«ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ МАНИПУЛЯЦИИ СОЗНАНИЕМ РЕБЁНКА ИЛИ СПОСОБЫ РАЗВИТИЯ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

Н.В. Шестакова

«Центр технического творчества и профессионального обучения»

Статья посвящена вопросам, связанным с изучением возможностей и особенностей применения методов манипуляции общественным сознанием в интернет-пространстве. Проанализирована актуальная политическая практика и приведены примеры использования в онлайн-пространстве манипулятивных технологий. Кроме того, переосмыслен ряд традиционных манипулятивных технологий применительно к особенностям их использования в Интернете. Так, мной актуализирована теория стигматизации Г. Бекера применительно к интернет-пространству и функционирующим в его рамках информационным сообществам. Доказывается, что сегодня в качестве «стигматов» активно используется такой инструмент, как хэш теги. Также показаны роль и особенности использования кибер симулякров как феномена манипуляционной деятельности в интернет-пространстве. Определены направления сетевого манипуляционного воздействия и задачи, решаемые манипуляторами в интернет-пространстве. По итогам исследования сделан вывод о том, что манипуляции в сетевом пространстве становятся одним из основных инструментов информационного противоборства между странами и обеспечивают необходимый транзит внешних ценностей, идей, символов и смыслов со стороны субъектов политического управления, разрушая при этом традиционное политическое пространство государств-мишеней. При этом одним из ключевых трендов в эволюции сетевого пространства является наращивание манипуляционного потенциала Интернета и разработка соответствующих коммуникационных механизмов и технологий убеждающей коммуникации.

Ключевые слова:

политическая манипуляция, общественное сознание, интернет-технологии, политическая коммуникация, убеждающая коммуникация, кибер симулякры.

Коммуникационные технологии в современной практике политического управления интенсивно используются для формирования моделей восприятия социально-политической реальности обществом, а также моделей массового поведения, рассчитанных на поддержание стабильности существующих политических режимов и достижении целей субъектов политического управления. В условиях информационного общества, характеризующегося потреблением огромных массивов информации при помощи телевидения, радио, массовой информации, а также онлайн-ресурсов (в первую очередь новостных сайтов, блогов, социальных сетей, новостных лент, RSS-каналов, форумов, комьюнити и т. д.) и мобильных устройств связи, такого рода модели выполняют функцию упорядочивания и структурирования сложной политической реальности для населения, упрощая картину мира, а также выступают в качестве инструмента выработки предсказуемых и управляемых шаблонов политического поведения в обществе. Зачастую эффективность функционирования политической системы государства во многом определяется успешностью формирования соответствующих общественных представлений о национальной политической системе, национальных лидерах и политических элитах, государственно-властных институтах, политическом процессе. Кроме того, характер поведенческих реакций населения на различные политические события внутри страны и за ее пределами во многом влияет на устойчивость и стабильность политического режима. Ввиду этого задачи формирования для общественного сознания простых объяснительных моделей социально-политической реальности и соответствующих им «безопасных» поведенческих реакций становятся одними их ключевых в процессе современного политического управления. Существенную роль приобретают технологии убеждающей коммуникации, рассчитанные на внедрение в общественное сознание необходимых и выгодных субъектам политического управления стереотипов, шаблонов, мнений и представлений (Дзялошинский, 2012, с.22–23), а также предполагающие воздействие на ценностно-смысловые характеристики общественного сознания (Колесникова, 2014, с. 13).

