**Информационная среда как фактор трансформации детской картины мира**

**План**

**1. Картина мира, ее составляющие и «детское общественное мнение»**

**2. Проблема воздействия информационной среды на ребенка**

**3. Экран и становление детской картины мира**

Литература

**1. Картина мира, ее составляющие и «детское общественное мнение»**

Образ (картина) мира являет собой систему значений как обобщенную форму общественно-исторического опыта и форм человеческих отношений. Центральным в образе мира ребенка является визуальная картина мира, представляющая собой систему графических и цветовых значений, семантика которых культурно обусловлена и в той или иной степени архетипична. Визуальная картина мира зафиксирована в детском рисунке, представляющем “перцептивное высказывание” ребенка о мире, которое отражает в значительной степени сам образ мира. Подобное «высказывание» по сути дела представляет собой отношение детей к тем или иным явлениям и ситуациям действительности в визуальной форме, что может составить общественное мнение детей.

Однако, как известно, в отечественной и зарубежной практике опросов населения почти отсутствует категория граждан до 18 лет, дети. Между тем, “детское общественное мнение” способно не только расширить, дополнить и углубить имеющиеся аналогичные данные взрослой выборки, но и дать количественно и качественно иную информацию по сравнению со взрослыми, основанную прежде всего не на поверхностных стереотипах массового сознания, а на неосознаваемых социальных установках “коллективного бессознательного”.

Кроме того, в отличие от психологии взрослых, детская психология имеет определенную специфику, поскольку формы мышления, поведенческих реакций социальных установок и пр. у детей отличаются большей непосредственностью, конкретностью и открытостью для наблюдения. В известном смысле, благодаря детям, мы можем понять те или иные “свернутые” действия взрослого человека (см. об этом: А. Валлон, Л.С. Выготский, П.Я. Гальперин, А.В. Запорожец, Д.Б. Эльконин и другие).

В русле социальной психологии детства предлагается подход и методология преимущественно невербального характера, позволяющая осуществить диагностику отношений ребенка к миру, к другим людям и себе самому. Надо сказать, с конца XIX в. и особенно в последние десятилетия человечество обнаруживает жгучий интерес к детской жизни – в литературе, живописи, исследованиях по детским играм, языку, рисункам и прочим продуктам детской субкультуры [Виноградов, 1930; Григорьев,1994; Мещерякова М., 1997; Осорина, 1999; Покровский, 1994 и др.].

Смысл детской субкультуры для ребенка заключается в том, что она предоставляет ему особое психологическое пространство, благодаря которому ребенок приобретает “социальную компетентность в группе равных” (Р. Харре); оно охраняет его от неблагоприятных воздействий культуры взрослых, оно же предоставляет ему “экспериментальную площадку” для опробования себя, уточнения границ своих возможностей, задавая “зону вариативного развития”. Содержанием детской субкультуры являются не только актуальные для массовой культуры особенности поведения, сознания, деятельности, но и социогенетические инварианты – относительно устойчивые во времени и пространстве образы, модели, жанры, тексты, представляющие собой “осколки” различных эпох, следы памяти прошлого опыта человечества, передаваемые из поколения в поколение детей.

К социогенетическим инвариантам как единицам продуктов культуры могут быть отнесены некоторые из детских игр, заимствованные из обрядовых мистерий или детская сказка как выродившийся из мифа жанр устного народного творчества. К понятию социогенетической инварианты также оказывается близок распространившийся в последнее время термин “архетип”, предложенный еще Платоном и активно используемый в аналитической психологии К. Юнга. Архетип это прежде всего бессознательно передаваемый миф родового прошлого (“мать”, “мудрец”, “двойник”...), либо составная часть личности человека (“тень”, “самость”, “анима”, “анимус”...) в их вербально-образном аспекте. В нашем исследовании понятие архетип выступает в контексте инвариантной культурной формы преимущественно визуального плана и потому оказывается в ряду с понятиями графический социотип и стереотип. Графические (визуальные) архетипы – это наиболее обобщенные полимодальные бессознательные структуры и строящиеся на их основе многочисленные культурные символы, которые постепенно превращаются в знаки, в стандартизованные образы социальных объектов – социотипы, входящие в сознание как целых групп населения (возрастных, профессиональных и др.), так и отдельных индивидов.

