

Лариса Мельник,
магістр психології,
Хмельницький обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ ДІТЕЙ: МЕТОДИ, ЩО УБЕЗПЕЧУЮТЬ ВІД МАНІПУЛЯЦІЇ В МЕДІА ПРОСТОРИ

У статті подано огляд та аналіз соціологічних даних з найбільш гострої проблеми сучасного суспільства – впливу електронних інформаційних джерел на розвиток особистості в дитячому віці.

Larysa Melnyk

INFORMATION INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF A CHILD'S PERSONALITY: METHODS THAT PROTECT FROM MANIPULATION IN MEDIA SPACE

The article provides the analysis of scientific data on the most acute problems of modern society – the impact of electronic informational sources ('electronic information environment') on personal development in childhood.

Вплив засобів інформаційної комунікації, а особливо телебачення на соціалізацію дітей загальноновизнано. Кількість часу, який діти витрачають на перегляд телепередач, за даними різних джерел, коливається від двох до чотирьох годин на день, для значної частини дітей (за даними Фонду «Громадська думка» – до 28%), на думку близьких родичів, це основне заняття у вільний час. Крім того, багато часу витрачається і на так званий фоновий перегляд – дитина перебуває в приміщенні з включеним телевізором, хоча вона зайнята якимись іншими справами (готує уроки, грає, обідає і т. п.). Згідно зарубіжних досліджень, діти на перегляд телепередач витрачають більше часу періоду неспання, ніж на всі інші заняття, включаючи шкільні уроки і домашні завдання, спілкування з членами сім'ї та однолітками [Берк, 2006; Кайл, 2002; Шеффер, 2004 ін.]. На жаль, ми не володіємо аналогічними статистичними даними по нашій країні, однак узагальнення різних досліджень в принципі малює ту ж картину.

Діти дивляться (безпосередньо або у вигляді «фону») найрізноманітні передачі – створені, як спеціально для них, так і для дорослих. Серед перших, за даними досліджень [Бирюлі, 2002; Гундарової, 2002; Собкіна, 1998, і ін.], істотно переважають мультфільми, серед останніх – серіали (комедійні, мелодрами, кримінальні серіали), гумористичні передачі. Значний інтерес вони проявляють також до реаліті-шоу. Так, за даними нашого опитування, проведеного на вибірці учнів 1–4-х класів шкіл міста у 2011 р., проект «Дом-2» належав до числа найбільш бажаних в учнів 2-х і 3-х класів. Крім того, діти називають улюбленими географічні передачі, передачі про тварин, «Смішарики», «Самый умный», «Серебрянный апельсин», «Великі перегони», серіал «Вігалька» та ін (причому, здебільшого, це російські програми).

Аналіз бажаних кінофільмів для молодших школярів показав, що серед найулюбленіших – «Король – лев», «Термінатор», «Назад в майбутнє», «Рембо», «Діамантова рука» і серіал «Нікіта» [15]. Улюбленими персонажами дітей є: Термінатор, Нікіта (12,67%), а також маніяк із кінофільму «П'ятниця, 13». При цьому, спостерігаються гендерні відмінності: 7–8-річні дівчатка віддають перевагу фільмам типу «Король – лев», «Красуня», «Службовий роман», в той час як хлопчики – «Рембо» і «Дракула» Брема Стокера, хоч ці стрічки, зазначає А. Федоров, демонструвалися на світових екранах зі строгими віковими обмеженнями).

Таким чином, телебачення здійснює на розвиток дитини стихійний, часто не контрольований дорослими вплив. Можна сказати, що за допомогою телебачення здійснюється так звана «прихована «програма» соціалізації» (дебілізації), оскільки гальмується загальний психічний розвиток дитини (розвиток пізнавальних процесів, моторний розвиток, розвиток мови і т.п.). Також запозичення, копіювання та наслідування зразків і моделей поведінки та втілюваних у них систем цінностей, поглядів відіграють важливу роль в особистісних орієнтирах дітей в процесі соціалізації [1].