С каждым днем население стран потребляет все больше и больше информации, вступая во все новые и новые коммуникационные процессы, соответственно, все больше подвергаясь влиянию транслируемого по каналам массовой коммуникации контента, включающего в себя рекламные, пропагандистские, и иные составляющие. При этом следует отметить, что, помимо явного информационно-коммуникационного воздействия на целевые группы посредством агитации, пропаганды, политической рекламы и, в процессе политического управления активно применяются методы скрытого воздействия на сознание и поведение целевых групп — методы манипуляции. Как пишут Э. Аронсон и Э. Пратканис, «ежедневно нас буквально бомбардируют непрерывные потоки убеждающих сообщений. Причем чаще всего на нас влияют не логическими аргументами, а манипуляцией символами и нашими наи-более глубокими человеческими эмоциями» (Аронсон, Пратканис, 2003, с. 23). Отталкиваясь из этого нам представляется необходимым и важным рассмотреть феномен политической манипуляции применительно к возможностям его использования в процессе современного политического подчинения. Одним из первых о манипуляции общественным сознанием написал немецкий социолог Герберт Франке, который определил манипулирование как тайное влияние, наносящее ущерб тем лицам, на которых оно направлено (Кара-Мурза, 2008, с. 20). Сходного мнения придерживался и Г. Шиллер, считавший, что «для достижения успеха манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно, и сам факт манипуляции не отражен в памяти субъекта. Для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой ее присутствие не будет ощущаться» (Шиллер, 1980, с. 27–28). Ввиду высокой значимости манипуляционных технологий в современном политическом управлении феномен политической манипуляции подробно рассматривается и российскими учеными. Так, А. И. Соловьев определяет манипулирование как «особого вида информационное воздействие, направленное на сокрытие коммуникатором собственных целей, но при этом возбуждающее у объекта манипулятивного воздействия намерения, совпадающие не с его собственными желаниями, а с интересами данного коммуникатора. Иными словами, манипулирование — это тип скрытого, неявного информирования и программирования намерений реципиента, построенный на игнорировании его воли и относящийся к нему как к средству, орудию исполнения чуждых ему интересов» (Соловьев, 2006, с. 469).Как пишет Г. В. Пушкарева, «манипулятор всегда прибегает к скрытому воз-действию, лишая тем самым человека возможности критически воспринимать информацию, самостоятельно рассуждать и принимать решения» (Пушкарева,2014, с. 146).Таким образом, в качестве ключевой характеристики политической манипуляции как одной из форм информационно-коммуникационного воздействия специалисты выделяют неявный, скрытый для манипулируемого объекта характер. Исходя из этого политическое манипулирование можно определить как скрытое воздействие и управление политическим сознанием и поведением людей с целью их побуждения к определенным действиям в интересах субъекта политической манипуляции.

Разновидностью политического манипулирования представляется такое явное воздействие на объект манипуляции, истинная цель которого скрыта от объекта воздействия и подменена публичной псевдоцелью, не совпадающей с реальными намерениями субъекта манипуляции. Таким образом, целями политического манипулирования являются не явное влияние и воздействие на общественное сознание как объект манипуляции с одновременным сокрытием явных целей манипулятора для управления процессами завоевания, сохранения, распределения и реализация власти в политическом пространстве. При этом использование методов манипулирования в политическом управлении вполне объяснимо с позиций рационального выбора эффективных методов достижения политических целей. В большинстве случаев задачи манипуляторов в процессе политического управления сводятся в первую очередь к формированию у целевых групп определенных мнений, стереотипов, установок, предпочтений и убеждений, а также моделей поведения в интересах субъекта манипуляционного воздействия. Следует отметить, что, по мнению многих экспертов, в современном мире манипуляция общественным сознанием является одним из эффективных инструментов обеспечения политической стабильности в масштабах государств. Ведь стабильность любой системы, в том числе и политической, определяется в первую очередь таким параметром, как управляемость. Применительно к политическому управлению в качестве основного объекта выступает население стран, которое обеспечивает поддержку существующему политическому режиму либо же наоборот. В результате манипулятивное воздействие на объекту правления напрямую позволяет контролировать и параметры стабильности политической системы, изменяя критерий поддержки обществом существующего в государстве политического режима.

