



## Влияние телевидения на развитие детей: опыт позитивного моделирования

**О.И. Маховская**

кандидат психологических наук



**Ф.О. Марченко**

кандидат психологических наук

УДК 654.197

АННОТАЦИЯ

*История психологических исследований эффектов телевидения показывает, что оно влияет не только на взгляды, но и на развитие личности ребенка в целом. Исследователи и производители ищут пути моделирования позитивных эффектов на детское развитие. В статье на примере образовательной программы «Улица Сезам в России» показано, как с помощью сценариев можно сформировать социально-значимые представления, первичные навыки солидарности у детей 4–6 лет. Опыт научно-обоснованного моделирования установок и понятий у дошкольников может быть использован в производстве специализированных детских каналов.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

социализация,  
коммуникация,  
сценарий,  
солидарная  
установка,  
телевидение,  
восприятие,  
дошкольники,  
дети-инвалиды,  
дети-сироты

### Исследования социально-психологических эффектов детского телевидения

Мощным источником распространения новых, позитивных, социально-значимых моделей поведения детей могут стать телевидение и интернет. Телевидение до сих пор выполняло прямо противоположную роль. В условиях, когда родители заняты подработками, дети часто остаются на воспитании «теленяни». Мы растим «экранное поколение» с ложными (стереотипными, случайными, противоречивыми) ориентирами.

Для первых исследователей влияния СМИ на зрителей масс-медиа представлялись чем-то похожим на «информационную пушку»: считалось, что аудитория беззащитна перед потоком

Исследование проведено при поддержке гранта РГНФ N 13-03-00187 а.

массовой информации. С этих позиций проводились и первые эксперименты по выявлению эффектов воздействия телевидения на юных зрителей. Со временем подобная точка зрения становилась все менее популярной, появлялись новые научные концепции, на передний план вышел конструктивный потенциал ТВ.

В истории психологических исследований влияния телевидения на детскую аудиторию можно выделить четыре этапа:

1. **Медиацентрированные исследования** с середины 60-х годов XX века исходили из того, что телевидение тотально определяет детское развитие и поведение. Качество программ оценивалось «экспертами», влиятельными медиаперсонами, организаторами телевидения и детскими психологами. Ключевыми, для исследований эффектов воздействия ТВ, становятся теория и возрастная периодизация Ж. Пиаже.

2. **Детоцентрированные исследования** с конца 70-х годов XX века главное внимание направляли на изучение того, чем занимают дети во время просмотра телепрограмм, насколько им интересны сюжеты. Начинают активно применяться этнографические методы, включенное наблюдение, мини-интервью, видео- и аудио-запись. Критерием оценки качества программ для детей становится уровень включенности (involvement) юных зрителей в просмотр программы и уровень понимания ее содержания.

3. **Социоцентрированные исследования** с середины 80-х годов XX века в качестве важных факторов, опосредующих (амортизирующих) восприятие детских телепрограмм, избирают различия в социально-экономическом положении семей, этническую и культурную принадлежность, уровень образования детей.

4. **Экзистенциально-ориентированные исследования** с середины 90-х годов XX века фокусируются на отсроченном влиянии детского телевидения на судьбы детей в продолжительной перспективе. Проводятся лонгитюдные исследования, тестирование, ретроспективные опросы, на основании которых создаются базы данных активных зрителей детских программ.

Проведенные исследования позволили накопить солидную базу правил и приемов, которые могут быть использованы создателями ТВ-контента для усиления тех или иных сторон своего продукта.

В дошкольном возрасте, когда абстрактное мышление еще не сформировано, процессы восприятия во многом сводятся к процессам визуального узнавания<sup>1</sup>. Психологическая близость ребенка-зрителя и ребенка-героя обусловлена внешним сходством. Герой должен быть одинакового возраста, пола и делать что-то знакомое и понятное, чтобы заинтересовать ребенка-зрителя.

<sup>1</sup> Кудрявцев В.Т., Уразалиева Г.К., Кириллов, И.Л. Личностный рост ребенка в дошкольном образовании. М.: Макс-Пресс, 2005. 390 с.

## Сценарий в детской образовательной программе

Для достижения максимизации запрограммированного эффекта на детскую аудиторию применение психологических закономерностей должно начинаться еще на этапе создания сценария будущей программы.

