

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ  
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА  
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

# ИННОВАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ: ТЕОРИИ, МЕТОДЫ, ПРАКТИКИ

Сборник научных работ



Москва, 2017

**Факультет психологии  
Московского государственного университета  
имени М.В. Ломоносова**

# **ИННОВАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ: ТЕОРИИ, МЕТОДЫ, ПРАКТИКИ**

**Сборник научных работ**

**Москва, 2017**

**УДК 316.6**

**ББК 88.5**

**И 66**

**И 66** **Инновационные ресурсы социальной психологии: теории, методы, практики:**  
Сборник научных работ / Отв. ред. О.В. Соловьева, Т.Г. Стефаненко. – М., 2017. – 598 с.

**ISBN 978-5-89357-373-2**

**Редакционная коллегия:**

Е.П. Белинская (раздел 1), Е.О. Голынчик (раздел 3), С.А. Липатов (раздел 1),

О.Т. Мельникова (раздел 2), О.В. Соловьева (раздел 3), Д.А. Хорошилов (раздел 2)

Компьютерная верстка А.В. Парамузов

Дизайн обложки Д.А. Загустина

В сборнике научных работ представлены статьи, посвященные методологии и теориям современной социальной психологии, количественным и качественным методам исследования, а также социально-психологическим практикам обучения, консультирования и групповой работы. Особый акцент сделан на рефлексии современного состояния и перспектив развития социальной психологии как области знания, на ее исследовательских традициях и новых тенденциях, на социально-психологических технологиях практической работы.

**УДК 159.9**  
**ББК 88**

© Коллектив авторов, 2017

© К.А. Панов, дизайн логотипа, 2017

© А.В. Парамузов, дизайн этикетки, 2017

**ISBN 978-5-89357-373-2**

**Л.В. МАТВЕЕВА, Т.Я. АНИКЕЕВА, Ю.В. МОЧАЛОВА, Е.Е. ПЕТРАКОВА.  
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ  
МЕДИАПРОДУКЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ**

**Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В. Мочалова, Е.Е. Петракова  
МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва**

*Аннотация: в статье анализируются положительные и отрицательные аспекты воздействия медиапродукции на детей и подростков с методологического, культурологического и психологического точек зрения. Описаны возрастно-психологический и дискурсивный подходы к анализу воздействия медиапродукции на аудиторию, позволяющие по различным основаниям выделить критерии как положительного, так и отрицательного влияния медиасообщения на детей. Предложен новый цивилизационно-антропологический подход, основанный на представлении о природе человека и целях его существования и развития, а также описаны три этапа анализа медиасообщения в рамках данного подхода. Перечислены актуальные психологические задачи гуманизации общественных коммуникаций в области медиа.*

*Ключевые слова: медиапотребление, анализ медиапродукции, психологическое воздействие на детскую и подростковую аудиторию, возрастно-психологический подход, дискурсивный подход, цивилизационно-антропологический подход.*

В настоящее время потребление медиапродукции, в силу ее технической доступности и распространенности, стало массовым социальным явлением. Для детской и подростковой аудитории такое медиапотребление является в целом трудно контролируемым процессом. В то же время, становление личности ребенка сейчас невозможно представить без обращения к медиапродукции, представляющей своеобразную «развивающую среду», в которой содержатся социальные, культурные, морально-нравственные и иные образцы, ориентиры, идеалы и нормы, непосредственно влияющие на процесс взросления детей и их развитие. Другими словами, медиапродукция, наряду с семьей, образовательными учреждениями, группой сверстников, участвует в создании социальной среды и «социального контекста» развития личности. Под термином «социальный контекст» мы понимаем общение и сотрудничество ребенка со значимым социальным окружением в рамках определенного института социализации. Контексты, составляющие социальное окружение ребенка, в процессе его развития выступают как иерархия, обусловленная возрастными задачами становления личности, изменяющаяся на протяжении детского и подросткового возраста (Карабанова, 2005; Бандура, 2000).

Согласно В.С.Степину, методологической основой научного изучения таких сложных явлений, как современная информационная культура, может явиться «общенаучная картина мира как целостная система о природе, человеке и обществе. Эта система представлений, формирующаяся на базе принципов глобального эволюционизма, становится фундаментальной исследовательской программой науки на этапе интенсивного междисциплинарного синтеза знаний» (Степин, 2008, с.354).