Основные графические архетипы зафиксированы в своем зашифрованном виде в древних орнаментах, мотивы которых в конечном счете могут быть сведены к ограниченному числу изображений геометрических или растительных форм. Все социогенетические инварианты как глубинные коллективные представления, сформированные в социогенезе человечества, презентированы в детском творчестве – детских рисунках, играх, фольклоре. Архетипический образ, положенный, например, в основу произведения искусства, воздействует на человека непосредственно через подсознание, вызывая бурный эмоциональный отклик прежде, чем человек поймет, что именно он чувствует и почему. Социотипический же – отчасти сохраняя способность непосредственного эмоционального воздействия, дает более четкую картину происходящего на сознательном уровне; его смысл легче выразить в немногих словах. Стереотип как крайняя форма стандартизированного образа, своего рода выродившийся архетип, фиксирует некоторые, порой несущественные черты объекта, обладающие, однако, относительной устойчивостью. Он максимально определен, схематизирован, означен. Стереотипы уже не являются символами и воздействуют на человека через его сознание своим легко вербализируемым значением, отличаясь узнаваемостью и распространенностью.

Социогенетические инварианты, выросшие из коллективного бессознательного, с которым ребенок на “ты” – это вневременной, мета- культурный “вечный” образ мира, противостоящий конкретной “здесь и теперь” картине мира. И если архетипы составляют образ мира в его богатстве и сложности, то трансформированные из них социотипы, а особенно “окаменевшие” стереотипы, отражают часто бледную и неодухотворенную картину мира современного урбанизированного сознания - “мир образов”.

Визуальная картина мира представляет собой совокупность различных взаимопересекающихся сфер, социально- психологических смысловых пространств, раскрывающих отношения ребенка в системе “Я - МИР”: это 1) пространство окружающей среды, 2) социальное пространство взрослых и сверстников, 3) моральное пространство (категории добра и зла) и 4) пространство представлений о себе и мире в будущем.

По оценкам экспертов, символом XXI в. станет широкомасштабное телевидение. Возможности этой новейшей технологии, с которой только начинают осваиваться конструкторы, действительно безграничны. Если еще учесть расширение компьютерных сетей, то становится очевидным, что мы, вероятно, стоим на пороге глобальных изменений системы социальных связей, установок, ценностей в детской субкультуре.

**2. Проблема воздействия информационной среды на ребенка**

В настоящее время в детской субкультуре происходят изменения, вызывающие растущую озабоченность специалистов, например, психологами многих стран и отечественными специалистами отмечается деградация традиционной детской игры, столь необходимой для психического развития и личностного становления ребенка [Григорьев, 1994; Менджерицкая, 1982; Шамаева, 1996; Television...,1990; Абраменкова, 1999]. Существенным фактором подобных негативных изменений оказывается внедрение в современную жизнь “чуда ХХ века” - средств массовой телеинформации [А.М. Орлов, 1995; Зазнобина, 1996; Носов, 1997; Рондели, 1995].

В настоящее время почти во всех странах мира существует проблема воздействия Экрана (телевизионного, видео и компьютерного) на психическое развитие и личность ребенка. Если 20 лет назад можно было услышать: “ дети знают больше нас, благодаря телевизору”, то теперь: “компьютер и видак им дороже родителей”, эти фразы дают возможность уловить не только расширение сферы Экрана в жизни детей, но и определенную смену ценностей современного поколения. Педагогические наблюдения и специальные исследования показали исключительность воздействия экранных образов на детское сознание, не только в следствие особых технических эффектов (таких, как эффект Кулешова и пр.), но и в силу повышенной возрастной сензитивности, обуславливающей эффективность формирования социальных установок и мотивацию поведения ребенка.