Интерес к сценариям в гуманитарных науках возрожден теорией габитуса французского социолога Пьера Бурдьё. Под габитусом он понимает скрытые, плохо осознаваемые сценарии, которые влияют на поведение детей, несмотря на усилия всех институтов воспитания и образования. Неосознанные или плохо артикулированные в сознании людей сценарии (архетипы) интересовали раньше психоанализ (З. Фрейд и его последователи). Они стали предметом описаний в транзакционном анализе (Э. Берн). Оба подхода пытались инвентаризировать культурные сценарии, ограничив их количество.

В отечественной культурно-исторической традиции указывалось на то, что, осваивая сценарии, обучаясь мыслить сюжетно, человек овладевает своим поведением и формирует свою биографию<sup>2</sup>. Сценарии можно отнести к «культурно-историческим инструментам» (Л. Выготский), с помощью которых взрослые учат детей овладевать своей внутренней и внешней деятельностью. Психологи, последователи М. Бахтина рассматривают сценарии как сложную ментальную репрезентацию, отражающую стратегии взаимодействия «акторов», их идентичность, совместные цели, действия, скрытые установки. В сценарии включены позиции героев программ (их амплуа), их идентичность, «инструкции» поведения в драматургически важных ситуациях.

Очевидно, что сценарии различаются по уровню обобщения, культурной значимости и распространенности. Сценарии большой общекультурной значимости отражают типичные для современников конфликты. Типичный производственный процесс на телевидении начинается с автора программы и сценаристов, которые создают концепцию и формат программы, а также базовые или «образцовые» сценарии. Психологический анализ и моделирование сценариев телепрограмм — новая научно-практическая задача, у которой на сегодняшний день складывается и своя теоретическая предыстория.

В своей оценке телевизионного производства и его потенциала мы опираемся на многолетний опыт консультирования и экспертизы детских телевизионных проектов. Первым нашим опытом стала известная в мире образовательная программа для детей-дошкольников «Улица Сезам», четвертый сезон которой вышел на телевизионные экраны на канале «СТС». «Улица

<sup>2</sup> Лотман Ю. Структура художественного текста. М., 1970. 288 с.

Сезам» — это продукт американской компании Sesame Workshop, политика которой состоит в том, чтобы при разработке содержания программ основываться на данных полевых исследований, учитывать запросы и образовательные традиции страны показа.

**Общие требования к сюжетам детских программ в рамках проекта «Улица Сезам», которые выработались с опытом:**

- Они должны учитывать лексику детей.
- Отличаться простотой и ясностью изложения. Используется прием многократного упрощения сюжета несколькими специалистами, участниками сценарной и исследовательской групп.
- Они должны учитывать возрастные особенности детей, их уровень понимания, возможности усвоения и устойчивости внимания. Для тех сценаристов, которые пишут для детей, разработаны и подвергаются постоянному контролю психологические требования к написанию сюжетов, образцы удачных сюжетов и видеороликов.
- Сюжеты пишутся при участии двух супервизоров — шеф-редактора, который контролирует соблюдение требований драматургии, и психолога-исследователя, отслеживающего требования психологического соответствия возрасту, образовательным задачам проекта.

В четвертом сезоне (2006–2007) для моделирования в качестве ключевых тем было выбрано общение с двумя группами риска — детьми-сиротами и детьми-инвалидами. Общая концепция сериала состояла в том, чтобы на основании данных исследования разработать персонажи, значимые ситуации и поведение в них, которые бы демонстрировали дошкольникам как можно помочь, подержать, пригласить к игре ребенка из группы риска. Основным

персонажем сезона был усыновленный мальчик-шестилетка Коля, а в гости к детям на улицу Сезам приходили и приезжали дети из разных социальных и этнических групп, в том числе и дети-инвалиды. В помощь режиссерам проводилось тестирование четырех сюжетов, в которых обыгрывались темы усыновления и инвалидности.

Нам нужно было доказать, что показ и обсуждение телевизионных сюжетов, в которых подробно рассказывается о детях с ограниченными возможностя-

Персонажи международного образовательного проекта «Улица Сезам»



ми или детях-сиротах, приводит к формированию солидарных установок у детей-дошкольников.