В условиях информационного общества современные средства массовой информации и доступные им технологии массовой коммуникации обладают значительным потенциалом и предоставляют широкие возможности для манипулирования общественным сознанием со стороны субъектов политического управления, оказывая существенное влияние на оценку и восприятие социально-политической реальности и отдельных ее составляющих — политических событий, процессов и явлений — целевыми аудиториями манипуляционного воздействия. При этом формируемые в общественном сознании представления о социально-политической действительности, политические позиции, занимаемые различными общественными группами, во многом зависят непосредственно от средств массовой информации, выступающих в качестве основных каналов трансляции контента, необходимого для осуществления манипуляционного воздействия. В связи с этим нам близка точка зрения Герберта Маркузе, согласно которой «отключение телевидения и подобных ему средств информации могло бы дать толчок к началу того, к чему не смогли привести коренные противоречия капитализма — к полному разрушению системы» (Маркузе, 2003, с. 505).В зависимости от содержательных особенностей собственной общественно-политической позиции различные средства массовой информации могут формировать порой совершенно противоположные модели восприятия одних и тех же политических событий, фактов, явлений и процессов.

Современный человек живет не только во внешнем материальном мире, но и в глобальном информационном поле. И если в древности информационная экспансия была связана с распространением этноязыкового или религиозного влияния, то в современном мире к культурной экспансии (например, американизации, вестернизации) ведут перемещения не столько людей, сколько информации. Процессы такого рода могут оцениваться как культурный империализм или информационная агрессия [13].

Информационное пространство, окружающее человека, во многом определяет формирование его «картины» или «модели» мира. Модель мира — это «сет — ка координат, при посредстве которой люди воспринимают действительность и строят образ мира, существующий в их сознании» [11: с. 15]. Таким образом, реальная действительность отражается в виде картины мира, которая структурируется при помощи и посредством модели мира. В качестве моделирующих структур могут выступать также: язык, мифология, религия, искусство, наука и прочее. Однако в современном обществе, роль информационных технологий, влияющих на формирование картины мира, возрастает, и поглощает в себя или вытесняет другие моделеобразующие структуры. Именно поэтому так важно изучать влияние информационного пространства на развитие формирующейся психики детей и подростков.

Трудно представить жизнь современной российской семьи без телевидения. Телевидение — это «окно во внешний мир» и при разумном подходе оно может выполнять функции образовательного, развлекательного и воспитывающего характера. С помощью телевидения у детей формируется «об — раз мира», понятия о добре и зле, справедливости и дружбе и представления о других социальных явлениях. Но почему все чаще и чаще психологи бьют тревогу о массовом пристрастии детей к телевизионным просмотрам? Появилось даже такое выражение «экранные дети». Может быть это надуманная проблема? Попытаемся ответить на этот вопрос.

Результаты исследования показали, что дети старшего дошкольного возраста проводят у экранов телевизора в среднем от 2 до 6 часов в день. При этом наибольшее количество времени приходится на вечерние часы — с 18 до 22 часов. Обращает на себя внимания тот факт, что дети, которые не посещают детский сад, находятся у экранов телевизоров в 2 раза больше, чем дети, посещающие детское дошкольное учреждение. То есть привычку постоянного просмотра телевизионных программ они приобретают вместе с родителями, прежде всего с не работающими мамами или бабушками. Выявилась тенденция, заключающаяся в том, что дошкольники проявляют особый интерес не только к детским программам, мультипликационным фильмам, но и к художественным, детективным фильмам, адресованным взрослой аудитории, а также информационным программам, типа «Петровка–38», «Дорожный патруль», «Чрезвычайные пришествия» и тому подобное.

