

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗБИРАТЕЛЬНОСТИ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ МЛАДШИМИ ШКОЛЬНИКАМИ

*Излагаются результаты исследования особенностей влияния современных "медиа" на эмоциональную и коммуникативную сферы личности младшего школьника. Рассматриваются психологические особенности избирательности медиапотребления младших школьников.*

**Ключевые слова:** медиасреда, избирательность медиапотребления, эмоциональная и коммуникативная сферы личности младшего школьника.

В связи с актуальностью проблемы нами было проведено исследование особенностей влияния современных "медиа" на основные подструктуры личности, в частности на эмоциональную и коммуникативную сферы и на общую картину избирательности медиапотребления младших школьников

Известно, что люди постоянно сталкиваются со средствами массовой информации, как на пассивном, так и активном уровне. В современной традиции для обозначения и описания технических средств, с помощью которых создается коммуникационное пространство современного общества, используется понятие "средства массовой коммуникации". Оно включает в себя телевидение, радио, прессу, которые на протяжении всего XX столетия выступали основными коммуникационными средствами, с помощью которых профессиональные журналисты создавали и распространяли информацию. Однако появление компьютера, а затем и интернета внесло существенные коррективы в сложившуюся систему массовой коммуникации. Она вышла за пределы своих привычных институциональных образований. Развитие мобильной связи привело к созданию устройств, которые индивид использует как для межличностной коммуникации (телефон), так и массовой (радио). То есть появились технические средства коммуникации, которые не могут быть представлены и концептуализированы в традиционных понятиях "массовая коммуникация" и "средства массовой коммуникации".

Наши исследования показывают, что 86% опрошенных имеют мобильные телефоны, 70% - домашний проигрыватель DVD/VHS, 46% - домашний персональный компьютер, 33% - домашний доступ в интернет, 100% имеют телевидение.

В статье для описания всей совокупности технических коммуникационных средств используется понятие "медиа", которое, на наш взгляд, задает более нейтральный вектор анализа социального функционирования коммуникационных технических средств. В нем отсутствуют многозначные коннотации, связанные с понятием "массовая", что особенно важно в условиях развития электронных средств коммуникации в сторону персонализации. Социальное функционирование коммуникационных технологий образует медиасреду (медиапространство) конкретного общества.

На пассивном уровне человек лишь созерцает, почти без каких-то эмоций окончательные результаты работы "медиа". Активное влияние проявляется в личностных новообразованиях, которые появляются или начинают формироваться в результате этого влияния. С помощью современных технологий информационного влияния многие "медиа" посягают на самостоятельность и уникальность каждого человека, что ведёт к уравниванию всех на уровень схожих эмоций, желаний и представлений. В психологи сознание человека рассматривается как сформированная в процессе общественной жизни высшая форма психического отражения действительности в виде обобщенной и субъективной модели окружающего мира в форме словесных понятий и чувственных образов" [7].

В литературе указывается, что модель обновлённого спектра медиасреды, в которой учтены механизмы возможности нейтрализации, ограничения и контроля проявления негативных последствий влияния медиа на подструктуры подрастающей личности в целом, а также на её поведенческий, когнитивный, аффективный и коммуникативный уровни жизнедеятельности включает в себя:

- механизмы нейтрализации, ограничения и контроля проявления последствий влияния медиа на поведение подрастающей личности;
- механизмы нейтрализации, ограничения и контроля проявления последствий влияния медиа на познавательную сферу сознания подрастающей личности, её уровень, широту, устойчивость и активность;
- механизмы нейтрализации, ограничения и контроля проявления последствий влияния медиа на эмоционально-волевую сферу подрастающей личности.

Большинство зарубежных психологических исследований базируется на принципах информационно-когнитивного подхода, где зритель является как бы "объектом" влияния направленного коммуникативного акта, эффективность которого зависит от степени учёта особенностей этого "объекта" [1, 2, 5, 13].