Оскільки діти не можуть виокремити справжню інформацію від неправдивої, не можуть критично поставитися до джерела, то вся отримувана ними інформація засвоюється як основна. В результаті діти, як показують опитування, мають вельми змішану картину світу, в якій одночасно діють сили еволюції, Бог, чаклуни, інопланетяни і розташування планет. Встановлено також, що не тільки візуальна, а й пізнавальна інформація засвоюються дітьми краще за допомогою телебачення, в той час як при прослуховуванні радіопередач краще засвоюється вербальна інформація та розвивається уява. Було встановлено, що діти придумують більш цікаві закінчення незавершених оповідань тоді, коли вони чують їх по радіо, а не тоді, коли бачать по телебаченню [16].

Як зазначають американські дослідники Дороті і Джерома Сінгер, «діти, що часто користуються телевізором, підпадають під ризик залишитися без глибоких знань про світ; вони гірше вмють читати, гірше відрізняють реальне від вимислу; у них гірше розвинена уява; вони з великим острахом сприймають світ; їм властива підвищена тривожність у поєднанні з більшою агресивністю. Все це призводить до гіршої адаптації дитини до школи і до життя загалом» [10, с. 128]. Цікаве пояснення цьому дає американський соціолог і

культуролог, фахівець в галузі медіакультури Н. Постман [11]. Автор пропонує розглядати дітей як особливу соціальну групу, що займає певну соціальну нішу і не є споживачем обов'язкового елементу соціальної культури, так само як дитинство, яке з'явилося в історії людства, і може зникнути, поступившись своїм місцем іншим віковим періодам [11].

Інформація перестала бути пропозиційною і зробилася репрезентативною: на відміну від висловлювання, зображення не можна ні підтвердити, ні спростувати – воно фізично пред'являється глядачеві і ніяк не орієнтоване щодо істини. Іконичність інформації, звернена до максимально широкої, а значить анонімною, аудиторії, не вимагає селективної, логічної та концептологічної роботи розуму, вона апелює безпосередньо до емоцій і до здатності свідомості миттєво розпізнавати патерни. Візуальний інформаційний потік в цілому так само «дрібно нарізаний», як новини: підраховано, що у середньому на телеекрані за одну годину змінюється 1200 «картинок».

Нове символічне середовище, викликане до життя «графічною революцією», невблаганно роз'їдає соціальні основи, на яких ґрунтується дитинство. По-перше, для того щоб засвоїти візуальну (телевізійну) культуру в усій її повноті, не потрібно стадії навчання, оскільки дитина і доросла людина є рівними. По-друге, ця культура не пред'являє серйозних і складних вимог до раціональної діяльності свідомості і форм поведінки людини. По-третє, суспільство, яке саме ототожнюється з аудиторією мас-медіа, все швидше втрачає розрізняльні культурні ознаки і стає однорідним, що спричиняє проблему зникнення дитячої цікавості.

У світі інформації дорослі перестали бути авторитетними провідниками дітей у лабіринти знань. Сфера відомого і сфера ще непізнаного з'єднані містком цікавості. У міру того як електронні медіа, передусім, телебачення, розмивають межу між ними, цікавість дітей змінюється цинізмом або самовпевненою зарозумілістю. Вони починають орієнтуватися не на авторитет дорослих, а на інформацію, що надходить «нізвідки». Секрети будь-якої властивості, «розкриття яких становить найважливішу частину інформаційного потоку (у широкому сенсі слова), не можуть бути сховані від дітей. Але без соціальних секретів дитинство немислимо» [11].