Возможно, мы услышим голоса оппонентов: ну и в чем проблема? Телевидение — это «окно в мир»! Пусть знакомятся с современной действительностью! Однако мы проанализировали 100 часов телевизионных программ ведущих каналов российского телевидения. Каковы же результаты? В среднем на 1 час телетрансляции приходится 4 сцены насилия и эротики. То есть каждые 15 минут российский ребенок видит на экране акт насилия, агрессии или эротическую сцену. В утренние часы в среднем транслируется 3 сцены насилия за 1 час телевещания. Доминирующий жанр, в котором транслируется акт насилия и агрессии — художественный фильм. На его долю приходится 57% от всех сцен насилия. Из 29 художественных фильмов, показанных по телевидению, только в одном не было сцен агрессии. Обращает на себя внимание натуралистичность показа насилия, то есть подробный показ жертв, окровавленных труппов, кровавых драк, отрубленных голов, похищения людей и тому подобное.

Чем опасно такое телевидение для ребенка?

Во-первых, необходимо сказать об особой впечатлительности и способности к внушению детской психики. Кино и телевидение влияют на человека во многом на бессознательном уровне [9, 10, 12, 18, 19]. Только часть информации, которая воспринимается ребенком, воздействует на сознание. Образы, звуки, знаки и символы оказывают внушающее воздействие. Например, раскаты грома, звуки камнепада, завывающей метели и тому подобное вызывают такие эмоции, как страх или ощущение ужаса. Помимо явной демонстрации насилия кинематографом активно используется имитационное (неявное, неочевидное) насилие. Как писал С. М. Эйзенштейн [19], насилие, которое присутствует ритмами своего переживания в конструкции произведения (снятие пространственной дистанции вплоть до ощущения невыносимой близости надвигающегося ужаса и тому подобное). Например, надвигающийся на зрителя поезд вызывает у ребенка страх быть раздавленным. Сцены убийства внутри наглухо закрытого помещения, запертые двери, ключ в замке с внутренней стороны, напряженный звук сердцебиения, который не осознается зрителем, — все это способствует развитию чувства постоянной тревоги и опасности. Защищаясь от этих неприятных эмоций, ребенок вытесняет их в бессознательную часть психики. Взрослый может сразу и не заметить каких-либо явных изменений в по — ведении или реагировании ребенка. Часто родители отмечают, что их дети любят смотреть детективные фильмы или фильмы с элементами насилия. Однако те неприятные эмоции и увиденные страшные образы или звуки, которые воспринимает ребенок с экрана, хранятся в области неосознаваемого и могут беспокоить малыша в виде снов, страхов, повышенной тревожности или невротических симптомов. Выдающийся русский психиатр В. Бехтерев еще в начале XX века отмечал, что достаточно иногда неосторожно произнесенного при ребенке слова о совершении убийства или другом каком-либо тяжелом происшествии, чтобы ребенок тревожно спал или даже подвергся ночному испугу или кошмару [3]. Анализ страхов современных дошкольников 6 лет показывает их превышение в среднем на 8 пунктов от возрастной нормы. При этом в перечне страхов у дошкольников появились нехарактерные для данной возрастной группы страхи: страх темноты и страх остаться одному в комнате. Эти страхи характерны для детей более раннего возраста и, как правило, не были типичными для 6-летних детей. Кроме того, были выявлены и такие страхи, как боязнь быть похищенным, страх оказаться в тюрьме, страх быть взорванным террористами. В качестве подтверждения полученных нами данных, можно привести пример из современной жизни российских детей. После многочасовой трансляции по российскому телевидению трагедии, которая случилась в школе Беслана, многие психологи в России отмечали массовое обращение родителей за психологической помощью. У детей, прежде всего младшего школьного и дошкольного возраста, был сформирован страх посещения школы и страх террористических актов. В течение нескольких дней вся страна была прикована к телевизионному экрану, но никто не позаботился оградить детей России от этой страшной и чудовищной видеоинформации. При этом по телевидению, радио, в школах и детских садах родители не были проинформированы о негативном влиянии такой информации на психику ребенка.