В таком случае вопрос об участии медиасреды в процессе формирования активной жизненной позиции личности в нашем обществе может быть сведён к распространению, накоплению и усвоению человеком определенной системы знаний об окружающем и усвоению общепринятых норм поведения. Подобная точка зрения закрепились в отечественных исследованиях, посвященных структуре массовой коммуникации, независимо от того, учитывается она или нет в работе конкретных авторских коллективов [3, 4, 6, 7].

В современной науке существуют два подхода к проблеме манипуляционных возможностей медиа: медиаориентированный и медиацентристский. Согласно первому подходу, человек рассматривается как активный и критически настроенный потребитель информации; медиасреда не может подчинять себе сознание человека, наоборот, человек приспосабливает медиасреду к своим потребностям [8]. Согласно медиацентристскому подходу аудитория медиа – пассивная масса, подвержена внушению и постороннему управлению. Медиасреда создаёт для этой обезличенной массы новую реальность, иллюзорный мир. Представители медиацентристского подхода считают, что медиа нивелируют индивидуальность человека, лишают его самостоятельности и свободы выбора [9, 10]. Между рассмотренными выше полярными точками зрения существует достаточно много компромиссных подходов, которые, в целом, не отрицают серьезного влияния медиа на сознание и поведение населения, но указывают и на важные ограничения могущества медиапродукции [11].

Задачей эмпирической части нашей работы было изучение предпочитаемой сферы медиапродукции, которая более других увлекает детскую аудиторию. Сегодня ребёнок имеет возможность огромного выбора медиасредств – от компьютерных игр до домашнего кинотеатра. Наши исследования показывают, что 51% зрителей детей смотрят фильмы в основном по видео, 23% по кабельному и 15 процентов по эфирному телевидению. В октябре 2009 года нами было опрошено 150 школьников (средней школы № 27 г. Одессы) в возрастной группе 9-10 лет (из них – 82 мальчика (54,67%) и 68 девочек (45,33%) по теме "Насилие на экране и несовершеннолетняя аудитория" [9].

Наличие проигрывателей и кабельного телевидения делают предпочтительными в медиасреде у детей именно художественные фильмы. В тройку самых предпочитаемых младшими школьниками фильмов входят: "Король лев" (14,00%), "Терминатор" (12,67%), "Назад в будущее" (12,67%), "Рембо" (12,00%) и "Бриллиантовая рука" (8,00%). Таким образом, как минимум два наиболее предпочитаемых данной аудиторией фильма ("Терминатор" и "Рембо") содержат целый "пакет" сцен с натуралистично изображенным насилием разного рода. К тому же, оба эти фильма в США, например, демонстрировались с серьезными возрастными ограничениями (R – несовершеннолетние до 17 лет допускаются на сеанс только в сопровождении родителей или опекунов). Для детей 9-10 лет, как мы видим, никаких возрастных рейтинговых барьеров не существует.

Гендерная выборка несколько отличается от общих результатов. Выбор мальчиков более определенно смещен в сторону фильмов с жесткими сценами насилия: первое и второе место делят фильмы "Терминатор" (20,73%) и "Рембо" (18,29%). В то время выбор девочек более миролюбив – список их предпочтений с большим отрывом возглавляет мультфильм диснеевской студии "Король лев", за которым идут комедии "Бриллиантовая рука" и "Игрушка" плюс фантастическая лента "Назад в будущее" (каждую из этих картин предпочло 10,29% девочек).

Школьники 9-10 лет, в целом, правильно определили, в каких странах производятся фильмы, телетрансляции и компьютерные игры, содержащие наибольшее число сцен насилия: США (42,00%), Россия (17,33%), Япония (10,67%). При этом гендерных различий в данных ответах школьников практически не обнаружено.