Формування інтересів і схильностей. З точки зору багатьох учених, всупереч освітньо-пізнавальним і передачам, телебачення не сприяє розвитку стійкого інтересу дітей до навколишнього світу, інших людей тощо. Воно пробуджує лише цікавість, яка тут же задовольняється поверхневими, іноді «спотвореними», а то й повністю неправильними відомостями, хоча поданими у цікавій формі. Автори відзначають, що необхідно не тільки обмежувати час перегляду дітьми телепередач, але при їх виборі враховувати особливості сприйняття телеінформації дітьми: невміння відрізнити вигадку від реальності, не критичне ставлення. На думку західних дослідників Х.Тойнерт і Б.Шорба (Theunert H., Schorb B.), інформація з телепрограм не сприяє розширенню кругозору дітей. Навпаки, вона, як правило, контрпродуктивна, оскільки надто складна, надто різьчата або надто банальна. Новини для більшості дітей є незрозумілими або лякають їх. Картини проявляються в їхній свідомості і переслідують навіть у сні» [10, с. 131].

Запозичення зразків і моделей поведінки. Основна увага дослідників була прикута до проблеми впливу телебачення на цінності, соціальні установки. Слід обмовитися, що нині дослідники зазначають, що негативні аспекти впливу телебачення на дітей, що «породжують» чи «зумовлюють» насильницьку поведінку.

Емпіричні дослідження впливу телебачення, які почалися у 20-х роках ХХ століття, засвідчили що сцени насильства і агресії привертають. Вже на початку 30-х рр., американськими дослідниками був отриманий значний матеріал про те, що насильство на екрані породжує прагнення молодих людей наслідувати негативних героїв

Ці дані були підтверджені в дослідженнях, проведених наприкінці 50-х рр. ХХ ст. у США і Канаді. Автори прийшли до висновку про те, що наслідування сценам насильства, баченим на кіно- і телеекрані, спостерігається у підлітків, в сім'ях яких не задовольняються їх потреби в любові, турботі, схваленні, ідеалі, і якщо вони не включені в повноцінну взаємодію з просоціально налаштованою групою однолітків. У відповідності зі поведінковою теорією «навчання через спостереження» стали основою класичних експериментів моделювання агресивної поведінки, вчені дійшли висновку, що поширені сцени агресії та насильства на телеекрані, в тому числі, у мультфільмах і кінофільмах, сприяють засвоєнню дітьми відповідних форм поведінки.

У 70-х рр. минулого століття у контексті цієї теорії були проведені дослідження, які засвідчили, що аналогічним чином телебачення може впливати на расові, етнічні, гендерні стереотипи та на розвиток просоціальної, альтруїстичної поведінки. Останнє може бути підтверджено відомим фактом з історії вітчизняного кінематографа: фільм «Тимур і його команда» за відомою книгою А. Гайдара викликав до життя численні тимурівські команди по всій країні.

Хрестоматійним є проведене у 80-х роках ХХ століття вивчення впливу телебачення на дітей молодшого шкільного віку протягом двох років в трьох селищах Канади, одне з яких підключене до телевізійної мережі на початку дослідження, друге і третє – на два роки раніше. Оцінювалася агресивність школярів під час вільної гри. Було виявлено, що рівень агресивності молодших школярів із першого

селищазростає, в той час як у двох інших – залишався незмінним. Це стосувалось 6–9 річних як хлопчиків, так і дівчаток, це проявлялося у непрякій, фізично-вербальній агресії.

Отже, між часом перегляду телепрограм та агресивністю дітей існує безпосередній кореляційний зв'язок. Цей зв'язок, проте, зумовлений тим, що агресивні діти і підлітки багато часу проводять біля телевізора і вибирають передачі агресивного змісту.

Діти молодшого шкільного віку, що проявляють агресивність до однолітків, воліють дивитися програми з високим рівнем вмісту насильства і агресії. У низці інших досліджень з'ясувалося, що діти маніфестували форми делінквентної і агресивної поведінки.

Значний інтерес представляють дані чотирирічного лонгитюдного дослідження, проведеного в середині 80-х рр., у якому брали участь хлопчики-підлітки п'яти країн – Австралії, Ізраїлю, Польщі, США та Фінляндії. Виявлено відсутні значущі національні відмінності у впливі сцен насильства і агресії на поведінку підлітків. Крім підтвердження даних про вплив частоти і тривалості перегляду підлітками телепередач і кінофільмів, які містять сцени насильства на вчинення правопорушень, були отримані результати, що свідчать про те, що вплив насильства на домашньому телеекрані має кумулятивний ефект, який проявляється у виробленні у школярів жорстоких установок і патернів ненасильницької поведінки у конфліктних ситуаціях.