Психиатры еще в начале ХХ века отмечали, что достаточно одного увиденного истерического припадка или эпилептического приступа среди детей, чтобы в известных случаях развилась судорожная эпидемия, захватывающая нескольких школьников (В. Бехтерев, З. Фрейд и другие). Однако эти предостережения до сих пор не услышаны. В подтверждение сказанного, следует вспомнить о массовом заболевании детей на Кавказе в декабре 2005 года. Всего за медицинской помощью обратились более 80 детей и подростков. По сообщению РИА Новости, комиссия Института судебной психиатрии имени В. П. Сербского пришла к выводу, что массовое заболевание чеченских детей вызвано не отравлением, а представляет собой психическое расстройство. Причиной массового распространения болезни стал эффект психологического «заражения», когда одному человеку становится плохо, это передается второму, третьему и так далее, вследствие чего возникают обморочные состояния, затем судорожные реакции. При постановке диагноза и выявлении причины случившегося заболевания детей на Кавказе специалисты института судебной психиатрии обратили особое внимание на роль телевидения, способствующего развитию эффекта психического заражения при постоянной демонстрации сцен насилия, убийств, террора и так далее. Практически через сто лет не потеряли актуальности слова выдающегося российского ученого В. Бехтерева, выступающего перед педагогической общественностью на 1-м Международном педологическом конгрессе в Брюс — селе в 1911 году: «Эту исключительную впечатлительность ребенка никогда не следует забывать в такого рода вопросах, как охрана душевного здоровья, так как эти же условия дают основу и для здорового воздействия на ребенка путем примера, возбуждающего подражание, и путем внушения» [3 с. 174].

Во-вторых, необходимо сказать об «эффекте привыкания» и заразительности агрессивного поведения. Постоянный просмотр сцен насилия притупляет эмоциональные чувства детей, они привыкают к жестокости, у них формируется равнодушие к человеческой боли. Если через каждые 15 минут на экране российского теле — видения транслируется боль или насилие, то через какое-то время ребенок воспринимает это как норму. У него формируется эталон эмоционального реагирования. Можно предположить, что бездуховность и особая жестокость современных подростков во многом связаны с эмоциональными, нравственными и моральными эталонами, которые были сформированы у них обществом, и прежде всего телевидением. Исследования зарубежных психологов (А. Бандура, Л. Берковец и другие) показали, что, если в лабораторных условиях ребенка-дошкольника подвергать воздействию видеоинформации, связанной с насилием, он сразу после этого начинает вести себя агрессивно. Это вызвано тем, что дети склонны имитировать поведение, получившее положительное подкрепление. Например, агрессивный герой мультика становится героем, и никто его не осуждает. По мнению психологов, при виде экранных драк у юных телезрителей развивается определенный способ понимания агрессии, то есть создается определенный сценарий действий, который не осознается ребенком. Однако столкнувшись с трудностями во взаимоотношениях с людьми, ребенок вспоминает сценарий агрессивного поведения, который он видит постоянно на экране, и этот сценарий подсказывает ему вероятный ход действий [1, 2].

Возникает вопрос: «Многие дети смотрят телевизор, но почему не все из них агрессивны?». В процессе одной и той же деятельности, отмечает Л. И. Божович, могут формироваться разные качества, разные психические процессы, так как ребенок усваивает лишь то из окружающей действительности, что отвечает его потребностям [4]. Эти потребности во многом определяет семья и общение со сверстниками. Дети учатся агрессивному поведению также на основе подкрепления агрессивных моделей поведения в семье, детском саду, школе. Однако исследования Х. Хекхаузена показали, что дети, которые в семье чаще подвергаются наказанию, во-первых, вообще больше смотрят телевизионные программы; во-вторых, в качестве любимой передачи они отмечают большое количество программ, в которых присутствует насилие, а в качестве любимых телегероев они выбирают тех, которые наиболее агрессивны [2]. Ведущие страны мира в целом стремятся соблюдать Конвенцию Прав Ребенка, в которой статья 17, гласит: «Способствовать тому, чтобы масс-медиа распространяли информацию о социальной и культурной помощи детям, поощрять развитие соответствующих рекомендаций для предохранения ребенка от информационных материалов, приносящих вред его благополучию». Именно поэтому был введен запрет на показ сцен агрессии и насилия, а так — же эротики на телевидении в дневное и вечернее время во многих странах мира (США, Великобритания, Израиль и другие). Демонстрация этих сцен разрешалась, в основном, на платном кабельном телевидении. Однако в Рос — сии до сих пор данный вопрос вне должного внимания.