Информационно-знаковая сущность мира предопределила появление особого раздела в образовании - медиаобразования и в современной педагогике - дидактики экранно-звуковых средств обучения [Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка..., 1993]. Появились зарубежные и отечественные концепции медиаобразования, первоначально еще в 60-е г. ставящие перед собой цели обучения визуальным формам коммуникаций - это в США - и цели развить иммунные качества личности против манипулирования ею средствами масс-медиа - это в Европе. В начале 80-х гг. родился проект “Введение в теорию коммуникации”, целью которого было развить способность личности ответственно и критически воспринимать информацию и обобщать ее в учебном процессе [Зазнобина, 1996]. Современная цивилизация по сути своей навязала ребенку Экран в качестве и средства развлечения и средства обучения. Ребенок оказался хорошим учеником, более способным, чем учителя, которым приходится срочно ликвидировать медиа- безграмотность, чтоб не отстать от века и своих учеников. Однако Экран как благо цивилизации порождает такие явления, как “информационный тоталитаризм” - агрессивную информационную среду, где нет границ реального и виртуального мира, а так же “клиповое сознание”, которое отчуждает человека от созерцания и размышления (так характерного, кстати, для российской ментальности) [А.М. Орлов, 1995].

Восприятие ребенка (как и любого нормального человека) тяготеет к созданию целостного образа (целомудрию), к формированию гештальта, к единой смысловой единице мира. Экран с его оптическими эффектами (оп-артом) противится этому оцельнению, предлагая алогичное, парадоксальное, противоестественное представление о мире, например, сочетание невозможного - тягучести и жесткости (как в картинах С. Дали - мягкий часовой циферблат). Предельно явно обнаруживается подобное при воздействии клипа, мгновенные образы которого способны как бы просачиваться сквозь барьер осознанного восприятия, минуя сознание, воздействуя на бессознательные структуры [Ермаков, 1996; А. Орлов, 1995]. Оптические приемы, воздействие цвета в рекламе и фильмах, компьютерная графика с ее возможностями невозможного легко впечатываются в бессознательное, снимая противоречия между реальностью и иллюзией, явью и сном объектом и субъектом, жизнью и смертью [Средства коммуникации...,1993; Television and American...,1990]. С какими последствиями воздействия Экрана на детское сознание столкнемся мы в недалеком будущем? Специалисты по виртуальным исследованиям говорят о создании “виртуального сообщества людей” с виртуальными городами и виртуальной жизнью, где можно вступать в браки, общаться, развлекаться и пр. (интересно, дети будут рождаться тоже - виртуально?). Речь идет о возникновении в наши дни особого виртуального мира, где “...новая виртуальная цивилизация с ее киберкультурой и виртуальной психологией начинает “разъедать” и заменять новоевропейский тип культуры” [Технологии виртуальной реальности..., 1996. c.14].

Уже с начала 70-х гг. на Западе появляются исследования ученых, предостерегающие о губительных последствиях воздействия телеэкрана на здоровье человека. Эти исследования делали акцент, главным образом, на влияния технических параметров теле-, видео- и, особенно, компьютерного экрана (воздействие электромагнитного излучения, сверхнизких частот, пульсации и пр.),а так же эргономических характеристик (расположения прибора, позы оператора, положения его рук, глаз и пр.) на физиологические показатели здоровья человека. Например доктор Деннисон полагает, что электронные устройства могут усугублять зрительный, слуховой, и др. физиологические стрессы: Видеоэкран обеспечивает только одну визуальную плоскость, ограничивая этим использование бинокулярного и периферийного зрения, а также глубокого восприятия. Этот стресс может вызывать отключение полушарных функций головного мозга, вхождение в особые состояния сознания - транс различной степени глубины [Ермаков, 1996; Television and...1990].