В отечественной психологии декларируется принцип социально-исторической природы психики человека и его развития, на основе культурно-исторической деятельностной теории развития (Выготский, 1983; А.Н.Леонтьев, 2005; Эльконин, 1994; Запорожец, 1986). Специфика психического развития и взросления ребенка состоит в том, что оно осуществляется в форме присвоения социально-исторического культурного опыта народа, кристаллизующего в себе достижения человеческого прогресса, а также развития родовых способностей человека в виде материальных и духовных ценностей (Маслоу, 1997) путем социального наследования. Высокие темпы технического прогресса человеческого общества с необходимостью вызвали к жизни новую форму наследования – социальную, через фиксацию человеческих способностей в предметах человеческой

культуры, как результат совокупной общественной практики. При этом психическое развитие понимается как процесс воспроизведения индивидом исторически сформировавшихся, закрепленных в культуре человеческих способностей, способов деятельности и поведения. Присвоение культурного опыта осуществляется в активной предметной деятельности ребенка, направленной на «распредмечивание» и развитие человеческих способностей в общении и сотрудничестве со взрослым как носителем социокультурного опыта, эталонов, приемов, способов и средств предметной деятельности и нравственных норм человеческого общежития. Отсутствие готовых врожденных форм поведения и высокая, практически неограниченная способность к обучению, пластичность и разнообразие траекторий личностного и умственного развития, определяемых вектором движения к эталону - идеальной форме, задающей контуры будущих способностей ребенка, открывают широкие возможности развития через потенциал присвоения и преодоления.

Процесс глобализации информационного общества, с точки зрения ведущих футурологов XX столетия (Д.Белл, М.Маклюэн, Г.Кан, Э.Тоффлер, Ю.Хабермас), непосредственно связан с изменением сознания и поведения людей. Если один из первых исследователей массовой коммуникации М.Маклюэн предполагал, что смена средств коммуникации приводит к смене системы кодирования и формирования представлений о мире и о человеке как в индивидуальном, так и в коллективном сознании (McLuhan, 1964), то один из ведущих немецких социологов Ю.Хабермас, утверждает, что коммуникативная деятельность людей играет особую роль в формировании системной целостности или фрагментации современной общественной жизни под возрастающим влиянием процессов «медиации жизненного пространства» и «внутренней колонизации сознания и психологии» (Habermas, 1987, с.305). «Технологические преобразования вторгаются в личное пространство человека, размывая границы его идентичности», - резюмирует В.А.Емелин (Емелин, 2014, с.18). Это означает, что современное поколение детей и подростков вступает в такую социальную ситуацию развития и взросления, которая содержит много рисков и опасностей. В современном медийном пространстве осуществляется активное создание новой мифологии с участием техники, резко увеличивающей возможности человека. Создаются новые типы культурных героев (Человек-паук, Бэтмен, Шрэк, Терминатор, Женщина-кошка, образы добрых и злых волшебников и волшебниц и т.д.). Согласно Н.А.Бердяеву, «народы не могут существовать без мифов, без мифов не может существовать власть и управлять человеческими обществами. Мифы соединяют, покоряют, вдохновляют, через них охраняются общества и через них делают революции» (Бердяев, 1995, с.237). Именно мифотворчество поддерживает связь времен, отражая взаимное проникновение индивидуального сознания, личного бессознательного и коллективного бессознательного (Пропп, 2000). К.Юнг рассматривал бессознательное как такой источник человеческой психики, который может порождать как кровавых чудовищ, так и явления творческого озарения и постижения истины, в зависимости от состояния сознания, являющегося носителем свободы воли и ответственности. «Теневая сторона человеческой природы должна быть осмыслена и освоена, чтобы не превратиться в злого гения, внезапно ломающего личность и ее судьбу» (Юнг, 1994, с.91). В современной медиакulturе такое познание теневой стороны человечества осуществляется в том числе посредством создания новых сказок, легенд и мифов – в аудиовизуальной форме, а также в виде различного рода компьютерных игр. В последнее время мы наблюдаем резкое увеличение количества анимационной продукции, компьютерных игр, ориентированных на детей как субъектов коммуникации, что делает весьма актуальным вопрос об их личной психологической безопасности.

Бурное развитие технологических составляющих медиакommunikации позволяет создавать новые возможности для взаимодействия людей и в результате вызывает возникновение новых потребностей у общества и отдельного индивида в сфере общения. Сегодня человеку с раннего детства потенциально доступны все достижения как в области культуры, науки, сферы развлечения, так и в области девиантных форм удовлетворения

самых разнообразных желаний и влечений. Современная система хранения и передачи информации игнорирует большую часть запретов культурных матриц всех народов, населяющих земной шар (Емелин, 2014; Ю.П.Зинченко и др., 2011; Матвеева и др., 2008; Солдатова и др., 2014). Наименее защищенными перед воздействием медиапродукции оказываются дети и подростки, в силу их возрастных особенностей и психической организации (Gunter, Charlton, Coles, Panting, 2000). Специальное эмпирическое исследование, проведенное А.В.Шариковым с соавторами (Шариков и др., 2014) в 2012—2013 гг. среди 1500 матерей младших дошкольников (до трех лет включительно), позволило обнаружить, что дети в своем подавляющем большинстве (95%) начинают смотреть мультфильмы в возрасте до двух лет, а почти четверть детей (23%) — до одного года. Столь раннее начало просмотров мультфильмов детьми объясняется, прежде всего, желанием родителей переключить внимание детей, чтобы освободить себе время для каких-то других занятий, или же чтобы успокоить возбужденного ребенка. В ряде семей фактором, подталкивающим детей к раннему началу просмотра мультфильмов, является распространенная привычка взрослых к т.н. непрерывному фоновому телесмотрению. В структуре просмотров детей доминирует зарубежная продукция (55%). Авторы приходят к выводу, что в современной российской социокультурной ситуации мультфильм занимает заметное место в жизни младших дошкольников и как фактор социализации играет значимую роль с самого раннего детства. Необходимость тщательного изучения влияния анимации на развитие детей в младшем дошкольном возрасте, таким образом, очевидна.