Загалом наукові дослідження підтверджують той факт, що найбільший вплив сцени насильства і агресії мають на тих дітей і підлітків, які виховуються у соціальнонеблагополучному середовищі, зокрема, які страждають від фізичних покарань своїх батьків.

Цікаві також дані порівняльних експериментальних досліджень, проведених у 90-х рр.. XX століття. Одна група дітей дивилася передачі з помірним рівнем агресивності, друга – нейтральну. Результати засвідчили, що перша група дітей характеризувалася короткочасним, але досить помітним посиленням фізичної агресії відразу після перегляду телепередач. Зокрема, учні початкової школи демонстрували у 7 разів більше агресивних актів у спілкуванні з однолітками, ніж діти, які не дивились агресивних телепрограм.

Ефективність телевізійного впливу.

Дослідження, що вивчають механізми наслідування і відтворення дітьми та підлітками побаченого на телеекрані, проводилися в основному в школі соціального навчання А. Бандурою і його послідовниками. Було встановлено вплив низки факторів.

Особливості моделюючих взірців:

1. Привабливість взірця для дитини. Персонаж, якому дитина наслідує, повинен володіти компетентністю у значущій для неї сфері, розпоряджатися матеріальними ресурсами і мати високий соціальний статус.

2. Ідентифікація дитини з «моделлю» сприяє її дієвості. Молодший школяр ідентифікує себе насамперед з однолітками. Крім того, він прагне бути більш дорослим і «крутим». Тому він прагне наслідувати старшим хлопцям-підліткам, а також героям серіалів і зіркам телеекрану і шоу-бізнесу.

3. Кілька «моделей», що демонструють однакові дії, мають більше впливу на зміну поведінки дітей.

4. Сила прикладу зростає, якщо демонстраційна «модель» є звичною для дитини чи містить елементи групової взаємодії.

Негативні впливи на соціалізацію дітей. До них відноситься так званий «ефект десенсибілізації». Постійне повторення одних і тих же сцен, зокрема, насильства і жорстокості, не тільки знижує увагу і реакцію на них, але й різко знижує співчуття до жертв, що робить насильство і жорстокість буденністю, ознакою повсякденного життя. Виникає уявлення про те, що насильство, жорстокість, каліцтва – норма, що вони прийнятні. Оскільки виробники телепродукції зацікавлені в утриманні уваги глядача, вони весь час посилюють кількість і інтенсивність цієї дисфункціональної інформації, що призводить до постійного підвищення порогу адаптації. Закономірним наслідком є сприйняття дітьми світу як небезпечного та загрозливого.

Значний інтерес, у зв'язку з цими результатами досліджень, представляють дані В. Собкіна і Н. Кузнецової [13]. Проаналізувавши особливості трансляції сцен насильства і еротики на російському телебаченні, автори, зокрема, дійшли наступних висновків: «Трансляція сцен насильства і еротики досить чітко відповідає денному і тижневому життєвому циклу людини, відповідно. Інтерпретація отриманих даних, згідно психоаналітичному підходу, вказує на те, що сцени насильства та еротики «вбудовуються» в життєвий цикл людини саме в час найбільшого розслаблення, під час підготовки до сну, зниження контролю свідомості, що призводить до опрацювання у сновидіннях на підсвідомому рівні особистісних зразків і поведінкових моделей, сприйнятих з телеекрану (подібна інтерпретація була дана В. Собкіним та Є. Смірною у 1986 р. при аналізі телепередачі «На добраніч, малюки!») [13, с. 51]. Таким чином, ми спостерігаємо особливу соціокультурну техніку роботи телебачення з впровадження офіційно «табуєваних» норм і зразків поведінки в масову свідомість» [13, с. 51].