Младшие школьники посчитали, что сцены насилия наиболее часто содержатся в медиатекстах синтетических жанров (27,33%), action (14, 00%) и триллерах (11,33%). Они указали, что наиболее часто показ сцен насилия связан с криминальной (22,67%), мистической (12,67%) и психопатологической (10,67%) темами. Гендерная разница проявилась в том, что мальчики в большей степени, чем девочки, выделили современную и приключенческую темы, в то время, как девочки – психологическую и спортивную.

В пятерку самых предпочитаемых младшими школьниками персонажей фильмов со сценами насилия вошли герои "Терминатора" (18,67%), "Пятницы, 13" (13,33%), "Никиты" (12,67%) "Рембо" (12,00%). Это свидетельствует о том, что этой аудитории нравятся герои самых популярных у нее лент. Парадоксально, но гендерный анализ результатов показывает, что агрессивный персонаж "Пятницы, 13" нравится больше девочкам (20,59%), чем мальчикам (7,32%). Зато вполне логичным выглядит предпочтение мальчиков Терминатора (25,61% против 10,29% предпочтений девочек) и Рембо (18,29% против 4,41%), а девочек – женственной и красивой киллерши Никиты (20,59% против 6,10% предпочтений у мальчиков).

Самыми популярными чертами полюболюбивших младшим школьникам персонажей из violent films, стали красота (17,33%), сила (10,67%), смелость (10,67%), ум (8,00%) и доброта (7,33%). При этом мальчики на первые места поставили силу (19,51%), смелость (19,51%), решительность (9,76%), ум (9,76%) и трудолюбие (7,32%), тогда как девочки – красоту (33,82%), находчивость (13,23%), доброту (13,23%) и оптимизм (7,35%). Такие, к примеру, черты героев, как принципиальность, правдивость, отзывчивость и верность набрали совсем немного голосов (от одного до трех процентов).

Аутсайдерами у опрошенных школьников стали такие качества персонажей, как трудолюбие (1,55% при 0,00% женских голосов), жестокость (0,44%) и цинизм (0,00%). Иначе говоря, выбирая своими фаворитами таких весьма жестоких персонажей, как Никита, Терминатор или Рембо, учащиеся ценят в них прежде всего красоту, силу и смелость.

На указанных выше персонажей (среди которых, напомним, доминируют убийцы (люди или роботы) младшие школьники хотели бы походить в манере одеваться (в целом – 24,68%; мальчики – 15,85%, девочки – 35,29%), в поведении (в целом – 19,33%; мальчики – 26,83%, девочки – 10,29%), в профессии (в целом – 15,33%; мальчики – 14,16%, девочки – 16,18%), в манере говорить (13,33%), в отношении к людям (13,33%) и во вкусах (11,33%).

Однако походить на убийцу в одежде и в манере говорить – одно, а равняться на него в поведении, в общении или в отношении к людям – уже совсем

другое. На первый взгляд, нас порадовало то, что только 6,00% младших школьников (2,44% мальчиков и 10,29% девочек) признались, что их привлекают сцены насилия на экране, тогда как 61,33% (46,34% мальчиков и 75,41% девочек) заявили, что такого рода эпизоды им не нравятся. Однако около трети опрошенных – 32,67% (51,22% мальчиков и 10,29% девочек) не имеют по этому поводу однозначного мнения. Думаю, именно эта часть аудитории стала восприимчивой для популярности "Терминатора" и "Рембо" и их персонажей.

При сравнении данных в ответах на вопросы об отношении к экранному насилию учащихся и их реальных предпочтениях оказалось, что только 6,00% девяти – десятилетних школьников признались, что их привлекают сцены насилия на экране. Однако от 7% до 12% процентов тех же респондентов отмечают, что им очень понравились такие насыщенные сценами насилия фильмы, как "Никита", "Рембо" и "Терминатор". Таким образом, в ответ на прямо поставленные вопросы об отношении к экранному насилию учащиеся склонны почти вдвое преуменьшать свои реальные предпочтения.