В-третьих, настораживает «романтизация» отрицательных героев многих художественных фильмов, которые смотрят дети вместе с родителями. Например, после просмотра художественного фильма «Бригада» воспитатели детских садов отметили, что большое количество детей стали использовать сценарий фильма в своих сюжетно-ролевых играх. Имитации повергались, в основном, только агрессивные сцены фильма. При этом 46% детей пытались подражать главным героям в движениях, 29% — в мимике, 18% — в поступках. Романтизация негативного образа жизни приводит к формированию у ребенка соответствующих нравственных образцов поведения. Иногда родители считают, что ребенок воспринимает фильм так же, как взрослый. Однако это не соответствует действительности. Ребенок еще не понимает метафор, не может правильно понять происходящих событий на экране, так как мышление у ребенка-дошкольника ─ наглядно-действенное и наглядно-образное. Он улавливает лишь основную линию сюжета и конкретное поведение. Ребенку — дошкольнику недоступно, например, понимание «мук совести» или «душевные метания» главного героя. Он не может самостоятельно понять причину несоответствия поступков и слов героев фильма. Именно поэтому ребенок копирует не «благородные слова» героя, а конкретные его негативные или агрессивные поступки. Выдающийся русский психолог Л. С Выготский писал, что «…ситуация будет влиять на ребенка по-разному в зависимости от того, насколько ребе — нок понимает ее смысл и значение…Ясно, что ребенок, который понимает, что такое смерть, будет реагировать на это иначе, чем ребенок, который вообще не понимает, что здесь произошло….влияние среды на развитие ребенка будет измеряться среди других прочих влияний также степенью понимания, осознания, осмысления того, что происходит в среде» [5: с. 100].

В-четвертых, необходимо отметить, что современное телевидение не способствует умственному развитию детей. На долю развивающих программ в российском телевидении отводится от 1,5% и до 3% эфирного времени. Сравним с рекламой, ей предоставляется 23% телевизионного времени. На экране практически отсутствуют программы, ориентированные на детей дошкольного возраста. Исключение программа «Спокойной ночи, малыши». Однако и в этой программе не учитываются основные особенности детской психики. Например, то, что ребенок лучше всего запоминает ту информацию, которая была показана в начале и в конце программы. В современном законе о рекламе было разрешено включать в начало и конец детских программ рекламные видеоролики. Поэтому ребенок больше будет помнить о каком-нибудь шампуне или детской косметике, чем о содержании увиденного мультика. Кроме этого, телевидение способствует интеллектуальной пассивности ребенка. Информация подается в готовом виде, она не требует усилий воображения и анализа. Большинство родителей отмечают, что дети не хотят, чтобы им читали книги, они предпочитают смотреть сказки по видео. Для родителей значительно удобнее поставить для просмотра мультик, чем тратить время на прочтение ребенку книги. Этот подход тормозит развитие психических функций ребенка. Замедляется развитие речи и мышления, не развивается воображение, так как все дано в готовом виде. При этом нет тесного эмоционального контакта ребенка и родителя. Не происходит обсуждения прочитанного текста и не развивается у ребенка стремления самому научиться читать. Этот, казалось бы, легкий путь в воспитании впоследствии приводит к плачевным результатам при поступлении ребенка в школу. Ребенок не приучен к книге, он не может сконцентрироваться на тексте, у него не развито воображение, несвязная речь.