Крім того, телевізійна інформація веде до яскраво вираженої уніфікації сприйняття людиною соціальної реальності, породжуючи стереотипне сприйняття світу.

Реклама і споживання.

Сказане вище повністю відноситься і до реклами, яку здебільшого діти отримують із телевізійного екрану. Реклама, як відомо, орієнтована безпосередньо на потреби та емоції дітей, ретельно враховує особливості їх психічного розвитку, атакож діє у багато разів сильніше.

Вельми показово у цьому плані є книга Жене дель Веккьо [del Vecchio G.] «Кіндерсюрприз» для маркетологів : Як створити «довгограючий» бренд для дітей» [5], яка адресована маркетологам і аналізує особливості психічного реагування дітей на різні складові брендівих товарів.

Згідно з наведених даних, крива впливу американських дітей на вибір деяких товарів різко зростає: «Дитина 4-річного віку, як правило, не впливає на вибір торговельної марки, і тому продавець спілкується лише з батьками. По мірі дорослішання дитини поступово зростає її вплив на вибір товарів для неї. Зокрема, 7-річна дитина вже на 70% визначає вибір товару, а 10-річна – на 80% [5, с. 18].

На які ж емоційні потреби дітей, віком від 6 до 12 років, пропонує орієнтуватися Жене Веккьо:

1. *На гендерні особливості*: основні емоційні потреби дітей залежно від статі.

Для хлопчиків це :

– «СИЛА – можливість або здатність ефективно діяти, робити щось». Як правило, автор наводить рекламу добре відомих і у нашій країні пластівців «Сніданок для чемпіонів», які позиціонують здорове харчування».

– «ДОБРО ПРОТИ ЗЛА: позитивна установка, мораль, боротьба проти зла і аморальності».

– «грубість: непристойність, вульгарність, все противне, огидне».

– «легковажність: гумор, здатність розреготатися у відповідь на дурний жарт чи якусь витівку криється в душі кожного хлопчиська.

– «хорообрість: мужність і його демонстрація».

– «перевага: потреба у досягненнях бажаних результатів [5].

– «ЛЮБОВ: сильне захоплення. Дев'ятирічний хлопчик все ще потребує любові і прихильності. Але він не настільки відкрито висловлює свої почуття, як робив це раніше. Сімейні ігри – спортивні та інші – допоможуть зміцнити зв'язок між членами сім'ї. Бренди також можуть допомогти в цьому. Багато моїх ровесників досі пам'ятають рекламу цукерок Lifesavers («Рятувальники»), на їх обгортці зображені батько з сином, які ділять цукерку навпіл. Подібний бренд став символом близькості батьків і дітей» [5, с. 34-44].

Для дівчаток це:

– «КРАСА: якість задоволення, що асоціюється з якістю форми або кольору або винятковою майстерністю. Маленькі дівчатка жадають краси у всіх її проявах».

– «ГЛАМУР: атмосфера надзвичайної чарівності, романтики, захоплення. Як приклад автор наводить ляльку Барбі: Барбі красива, але суть її полягає в тому, що вона уособлює гламур. Барбі веде життя, повну романтики, пригод, задоволень. Барбі незалежна – вона не залежить від Кена».

– «МАТЕРИНСТВО: турбота, виховання, всі атрибути і якості матері».

– «ГЛУПОСТЬ : легковажність. Дівчатка, як і хлопчики знаходять різні нерозумні розваги, здійснюючи фізичні та соціальні дії.

– «УСПІХ / УПРАВЛІННЯ: досягнення бажаного, вміння, мистецтво» [5, с. 47 – 54].

2. *Дитячі страхи, типові для кожної вікової групи.* Автор дає рекомендації, яким чином показувати дітям, як деякі товари допомагають боротися зі страхами, а також як «витягувати з страхів максимум розважності».