Между тем, очень скоро стало очевидно, что не только излучение телеэкрана и его физические характеристики, но и **содержание** самих экранных образов воздействует на взрослое сознание, приводя к определенным его деформациям.

Эрих Фромм еще в середине 50-х гг. писал об американском обществе: “...вместо того, чтобы дать нам все лучшее, что имеется в литературе и музыке прошлого и настоящего, средства массовой информации и рекламы забивают людям головы мусором, не имеющим ничего общего с реальностью, и садистскими фантазиями, которые любой мало-мальски культурный человек постыдится смотреть даже время от времени. Умы людей, как юных, так и зрелых подвергаются непрерывному отравлению, а мы беспечно продолжаем игнорировать безнравственность, царящую на экране.” [Fromm, 1955, с. 14],- с полным основанием эти слова применимы для России в конце 90-х.

Появившиеся в последствии исследования на детях обнаружили специфику восприятия экранных образов: информация, получаемая ребенком с экрана, воспринимается им как истина, обладает чрезвычайной силой внушения и подражания, в связи с чем на государственном уровне во многих странах был установлен законодательный контроль за содержанием телепрограмм в контексте детства.

В Германии, Швеции и других странах Европы появились специальные законы, ограничивающие доступ ребенка к телепрограммам, содержащим порнографию, насилие, рекламу алкоголя и табака, а также запреты на рекламные ролики, ориентированные на детей младше 12 лет. Исследование Мюнхенского института изучения проблем молодежи о влиянии детей на родительские покупки показывает, что ежегодно граждане Германии тратят до 33 млрд. марок на покупки, руководствуясь советами своих отпрысков; это не только новые игрушки, детская одежда и пр., но и товары длительного пользования. 70% детей от 10 до 12 лет имеют право голоса при решении семейных вопросов о приобретении дорогих товаров, например, автомобиля. По мнению психологов, это следствие воздействия рекламы, поскольку любая детская передача прерывается рекламными роликами, которые снимаются с учетом детской психологии и рассчитаны на восприятие детьми, при этом в Германии существует закон, запрещающий скрытую рекламу. Наряду с негативным общественным мнением по поводу рекламы (грешно прививать детям страсть к потребительству !), существует и другая точка зрения о том, что раннее рекламное засилье формирует рекламоиммунитет у детей и непредвзятый взгляд на мир вещей. Однако в одном взрослые единодушны: в большинстве стран ЕС действуют запреты на пропаганду насилия, секса, алкоголя и пр. с экрана.

В России таких законов не существует, несмотря на то, что практически в каждом современном теле- или видео- фильме присутствует сцены насилия, жестокости, секса, мистики; рекламой скрыто и открыто пропагандируется “красивая жизнь” в товарах и услугах, при этом детские образы и сами дети цинично используются в рекламных целях. Практически все телевизионные каналы безответственно дают информацию без учета специфики детского восприятия и психологии детской аудитории, включая детские передачи и программы. Ситуация усугубляется распространением бесконтрольной видеопродукции и “пиратских” компьютерных игр, за которыми дети и подростки проводят значительное количество времени. Тотальная захваченность детей Экраном вызывает озабоченность родителей, ученых, специалистов.

В результате нынешней американской киноэкспансии в орбиту западного кино вовлекаются прежде всего юные зрители. Их киноинтересы и вкусы во многом американизируются. Однако американское кино, как известно, изрядно отличается от европейского, а тем более — от нашего. Что смотрят и что усваивают в кинозалах российские школьники? Как показало исследование, “киноменю” школьников оказалось довольно однообразным: каждый третий фильм — боевик, каждый пятый — эротический. Почти все основные персонажи фильмов, которые смотрят школьники, — мужчины, преимущественно молодые. Женские персонажи встречаются редко — всего в 18% фильмов. Они также молоды, но роли им отводятся более пассивные и менее значимые (в большинстве случаев в качестве объектов сексуальных притязаний). Основные персонажи как бы выпадают из семьи. Она имеется только у 10% из них. С экрана ребята практически не видят образы семьянина и семьи, мужа и жены, отца и матери.