Солидарная установка у дошкольника проявляется в его готовности играть в ролевую игру с героем-инвалидом или героем-сиротой. Для такого выбора важны факторы психологической близости, сходства с героями сюжетов. Это может проявляться в узнавании общих игрушек, одинаковом возрасте, симпатии и интересе к герою.

### Основные вопросы исследования:

- Проверить насколько выбранные темы, герои, сценарии и отснятые по ним сюжеты понятны, интересны дошкольникам?
- Каков уровень спонтанного понимания у дошкольников, кто такие дети-сироты и дети-инвалиды?
- Какова психологическая дистанция между детьми-героями сюжетов, их сверстниками, насколько подробно они воспринимают их?
- Может ли после просмотра и обсуждения сформироваться понятие о сиротстве и инвалидности?
- Готовы ли дети играть с героями сюжетов, насколько они мотивированы общаться?

**Участники:** в исследовании принимало участие 6 групп дошкольников 4, 5 и 6 лет из обычных детских садов Москвы и Воронежа, по 10 человек в каждой группе, примерно сбалансированной по полу и возрасту.

**Стимульный материал:** скриншоты (видеокадры) основных персонажей сюжетов, адаптированные для чтения вслух сценарии сюжетов, видеоролики с сюжетами, изображение инвалидной коляски.

### Организация и методы исследования

Проведение видеосессий в детских садах — новый метод, равно как и интервьюирование маленьких зрителей. В качестве дополнительного поощрения (мотивации) детям дарились мягкие игрушки в конце сессий. Перед началом сессии проводилась **разминка**, в ходе которой детям раздавались значки с их именами, предлагалось «написать» имя или слово, чтобы дети могли продемонстрировать свои способности.

Результаты пересказа сюжетов оценивались количественно благодаря кодированию текстов интервью. Учитывались такие показатели, как:

- «Воспроизведение названий сюжетов».
- «Описание и понимание сюжета в целом».

- «Воспроизведение имен персонажей».
- «Понимание мотивов существенных действий персонажей сюжета».
- «Понимание, чем закончилась игра» и т. д.

Набор показателей для каждого из сюжетов определялся отдельно. Сюжеты оценивались и сопоставлялись по шкале «эмоционально — информативно», «понятно — не понятно». Сопоставление давалось в относительных, комплексных показателях. Чем больше ответов на вопросы давали дети, тем более ясным, понятным и информативным был сюжет. Чем больше экспрессивных реакций и оценочных суждений вызывает сюжет, тем более он эмоционален. При оценке сюжетов мы опирались на интуитивное ощущение баланса между занимательностью и информативностью сюжета.

Косвенная оценка вовлеченности детей в просмотр программы осуществлялась с помощью синхронной видеосъемки с перерывами в 15 секунд и оценки видеоклипов с использованием EOS (eyes-on-screen) индекса. Характеристики, которые оценивались, базировались на — направленности взгляда ребенка (на экран, в сторону, на своего сверстника, на исследователя), содержании и модальности (позитивная — негативная) эмоциональной реакции, поведении детей во время просмотра (играет, хлопает в ладоши и т. д.).

Зелибоба. Персонаж международного образовательного проекта «Улица Сезам», созданный специально для России. Психологический статус — мальчик четырех лет



### Обсуждение результатов:

1. У дошкольников не были сформированы представления о сиротстве и инвалидности: ни стереотипные, ни элементарные. Но к счастью, из-за того, что взрослые обычно не говорят с детьми на эти «острые» темы, у них не сформированы и негативные стереотипы.

Большинство участников исследования совсем не знали, что означает слово «усыновление» (90%). До проведения исследования только 10% ответили: «Это, когда детей усыновляют». Относительная осведомленность значительно увеличивалась по мере взросления детей: 0% для 4 и 5 лет, до 30% для 6 лет. В целом контактность и уровень понимания у детей быстро нарастали. Среди тех, кто был знаком со словом «усыновление», никто, однако, не понимал точного значения этого слова. Они говорили, что усыновление — это «когда усыновляют», но им непонятна была предыстория усынов-

ления, то, что дети рождаются одними родителями, а живут в другой семье. Дети усваивали и другие существенные признаки усыновления: «ребенок становится членом семьи», «раньше он жил в детском доме», «его родила мама, а потом она не смогла воспитывать», «ребенка взяли из детского дома, где много детей без родителей».