В-пятых, следует остановиться на воздействии рекламы на психику ребенка. Опрос матерей детей раннего и дошкольного возраста показал особо сильное влияние рекламы на поведение ребенка. Многие дети отказываются есть или одеваться, если перед их взором не мелькают кадры рекламы. Многие мамы свидетельствуют, что реклама стала удобным средством, чтобы справиться с непослушным ребенком. Ребенок замолкает, смотрит на экран, как загипнотизированный. Парадоксально, но это вполне устраивает родителей, так как при показе рекламы ребенок становится послушным, и родители в это время одевают или кормят ребенка. Но в чем же опасность рекламы? Прежде всего, необходимо отметить, что в этот период детства у ребенка особенно бурно развивается такая психическая функция, как восприятие. То есть психика особенно остро восприимчива к ярким образам, мельканиям, быстрой смене и красочности наглядного образа и так далее. Именно поэтому ребенок так реагирует на рекламу. Однако постоянный просмотр рекламы формирует у него психологическую зависимость, которая возникает в результате искусственного стимулирования и перевозбуждения нервной системы. Это, в свою очередь, может привести к дисгармонии мозговых ритмов, их сбою, который может произойти благодаря эффекту «мелькания» видеокадров. От рекламы можно защититься, считает известный итальянский ученый А. Манегетти, научившись соблюдать правила гигиены во всей гамме нашего восприятия. «Врачи приучили нас соблюдать правила биологической и физиологической гигиены, а психологи должны обучать гигиене чувствительности. Нужно приучить людей — особенно в сфере педагогики — к мысли о том, что существует гигиена ума в процессе восприятия» [12: с. 367].

Отдельно рассмотрим современное российское телевидение с точки зрения показа мультипликационных фильмов. Анализ показал, что российские мультипликационные фильмы, которые можно назвать классикой мировой мультипликации и в которых задействованы выдающиеся артисты и художники, на ведущих каналах телевидения (исключение – канал «Культура») показывают в 90% случаев в самые утренние часы, то есть с 6 до 8 часов, когда основная масса детей еще спит. Зарубежные мультфильмы начинают транслировать в дневное время с 12 до 18 часов, при этом их эфирное время увеличивается почти в два раза. Анализ зарубежных фильмов с точки зрения их содержательности не выдерживает никакой критики. Они изобилуют, в основном, сценами насилия, агрессии, манипулирования, обмана и тому подобное. Ребенок, который смотрит мультфильм, идентифицируется с его героями. Важность процесса идентификации с реальными или воображаемыми носителями моральных образцов и правил подчеркивали такие исследователи, как Л. И. Божович, М. И. Бобнева, Н. И, Судаков, С. Г. Якобсон, и другие. Поэтому очень важно, какой мультфильм смотрит ребенок — классику российской или зарубежной мультипликации или низкопробный зарубежный мультфильм. К сожалению, наш российский экран на 80% эфирного времени, отведенного на мультипликацию, заполонен зарубежными мультфильмами очень низкого качества, как с художественной точки зрения, так и с содержательной. Благо — даря, казалось бы, «положительным» героям этих мультфильмов дети учатся решать конфликтные ситуации неприемлемым, но привлекательным для детей способом: с помощью драки, агрессии, обмана. Поэтому не случайно, что любимыми мультипликационными героями современных дошкольников стали: Человек-паук (абсолютный чемпион), Терминатор, Шрек, Черепашки — ниндзя, Том и Джерри, Бэтмэн. При этом дети не назвали ни одного героя российских мультипликационных фильмов. Многие зарубежные мультипликационные фильмы ориентированы на формирование у детей прежде всего чувства потребительства. К примеру, диснеевские истории о дяде Скрудже и его утятах-племянниках сводятся в основном к поиску путей обогащения, внушая маленьким зрителям главную мечту и заповедь рыночного общества. Между тем, по наблюдениям известного американского социолога Джульет Скор, дети, увлекающиеся культурой, потребите — ля, со временем вырастают в депрессивных и одиноких подростков [15]. За редким исключением, зарубежные мультфильмы, которые демонстрирует российское телевидение, отличаются высокой художественной ценностью и высоким нравственным содержанием. Просмотр мультфильмов во многом определяет и предпочтения ребенка в выборе детских игрушек. Среди самых популярных игрушек, которые современные дети приносят в детский сад, оказались: черепашки-ниндзя, роботы, человек-паук и атрибуты к нему, различные маски, копирующие героев зарубежных мультфильмов. Эта тенденция опасна для детской психики. Дело в том, что зарубежные мультфильмы используют в большей мере не куклы-символы, в которых воплощены архетипы культуры и культурные герои, а куклы-манипуляторы, образы-оборотни, разрушающие устоявшуюся архитектонику культуры и негативно влияющие на психику ребенка. Игрушка, по мнению психологов, имеет колоссальное значение в развитии ребенка. Кукла для ребенка выступает в качестве «заместителя идеального друга», она несет в себе эталон нравственного поведения. Ребенок сосредоточивает на игрушках весь свой моральный опыт [6, 14]. Именно поэтому родителям и педагогам так важно контролировать, какими игрушками играет ребенок, а государству следить за их промышленным выпуском и торговлей игрушками для детей.