3. *Потреба у набутті прав* (прагнення самому контролювати своє життя і самого себе). «Потреба у набутті прав посилюється з віком. Бренди, що задовольняють потребу дитини у розширенні своєї свободи є безумовно, потенційно успішними» [5, с. 70].

4. *Фантазії.* «Виробники товарів для дітей, які знають про їх фантазії, завжди будуть процвітати». Дитячі фантазії також пропонують використовувати в якості рекламної і товарної «приманки».

5. *Присмні відчуття* – зорові, слухові, нюхові, дотикові, смакові.

6. *Вікові особливості.* Врахування гендерної сегрегації і значення референтної групи (як групи однолітків, так і групи, що виступають зразками для наслідування).

7. *Уявлення про «крутість»:* «Круте» – якраз те, до чого прагнуть. «Круто» – це означає стати старше і здобути самостійність...» Незважаючи на те що це насамперед ілюзія, результатом її стають цілком відчутні і матеріальні речі» [5, с. 117 – 118].

8. *Особливості субкультури,* що змінюються уявлення і смаки дітей і підлітків.

У дослідженнях зазначається, що роль сім'ї, насамперед батьків, залишає вирішальну роль у розвитку дітей.

Комп'ютери та Інтернет. Вплив на розвиток і соціалізацію дитини молодшого шкільного віку сучасних комунікаційних засобів, таких як настільні та кишенькові комп'ютери, мобільні телефони, електронні ігрові системи і т.п., поки мало вивчено. Автори практично одностайні в тому, що сучасна дитина вільно володіє цими технічними засобами і легко опановує новими. Діапазон думок вчених про їх вплив є суперечливим, виділяють позитивні та негативні сторони цього впливу.

Позитивні сторони

1. Мультимедійні ігри мають позитивний розвивальний і навчальний ефект, підвищують результати тестів інтелекту [Керделлан, Грезійон, 2006; Малєва, інтернет-ресурс, Шмельов, 1990, і ін]. За даними П. Грінфілд (Greenfield P.), існує стійкий взаємозв'язок між ігровою практикою і тестовим інтелектом, причому зростання відбувається за рахунок показників невербального інтелекту.

2. Комп'ютерні ігри навчають діяти за допомогою спроб і помилок, шукати нові шляхи: «найпозитивніший момент гри, швидше, має відношення, на думку більшості фахівців, не до гіпотетичного підвищення IQ, а до розвитку, здатності до прогресу за допомогою проб і помилок». «Ігри сприяють інтуїтивному мисленню, все більш необхідному у світі, правила якого постійно змінюються, – пояснює дитячий психіатр Серж Тіссерон (Tisseron S.). – Раніше люди народжувалися і вмирали в власному селі, в одній і тій же обстановці, після того, як займалися одним і тим же ремеслом все своє життя. Сьогодні колишні орієнтири зникли, від людей потрібні професійна, географічна та інтелектуальна мобільність» [8, с. 48].

3. Ігри сприяють розвитку концентрації і переключенню уваги.

4. Комп'ютерні ігри сприяють підвищенню інтересу до читання.

5. Комп'ютерні ігри розвивають спритність, посидючість і наполегливість. Вчені наводять слова психотерапевта, автора «дидактичного» «Що робити з відеоіграми» Е. Габріель: «Щоб досягти успіху у відеогрі, необхідно «думати пальцями». «Дитина, яка грається на добрій дорозі. Дитина, у якої проблеми, не грається, вона обмежується простими маніпуляціями» [8, с. 41].

6. Ігри навчають принципово іншій взаємодії з технікою. Як зазначає К. Керделлан: «Саме відеоігри готують молодь до вільного переходу від однієї тактики до іншої, і таким чином, до використання завтрашніх машин, без боязні потрапити у пастку» [8, с. 48].

7. Гра дозволяє дітям експериментувати у різних сферах соціуму.