В целом дети не демонстрировали негативного отношения к «усыновлению», не связывали понятия «бедность» и «сиротство», не считали, что усыновленные дети — это ущербные дети, то есть не воспроизводили стереотипов, которые прививаются взрослыми.

2. Дети всех возрастов (83%) знакомы с общим видом инвалидной коляски. Дети узнавали инвалидную коляску, предъявленную им на слайде, но 46,7% детей считали, что она предназначена для временного пользования, например, если ребенок или взрослый сломает ногу. Только 26,3% детей шестилетнего возраста предполагали, что инвалидная коляска для инвалидов, то есть для людей, которые испытывают постоянные проблемы с передвижением. А 6,7% вспоминали, что такие коляски предназначены для старых людей, «которые уже не могут ходить».

3. Никакой шоковой реакции у детей не вызывала информация об усыновлении и инвалидности. Можно предположить, что страхи вокруг проблемы усыновления, которые демонстрируют взрослые, являются навязанными, «выученными», «приобретенными».

4. После просмотра сюжетов на темы усыновления и инвалидности дети получали более полное представление о том, что такое усыновление и инвалидность. Распределение в понимании было примерно таким: 25% 4-летних детей уверенно отвечали, что усыновление, «это когда ребенка берут в семью», но уже в группах шестилеток этот показатель возрастал до 85%. Шестилетки демонстрировали понимание того, что «ребенка берут навсегда», а не просто на праздники или выходные. Практически у всех детей показываемый персонаж вызывал яркие положительные эмоции и желание с ним познакомиться, поиграть.

5. Детям всех возрастных групп трудно запоминать и воспроизводить «историю» персонажей. Даже после рассказа о том, что усыновленный мальчик Коля раньше жил в детском доме, без родителей, а до этого у него были другие папа и мама, дети путали «детский дом» с «детским садом», а на вопрос: «Кто родители Коли?», указывали только тех, кого они видели на экране. Разработка сюжета с фотографиями из детского дома, где жил Коля, не привела к значительному увеличению детей, понимающих, что такое «детский дом». Детей больше интересовал сам мальчик,



Бусинка. Персонаж международного образовательного проекта «Улица Сезам», созданный специально для России. Психологический статус — девочка трех лет

возможность с ним поиграть, а не предыстория усыновления Коли.

У этих и других данных есть несколько важных образовательных последствий: дети открыто, положительно и с интересом относятся к любому новому персонажу приблизительно их возраста. У дошкольников слабо сформировано сюжетное мышление, они демонстрируют готовность выстраивать отношения «здесь и теперь», в «пределах видимости», опираясь не на знания о представителях других групп, а на чувство симпатии-антипатии и условную возможность играть со своим

сверстником: если ребенок-инвалид прикован к коляске, не может самостоятельно передвигаться, он вызывает меньше интереса.

Не обнаружено значимых гендерных различий в отношении детей-инвалидов и детей-сирот, персонажей сюжетов, несмотря на то, что все они были мальчиками.

### Корректировка ТВ-сценария по данным исследования

По настоянию психологов в телепрограмме были усилены акценты (через повторы разными персонажами), основанные на ряде выявленных положений: «усыновление» — это когда «детей берут жить в семью», «навсегда»; ребенок, которого берут в семью — «приемный сын»; у него появляются постоянные друзья, свой уголок, кровать, игрушки; а дядю Юру и тетю Дину, у которых он теперь живет, называют «папой» и «мамой». Отдельный сюжет был написан на тему «Детский дом», а в сценарий введены следующие признаки: «дети все время живут в детском доме, здесь они играют и спят»; «у Коли (персонаж сюжета) были мама и папа», но потом им пришлось оставить сына в детском доме и уехать далеко — работать. Новые папа и мама очень-очень хотели сына, они его любят и будут заботиться».