Я постаралась ответить на поставленный в начале статьи вопрос: чем опасно современное телевидение для ребенка-дошкольника? Однако мы не предлагаем исключить современные плоды цивилизации из жизни ребенка. Мы призываем обратить на данный вопрос особое внимание и проявить заботу об информационно-психологической безопасности детей и подростков.

Проблема информационно-психологической безопасности личности на — зрела как никогда. Однако актуальность этой проблематики начала осознаваться обществом лишь в последнее десятилетие (Г. Г. Почепцов, А. А. Деркач, Б. Ф. Поршнев, Г. И. Иванин, Г. В. Грачев и другие). Первая научно-практическая конференция по проблемам информационно-психологической безопасности, проведенная в 1995 году Институтом психологии Российской академии наук, показала важность этой проблемы, ее многогранность, сложность и не разработанность [17]. Исследования, которые были проведены в последнее время, касаются, прежде всего, информационно-психологической безопасности в военной и политической сферах [7, 8, 16, 17]. Однако проблема информационно — психологической безопасности детей и подростков до настоящего времени в научно-теоретическом и практическом плане практически не разработана. Полученные нами результаты свидетельствует о необходимости осознания реальной информационной угрозы, нависшей над российскими детьми и необходимости разработки данной проблематики.

Материал частично взят из: Вестник МГПУ Серия «Педагогика и Психология» № 3 (26) (Visited 731 times, 1 visits today).

**Литература**

*Арендт X.*Vita activa*, или* О деятельной жизни.

СПб*.:* Алетейя, 2000. 437 с.

*Аронсон Э., Пратканис Э. Р.*Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. СПб., Прайм-ЕВРОЗНАК. 2003. 384 с.

*Бернейс Э.* Инженерия согласия // Полис. 2014, №4. С. 122–131.

*Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляция. М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.

*Борецкий Р. А.* В Бермудском треугольнике ТВ. Р. А. Борецкий. М.: Икар, 1998. 204с.

*Дзялошинский И. М.* Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 572 с.

*Кара-Мурза С. Г.* Манипуляции сознанием. М.: Эксмо, 2008. 832 с.

*Колесникова Г. И.* Социальный механизм манипуляции сознанием личности. М.: Директ-Медиа, 2014. 272 с.

*Короченский А. П.* Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ // Жур-налистика и медиарынок. M.: 2006, №12. С. 44–46

*Маркузе Г.* Одномерный человек // Эрос и цивилизация. Одномерный человек. М.: АСТ,2003. 528с.

*Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: Едиториал УРСС, 2002. 240 с.

*Пушкарева Г. В.* Политический менеджмент. М.: Юрайт, 2014. 365 с.

*Соловьев А. И.* Политология. Политическая теория. Политические технологии. M.: Аспект-Пресс, 2006. 559 с.