В этой возрастной группе главным фактором, привлекающим внимание в сценах насилия на экране, названа развлекательная функция (в целом – 27,33%; 17,07% голосов мальчиков, 39,70% голосов девочек). Далее следуют актерская игра (16,67%), идентификационная функция (15,33%), информационная функция (12,00%), динамика действия (11,33%). На последнем месте оказалось мастерство режиссуры (0,00%).

Противники насилия на экране в данной возрастной группе объясняют свое неприятие насилия:

- ненавистью к любому насилию (в целом – 28,67%; мальчики – 28,05%, девочки – 29,41%);
- неприятием вида крови изуродованных насилем людей (в целом – 25,33%; мальчики – 21,95%, девочки – 30,88%);
- боязнью насилия в любом виде (в целом – 20,00%; мальчики – 20,73%, девочки – 20,59%);
- нежеланием испытывать неприятные эмоции (в целом – 18,00%; мальчики – 19,51%, девочки – 16,18%);
- убежденностью, что насилие на экране влияет на рост преступности в обществе (в целом – 8,00%; мальчики – 9,76%, девочки – 2,94%).

В этом возрасте еще достаточно велик авторитет родителей и учителей. Поэтому наряду с компанией друзей (28,00%) и друга/подруги (24,67%) младшие школьники в качестве предпочитаемых лиц для совместного просмотра называют родителей – 26,67% (мальчики – 19,51%, девочки – 35,29%) и учителей – 12,00% (без гендерной разницы).

Младшие школьники чаще всего смотрят сцены насилия на экране от нечего делать, в обычном расположении духа (в целом – 44,67%; мальчики – 42,68%, девочки – 47,06%). Хорошее настроение назвали причиной просмотров 24,00% респондентов данной возрастной группы (36,58% мальчиков и 8,82% девочек). Свыше четверти опрошенных школьников отметили, что смотрят сцены насилия на экране из-за плохого настроения (в целом – 27,33%; мальчики – 15,85%, девочки – 41,18%). Лишь 9,33% младших школьников утверждали, что после просмотра сцен насилия на экране их психологическое состояние не изменится (6,10% мальчиков и 13,23% девочек). Зато 23,33% опрошенных (14,63% мальчиков и 33,82% девочек) отметили, что после просмотра они были расстроеными. 11,33% (12,19% мальчиков и 10,29% девочек) испытали чувство подавленности. 10,67% (14,63% мальчиков и 5,88% девочек) – ожесточенности.

Итак, больше половины опрошенных учащихся 9-10 лет признались, что испытывают минорные и негативные чувства после просмотра экранных сцен, изображающих насилие.

Только 8,00% (12,19% мальчиков и 2,94% девочек) младших школьников отметили, что забывают сцены насилия, увиденные на экране, сразу после просмотра. Зато 64,67% (54,88% мальчиков и 76,47% девочек) признались, что сцены насилия на экране запоминаются надолго.

Данные результаты прямо соотносятся с мировым опытом подобных исследований. Например, Дж.Кэнтор (J.Cantor) обнаружила, что на многих людей медианасилие оказывает сильное и длительное негативное воздействие. В одном исследовании студентов двух университетов спросили, были ли они когда-нибудь так напуганы телепередачей или фильмом, что этот страх длился и после завершения просмотра. Результаты были ошеломляющими. Из 153 студентов, 90% сказали "да". Более половины из этих студентов сказали, что у них были проблемы со сном и ухудшение аппетита, а 35% – что они впоследствии избегали или боялись ситуации, увиденной ими в телепрограмме или фильме. Многие из них перестали купаться в океане после того, как посмотрели "Челюсти". Некоторые вообще отказывались от плавания, где бы то ни было, или стали бояться собак, кошек или жуков после того, как посмотрели ряд фильмов, показывающих этих существ в пугающем контексте. Что еще более примечательно, примерно четверть студентов сказали, что такие последствия длились более одного года после контакта со сценами медианасилия, и что та или иная передача или фильм все еще беспокоит их психику – даже, если просмотр был шесть лет назад [Cantor, 2000, pp.72-73, цит. по 9].