Каковы цели и мотивы действий киногероев? Наиболее типичные из них: удовлетворить свое либидо — 41% фильмов, совершить убийство (преступников, ритуальное убийство, выполнить заказ на убийство, отомстить за убийство и т.п.)— 17%; вырваться из заключения, спасти свою жизнь — 17%, разбогатеть (найти клад, украсть драгоценности) — 10%; выполнить свой гражданский и служебный долг — 9%. Идентифицируясь с героями - маргиналами, цели и мотивы поведения которых представлены в положительном свете, иные юные зрители, надо полагать, могут приобщиться к стремлениям и чувствам, далеким от идеалов добра, сочувствия и справедливости [Рондели, 1995].

В иерархии ценностных ориентаций героев доминирует секс в различном проявлении — 74% фильмов. Далее следуют: обладание физической силой или оружием как средством добиться своей цели — 40%; деньги, богатство — 14%; месть — 10%; сохранение жизни — 10%. Такие ценности, как дружба, справедливость, достоинство и честь, представлены крайне слабо (соответственно по 3%). Погружение юных зрителей в этот искаженный ценностный мир формирует, по-видимому, определенные “скрытые мотивы” поведения. Сексуальное удовольствие может предстать в качестве высшей ценности жизни, “крутая” эротика — как наиважнейший и обязательный мотив обращения к художественному кинопроизведению. Обилие актов насилия в фильмах разных тем и жанров создает впечатление, что ради их показа верстаются все остальные эпизоды и весь фильм в целом. Натурализм экранных зарисовок этих картин усиливает впечатление от изображения, размывает грань между действительностью и вымыслом. Культ силы порой трансформируется в садизм. Авторы исследования присутствовали при показе американского фильма “Искусство смерти” в видеосалоне, где демонстрировались разные виды убийств. Маньяк заманивает к себе молодых женщин и мужчин, жестоко их истязает, убивает, мучения жертв снимаются на пленку. Весь фильм — чередование эпизодов пыток и убийств с эротикой. Во время сеанса социологи наблюдали за реакцией зала, особенно школьников и дошкольников. Общая эмоциональная атмосфера в зале была гнетущей. Дети пребывали в шоковом состоянии [Рондели, 1995].

Каковы могут быть последствия подобного проведения “досуга” для детей? Эту задачу ученые не ставили перед собой, однако существуют тысячи исследований в США и Европе, которые свидетельствуют, что сцены насилия на психику детей могут оказывать лишь негативное воздействие.

Детские психиатры и психологи убеждены в следующем:

 -дети часто в игре или жизненных ситуациях подражают насилию, увиденному на экране,

 -дети склонны отождествлять себя с отдельными жертвами или агрессорами и переносить эти роли в реальные ситуации,

 -дети могут в результате увиденного счесть насилие приемлемой моделью поведения и способом решения своих проблем [Эмоциональное здоровье вашего ребенка, 1996].

Ужасающая статистика детской и подростковой жестокости в России свидетельствует о правомерности выводов зарубежных ученых: подавляющее большинство несовершеннолетних преступников при выяснении мотивов истязаний, убийств, изнасилований и других преступлений против личности указывали прямо или косвенно на “экранные аналогии” [Дети - преступники..., 1996; Пирожков, 1994, Стурова, 1998].

Современная информационная среда, построенная на антигуманных принципах, в последние годы становится все более и более мощным фактором агрессивного поведения [Мдивани, Кордюкова, 1996].

**3. Экран и становление детской картины мира**

Детская картина мира как особая система значений, представлений, отношений ребенка к окружающей среде, другим людям и себе самому в отличие от прежних эпох формируется в условиях “информационного бума” в большей степени под мощным влиянием средств массовой информации со значительным преобладанием визуальных образов теле-, видео- и компьютерного экрана.