8. Комп'ютерні ігри можуть бути ефективно використані для проведення ігрової психотерапії, в тому числі, психотерапії емоційних і навіть психомоторних проблем дитини: «Обручі і мечі, – пише Е. Габріель, – можуть допомогти висловитися лише у фізичному відношенні, але за допомогою відеоігор дитина втягується в процес у психічному відношенні настільки ж повно, наскільки і в фізичному. Вона може інтерпретувати свій уявний світ і втілити на екрані монітора повсякденне життя. За допомогою гри можна театралізувати страх смерті або самотності, інстинкт домінування або суперництва» [8, с. 40].

Негативні сторони.

1. Ігри гальмують розвиток уяви, образного мислення: картинки, рухомі об'єкти, натуральне зображення перешкоджають розвитку фантазії. У цьому зв'язку доречними є висловлювання фахівця з комп'ютерних ігор Ж.- П. Канторне: «Віртуальний світ змінює життя дітей від 6 до 11 років, але він також змінює їх психологію. Кмітливість, пошук результату, потреба вчитися і виграти беруть гору над образною стороною, яка пропонується дітям у структурованому й упакованому вигляді». Інакше кажучи, дитина програмується на те, щоб грати і виграти, але не мріяти! [8, с. 50].

2. Ігри сприяють поверхневому, безвідповідальному ставленню до життя та здійснення вчинків.

3. Ігри перешкоджають дослідницькій діяльності дітей, вони засвоюють операції, які необхідно провести, але не задають питання: «чому», не розглядають причинно-наслідкові зв'язки.

4. Ігри вчать насильству і жорстокості, сприяють розвитку феномену десенсибілізації, а також уявленню про те, що насильство може бути єдиним шляхом до успіху в житті.

5. Захоплення комп'ютерними іграми призводить до розвитку комп'ютерної залежності, ескапізму, до втечі від дійсності. Сучасні дані спростовують прийняту раніше точку зору, що комп'ютерна адикція найчастіше зустрічається у дітей, соціально чи особистісно неблагополучних; вона може виникати і у цілком благополучних дітей. Також ігрова залежність зустрічається у хлопчиків, рідко – у дівчаток.

6. Комп'ютерні ігри при їх надмірному використанні перешкоджають нормальній адаптації дитини до реального життя, зокрема, вона гірше справляється з несподіваними ситуаціями, труднощами, оскільки не вправує незворотності наслідків своїх вчинків.

Аналогічні суперечливі дані стосуються використання дітьми мережі-Інтернет. Найчастіше молодші школярі використовуються Інтернет для приготування уроків. Разом з тим, практично всі дослідники підкреслюють небезпеку випадкового потрапляння дітей на порнографічні, еротичні сайти, сайти, де містяться насильницькі ігри, сцени, зброя, способи виготовлення вибухівки тощо.

Разом з тим дослідники є одноставними у думці, що і вплив комп'ютерних ігор, і вплив Інтернету, як і телебачення загалом, залежить від сімейної ситуації, від того середовища, в якому зростає і виховується дитина. Рекомендації для батьків орієнтовані не стільки на заборону певних відеоігор або сайтів, скільки на спілкування з їх приводу, на спільні «прогулянки» по Інтернету.