В возрастной группе от 9 до 10 лет никогда не обсуждают сцены насилия на экране только 3,33% опрошенных, в то время, как 64,00% (71,95% мальчиков и 54,41% девочек) делают это регулярно. Результаты опроса младших школьников подтверждают, что авторитет родителей и учителей еще много значит для 9-10-летних детей. Именно поэтому в качестве главных собеседников по теме насилия на экране фигурируют родители – 34,67% (без существенной гендерной разницы), за которыми практически на равных следуют друзья – 31,33% (23,17% голосов мальчиков, 41,18% – девочек) и учителя – 30,00% (37,80% голосов мальчиков, 20,50% девочек).

Мы уделили больше внимания экранной продукции и телевидению, т.к. именно она отражает наиболее общую картину избирательности медиа потребления младших школьников.

В целом, можно сделать вывод, что одним из "движущих" факторов общественных преобразований, которые происходят в Украине, является процесс медиатизации общества – проникновение электронных коммуникационных технологий в повседневную жизнь людей, особенно детей, превращение их в органичную среду обитания. Зависимость детей от коммуникационных технических средств, с одной стороны, существенно расширяет возможности по манипуляционному контролю над поведением ребенка, с другой – создает не менее широкие возможности для персонализированного медиапотребления, индивидуального контроля за медиаконтентом. То есть функционирование технических инноваций определяется социальными факторами: сложившимися властными отношениями в обществе, общественными и индивидуальными ресурсами, уровнем культуры и образования. Это, бесспорно, свидетельствует о том, что как родителям, так и учителям необходимо уделять должное внимание проблемам медиаобразования своих детей или учеников.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Беляева Т. В.* Стиль общения ведущего и его влияние на восприятие учениками учебных телепередач: автореф. ... канд. дис. / Т. В. Беляева – Л., 1982. – 24 с.
2. *Богомолова Н. Н.* К вопросу о восприятии партнера по коммуникации / Богомолова Н. Н. // Теоретические и прикладные проблемы психологии познания людьми друг друга: Тезисы докладов. Краснодар, 1975. – С. 13–15.
3. *Бойко В. В., Маркин Л. В.* Пропагандист и аудитория / В.В. Бойко, Л.В. Маркин. – Л., 1980. – 160 с.
4. *Леонтьев А. А.* Психологические особенности деятельности лектора / А.А. Леонтьев. – М., 1980. – 80 с.
5. *Льюис Б.* Диктор телевидения / Б. Льюис. – М., 1973. – 199 с.
6. *Шерковин Ю. А.* Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю.А. Шерковин. – М., 1973. – 215 с.
7. *Щербатых Ю. В.* Общая психология. Завтра экзамен / Ю. В. Щербатых. – СПб.: Питер, 2008. – 272 с.
8. *Фирсов Б.* ТВ: социальность восприятия // Телевидение вчера, сегодня, завтра Б. Фирсов. – М., 1985. – С. 115–129.
9. *Федоров А. В.* Права ребенка и проблема насилия на российском экране : монография (2004) / Федоров А. В. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 418 с.
10. *Barker R. G.* Ecological psychology: Concept and methods for studying the environment of human behavior. Stanford, Ca.: Stanford University Press, 1968.
11. *Lasarsfeld P. F., Merton R. K.* Mass communication, popular taste, and organized social action // The process and effects of mass communication. Schramm W., Roberts D. F. (eds.) Chicago, L., 1974. P. 554–578.
12. *Lasswell H.* The structure and the message of communication in society // Pvyson J. L. (ed.) The communication of ideas. Harper, 1948. P. 37–51.
13. *Schramm W.* Nature of communication between humans // The process and effects of mass communication / Schramm W., Roberts D. F. (eds.) Chicago, L.: University of Illinois Press. 1974. P. 53–92.

Подано до редакції 24.06.2010