Индекс показателя EOS (eyes-on-screen) оказался у всех детей очень высоким, не ниже 73%, в среднем 93%. Предъявляемые сюжеты различались по степени эмоциональной вовлеченности детей, что позволяет сразу определить «слабое звено» в ряде сюжетов. Наиболее распространенными поведенческими реакциями оказались: смех, обращение к персонажам на экране, подпевание в такт. Низкие показатели EOS, отсутствие ярких эмоциональных реакций мы встретили, когда детям был показан сюжет, в котором герой был ребенком-инвалидом, но более старшего, чем они,

возраста — 12 лет. Опыт показал, что нейтральную реакцию и отсутствие интереса вызывает не сам факт инвалидности, а степень психологической близости с персонажем, возможность идентифицироваться с ним. Этот сюжет был удален из набора сюжетов для показа как неудачный. Хотя показатели вовлеченности формальные, сродни рейтинговому, создатели образовательных сюжетов исходят из того, что требования к привлекательности детских сюжетов более важны, чем в случае «взрослых» программ, так как у детей еще не сформировано произвольное внимание и рядом, как правило, не бывает взрослого, который мотивировал бы просмотр сюжетов ребенком.

Таким образом, образовательные телевизионные проекты, тематические сценарии и программы могут быть эффективными, психологически и культурно-обоснованными инструментами формирования положительного образа сверстников из групп риска. В сценарии могут быть заложены установки на солидарность с другими социальными группами, формироваться также социальные навыки взаимодействия, которые могут стать основой взаимодействия юных граждан из различных социальных групп. ■

---

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бурдые П. *Воспроизводство: элементы теории системы образования*. — М.: Просвещение, 2007. — 272 с.
2. Кудрявцев В.Т., Уразалиева Г.К., Кириллов И.Л. *Личностный рост ребенка в дошкольном образовании*. — М.: Макс-Пресс, 2005. — 390 с.
3. Лотман Ю. *Структура художественного текста*. — М., 1970. — 288 с.
4. Маховская О. *Коммуникативный опыт личности*. — М.: Институт психологии РАН, 2010. — 256 с.
5. Марченко Ф.О. *Психологические проблемы оценки качества детских телепрограмм // Психология и психотехника, ноябрь, № 11, 2011. — С. 74–84.*
6. Франкл В. *Человек в поисках смысла*. — М., 1990. — 366 с.

#### REFERENCES

1. Burdie P. *Vosproizvodstvo: elementi teorii sistemi obrazovaniya* [Reproduction: elements of theory of educational system]. — M.: Prosveshenie, 2007. — 272 p.
2. Kudryavcev V.T., Urazalieva G.K., Kirillov I.L. *Lichnostnii rost rebenka v doskolnom obrazovanii* [Personal development of a child in preschool education]. — M.: Maks-Press, 2005. — 390 p.
3. Lotman U. *Struktura hudojestvennogo teksta*. [The structure of the artistic text]. — M., 1970. — 288 p.
4. Makhovskaya O. *Kommunikativnii opit lichnosti*. [Personality and communicative experience]. — M.: Institut psihologii RAN, 2010. — 256 p.
5. Marchenko F.O. *Psihologicheskie problem ocenki kachestva detskih teleprogramm* [Psychological problems of evaluation of television programs for kids]. — *Psihologiya I psihotekhnika, noyabr, N11, 2011. — P. 74–84.*
6. Frankl V. *Chelovek v poiskah smisla* [Man's search for the meaning]. — M., 1990. — 366 p.

# TV impact on Children's development: Experience of Positive Modelling

***Olga Makhovskaya***

*Ph.D in psychology*

***Fyodor Marchenko***

*Ph.D in psychology*

UDK 654.197

**ABSTRACT:** Worldwide practice of TV educational programs for kids' production embraces results of psychological research of media effects on children's development. Despite noticeable progress of Russian children-oriented media (i. e. founding of federal TV-channel for kids "Karousel"), domestic producers don't take advantage of scientific findings in modelling and promotion of positive social attitudes in viewers.

History of psychological research of television effects on the viewer demonstrates that it affects both mindset and development of the child. Both researches and TV producers look for ways of moulding positive impact on children's upgrowth. This article features an example from educational program "Sesame street in Russia" that demonstrates how its scenarios can be used in shaping socially important attitudes and primary skills of socialization in children of 4–6 y.o. Proven track record of scientifically-justified construction of attitudes and concepts in preschoolers can be employed in producing the content for TV channels for kids.

**KEY WORDS:** socialization, scenario, solidary attitudes, television, perception, preschoolers