Слід підкреслити, що літературні дані розкривають дуже складну і неоднозначну картину інформаційного середовища як фактора, що робить вплив на розвиток дитини. З нашої точки зору, протиріччя і деяка невизначеність з цих питань багато в чому пов'язані з недостатнім вивченням питань про сприйняття дитиною сучасного інформаційного середовища, яке практично розглядається дорослим населенням як «наднасичене». Проте дітей воно є абсолютно природним і єдино можливим, оскільки в ньому вони виростили. Яка роль інформаційного середовища у розвитку дітей? Як це середовище пропистоїть насиллю та захищає права дитини для її гармонійного розвитку? Відповіді на ці питання – найважливіше завдання подальших досліджень у створенні моделі протидії насиллю над дітьми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арьес Ф. Ребенок и семейная жизнь при Старом порядке / Ф. Арьес. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 416 с.
2. Берк Л. Развитие ребенка / Л. Берк. – СПб. : Питер, 2006. – 1056 с.
3. Бирюля О. Влияние средств массовой информации на эстетический выбор младшего школьника / О. Бирюля // Коммуникации в современном мире : материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2002. С. 7–11.
4. Бронфенбреннер У. Два мира детства : Дети в США и СССР / У. Бронфенбреннер. – М. : Прогресс, 1976. – 165 с.
5. Веккьо Ж. «Киндерсюрприз» для маркетологов : Как создать «долгоиграющий» бренд для детей / Ж. Веккьо. – М. : Фаир-Пресс, 2005. – 256 с.
6. Гундарова И. Возможности коррекции последствий восприятия телевизионной информации младшими школьниками [Электронный ресурс] // Ярославский педагогический вестник. – 2002. – № 2. – Режим доступа : URL: http://www.yvspu.yar.ru/vestnik/pedagoga_i_psichologiy. (дата обращения : 10.02.2010).
7. Кайл Р. Тайны психики ребенка / Р. Кайл. – СПб. : Питер, 2002. – 416 с.
8. Керделлан К. Дети процессора : Как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых / К. Керделлан, Г. Грезийон. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 272 с.
9. Малева А. Компьютерные игровые программы как средство психического развития младших школьников [Электронный ресурс] / А. Малева // Информационные технологии в образовании: конгресс конференций. – Режим доступа : URL: <http://www.ito.su/1998-99/a/maleva-t.html> (дата обращения: 10.02.2010).
10. Пацлаф Р. Застывший взгляд / Р. Пацлаф. – М. : Evidentis, 2003. – 224 с.
11. Постман Н. Исчезновение детства [Электронный ресурс] // Отечественные записки. – 2004. – № 3 (17). Режим доступа : <http://www.strana-oz.ru/?numid=18&article=861> 1988. (дата обращения: 10.02.2010).
12. Свободное время ребенка : опрос населения [Электронный ресурс] // Фонд «Общественное мнение». – 2007. – Режим доступа : http://bd.fom.ru/report/cat/home_fam/famil/child_dress/d071021 (дата обращения: 10.02.2010).
13. Собкин В. Російський підліток 90-х : Рух в сторону ризиків / В. Собкін, Н. Кузнецова. – М. : Юнеско, 1998.
14. Спрафкин Д. Влияние показываемых по телевидению примеров просоциального поведения на поступки детей, выражающиеся в оказании помощи / Д. Спрафкин, Р. Либерт, Р. Поулос // Экспериментальная психология : практический курс. СПб. : Прайм-Евроннак, 2001. – С. 422–430.
15. Федоров А. Права дитини і проблеми насилля на російському екрані / А. Федоров. – Таганрог : Кучма, 2004. – 418 с.
16. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : Прайм-Евроннак, 2002. – 448 с.
17. Шеффер Д. Дети и подростки / Д. Шеффер. – СПб. : Питер, 2003. – 976 с.
18. Шмелев А. Психодиагностика и новые информационные технологии / А. Шмелев // Компьютеры и познание. – М. : Наука, 1990.
19. Экофф Д. Похищенные дети в заложниках у маркетологов : как воспитать разумного потребителя / Д. Экофф, Р. Райер. – М. : Добрая книга, 2006. – 328 с.
20. Эльконін Д. Дитяча психологія / Д. Эльконін. – М. : Academia, 2004. – 384 с.
21. Eron L. The development of aggressive behaviour from the perspective of a developing behaviorism / L. Eron // American Psychologist. – 1987. – Vol. 42. – P. 435–442.
22. Bandura A. Imitation of film mediated aggressive models / A. Bandura, D. Ross, S. Ross // Journal of Abnormal and Social Psychology. – 1963. – Vol. 66. – P. 3–11.
23. Greenfield P. Mind and Media : The Effects of Television, Video Games, and Computers. / P. Greenfield. – Cambridge Mass : Harvard University Press, 2004. – 232 p.