них навыки солидарности.

Как и другие артефакты культуры (текст, норма, символы, метафоры и т.д.), сценарии могут быть объектом психологической реконструкции, конструирования и управления.

Выводы

Несмотря на то что за последнее время увеличилось количество детских каналов, ни организаторы, ни производители, ни авторы программ, как правило, не знакомы с особенностями детского восприятия, этапами развития детей. Возрастные и индивидуальные особенности не учитываются при разработке тем сюжетов, форматов, сценариев, персонажей, их лексики. Ни один канал не ставит образовательных задач. На первый план выходят развлекательные сюжеты. И это в то время, когда телевидение становится основным социализатором для детей в современной России, обладает мощным потенциалом формирования социально позитивных навыков. Одной из важных социально-психологических функций сценариев телепрограмм мы считаем формирование установок и навыков солидарности у детей из разных социальных, религиозных, культурных групп.

Рекомендуемая литература

1. Дюркгейм Э. Самоубийство: социологический этюд / Пер. с фр. А.Н. Ильинского. СПб, 1998.

2. Кудрявцев В.Т., Уразалиева Г.К., Кириллов И.Л. Личностный рост ребенка в дошкольном образовании. М.: Макс-Пресс, 2005.

3. Леммиш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. М.: Поколение, 2007.

4. Маховская О.И. О чем говорить с ребенком? М.: АСТ, 2008.

5. Маховская О.И. Телемания: болезнь или страсть? Киев: Вильямс, 2008.

6. Маховская, О., Мирный А. Дети в условиях нарастающего социального расслоения и культурного разнообразия // Прикладная психология. 2006. № 6.

7. Сандлер У., Джонсон Т. От одиночества к аномии // Лабиринты одиночества / Пер. с англ.; Под ред. Н.Е. Покровского. М.: Прогресс, 1989.

8. Слободчиков И.М. Одиночество личности: психологическая природа, феноменология, онтогенез. М.: Скрин-Лайн, 2006.

9. Тхостов А.Ш., Сурнов К.Г. Влияние современных технологий на развитие личности и формирование патологических форм адаптации: обратная сторона социализации // Психологический журнал. 2005. № 6.

10. Франкл В. Человек в поисках смысла: Сб. / Пер. с англ. и нем. М., 1990.

11. Харитонова Е.В. Социально-психологические детерминанты агрессивного поведения: психолого-историческая реконструк-

ция: Дисс. ... канд. психол. наук / ИП РАН. М., 2005.

12. Шэффер Дж. Дети и подростки. Психология развития / Пер. с англ. СПб: Питер, 2004.

13. Лабиринты одиночества / Пер. с англ.; сост., общ. ред. и предисл. Н.Е. Покровского. М.: Прогресс, 1989.

14. Asher S., Renshaw P. Children without friends: Social knowledge and social skill training // The development of children's friendships. N. Y: Cambridge University Press, 1980.

15. Huesmann L., Moise-Titusm J., Podolski Ch., Eron L. Longitudinal Relations Between Children's Exposure to TV Violence and Their Aggressive and Violent Behavior Young Adulthood: 1977-1992 // Development Psychology. 2003. № 2.

16. Keller M., Carlson P. The use of symbolic modeling to promote social skills in children with low levels of social responsiveness // Child Development. 1974. № 45.

17. Merton K. Anomie, anomia and social interaction: Context and deviant behavior. // Anomie and Deviant Behavior: A Discussion and Critique. Ed. M.B. Clinard, Glencoe, Ill. Иллинойс: Free Press, 1964.

18. Oden S., Asher S. Coaching children in social skills for friendship-making // Child Development. 1977. № 48.

О. МАХОВСКАЯ,
старший научный сотрудник,
Институт психологии РАН,
Москва
E-mail: olyam@inbox.ru