Именно сегодня предельно остро встают вопросы о последствиях влияния Экрана - его физических, эстетических, психологических и др. параметров на, во-первых, соматическое развитие ребенка, во-вторых, на его ментальное развитие и, в-третьих, на его нравственное (духовное) становление. Основные тенденции подобного влияния нам представляются в следующем:

1. Преобладание визуальной информации, идущей от плоского теле-, видео- и компьютерного экрана не может не вызывать определенные деформации в складывающейся сенсорной системе ребенка, в процессах его восприятия и понятийного мышления.

2. Формирующаяся у ребенка психологическая зависимость от Экрана отчуждает его от живого общения со взрослыми, сужает сферу совместной деятельности ребенка и взрослого в семье [1].

3. Экран вытесняет традиционную игру, в том числе коллективную игру со сверстниками, столь необходимую для его психического развития и личностного становления.

4.Экранные образы, запечатлеваясь в сознании, из источника информации превратились в источник т р а н с ф о р м а ц и и картины мира современного ребенка, знаменуя собой переоценку традиционной системы ценностей и образа жизни. Это следующие духовные подмены:

а) мозаичность, “распадаемость” образов как агрессия по отношению к живым существам и материальным предметам - вместо ценности живого и целостного мира;

б) конвейер шаблонных приемов и образов порождает к и т ч вместо высокой эстетической потребности ребенка в прекрасном;

в) облегченное отношение к жизни и смерти вместо благоговения перед их тайной; размывание границ дозволенного в представлениях о моральном поведении вместо четкой системы заповедей (“если Бога нет, то все дозволено”);

г) ранняя сексологизация и эротизация детского сознания вместо целомудренного отношения к интимной сфере жизни;

д) инокультурные нормы и образцы вместо национальных традиций и ритуалов (например, предприимчивые герои мультфильмов Диснея вместо образов русских сказок или чудовищные Барби и Синди - (ни дочки, ни подружки, а символы “общества потребления”!), воплощающие архетип блуда, вместо кукол - голышей, воплощающих исконный архетип материнства;

5. Экран для современного ребенка является не столько информатором и источником построения картины мира, сколько ее к о н с т у к т о р о м, агрессивно программирующим образ жизни, “новую мораль” и систему ценностей.

**Литература**

1. Абраменкова В.В. Социальная психология детства: развитие отношений ребенка в детской субкультуре. М.-Воронеж, 2000.

2. Абраменкова В.В. Сорадование и сострадание в детской картине мира. М., 1999

3. Абраменкова В.В. Дети-пророки: социогенетический анализ представлений об опасности в детской субкультуре // Магистр. 1997. №3. С.86 - 95

4. Дети – преступники // Энциклопедия преступлений и катастроф. Минск, 1996

5. Зазнобина Л. Живая жизнь и «виртуальная реальность // Народное образование. 1996. № 9.

6. Егоров В.В. Телевидение и школа : проблемы учебного телевидения. М., 1982

7. Ионин Л. Свобода в СССР. М., 1997

8. Курьер ЮНЕСКО. Апр.,1983

9. Мдивани М.О., Кордюкова Ю.А. Исследование информационной среды как фактора агрессивного поведения // Учителю об экологии детства. М., 1996.

10. Миронова Л.Н. Учение о цвете. Минск, 1993.

11. Новиков А. Чешуя дракона. Заметки о метафизике телевидения //Москва. 1997. № 4.

12. Орлов А.М. Аниматограф и его анима. Психогенные аспекты экранных технологий. М.,1995.

13. Пирожков В.Ф. Законы преступного мира молодежи (криминальная субкультура). Тверь, 1994.

14. Положение детей в России (Социальный портрет).1992 год. М., 1993.

15. Рондели Л.Д. «Киноменю» школьников //Социологические исследования. 1995. №3

16. Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка (Международный семинар, июль 1993, Звенигород). М., 1994.

17. Эмоциональное здоровье вашего ребенка. М., 1996.