Исходя из сложной структуры информационной коммуникации, мы можем выделить несколько подходов к поиску критериев оценки позитивного или негативного воздействия медиапродукции на детей.

Прежде всего, это **возрастно-психологический** подход (Карабанова, 2012) к анализу воздействия медиапродукции на аудиторию. Этот подход рассматривает медиасообщение с позиции аудитории (т.е. детей и подростков) и реализован в Концепции информационной безопасности, разработанной по заказу Роскомнадзора (Концепция..., 2014). Исходя из определения информационной безопасности детей и подростков как защищенности ребенка от дестабилизирующего воздействия информационной продукции и создания информационной средой условий для позитивной социализации и индивидуализации, оптимального социального, личностного, познавательного и физического развития, сохранения соматического, психического, психологического и духовного здоровья и благополучия, а также формирования позитивного мировосприятия, были выделены следующие критерии для оценки состояния информационной безопасности аудитории и степени риска негативного воздействия медиапродукции на личностное, когнитивное развитие детей и подростков, их эмоциональное состояние и психологическое благополучие:

1. Соответствие информационной нагрузки возрастным и индивидуальным особенностям детей и подростков.
2. Вклад в развитие мировосприятия детей и подростков и их психологического благополучия, формирования у детей и подростков позитивной картины мира и адекватных базисных представлений об окружающем мире и человеке.
3. Ценностное, моральное, нравственно-этическое развитие детей и подростков.
4. Усвоение системы семейных ценностей и представлений о семье.
5. Развитие системы социальных и межличностных отношений и общения детей и подростков.
6. Удовлетворение и развитие познавательных потребностей и интересов ребенка, детской любознательности, исследовательской активности.
7. Когнитивное развитие детей и подростков.
8. Развитие творческих способностей детей и подростков.
9. Формирование у личности установок уважительного отношения к людям иных убеждений и других национальностей.

10. Развитие личности, Я-концепции, социальной (гражданской, этнической, культурной, гендерной) и личностной идентичности детей и подростков.
11. Эмоционально-личностное развитие и эмоциональное состояние.
12. Риски десоциализации, развития и закрепления девиантного и противоправного поведения.

Если мы рассматриваем медиасообщение как сложное сообщение, которое передается от коммуникатора к аудитории посредством технических систем, тогда мы можем говорить о **дискурсивном подходе** и рассматривать сообщение как медийный дискурс или же – как текст, погруженный в коммуникацию (Арутюнова, 1999; Грязева-Добшинская, 2008; Матвеева и др., 2004; Павлова, 1998; Fiske, Hartley, 1978). Психологический анализ медиасообщения (МС) внутри этого подхода должен быть направлен на выявление основных коммуникативных параметров, к числу которых можно отнести следующие характеристики МС (Матвеева и др., 2004; Матвеева, 2015):

1. Коммуникативная позиция авторов МС;
2. Характер коммуникативного послания в МС: основная идея МС, оригинальность МС, выстроенность сюжетной линии МС, характеристики основных героев (культурные прототипы, тип «героического сценария»);
3. Особенности текста и его языка: сложность, метафоричность, ясность, грамотность, нормативность, отнесенность смысла к разным семиотическим реальностям - профанная, сакральная, инфернальная;
4. Художественное оформление видеоряда:
  - особенности монтажа видеоряда,
  - последовательность событий с точки зрения причинно-следственных связей,
  - особенности режиссуры (знаковость образов, метафоричность, иллюстративность, игра смыслового контекста);
  - характер образов,
  - динамика образов,
  - множественность деталей;
  - цветовое решение;
5. Форма воздействия МС на реципиента:
  - темп подачи информации,
  - информационная плотность (в единицу времени),
  - эмоциональная насыщенность, эмоционально-аффективный компонент дискурса,
  - организация временного контекста события,
  - завершенность экранного действия,
  - способ организации обратной связи от аудитории (Богомолова, 1991);
6. Потребности аудитории, к которым апеллирует МС – на индивидуальном, групповом, социальном уровнях;
7. Оценка коммуникативного стиля героев и персонажей МС:
  - степень активности процесса коммуникации,
  - психологическая дистанция общения между героями и зрителями,
  - коммуникативный репертуар средств организации общения;
8. Ролевые позиции героев в МС:
  - культурная типология героев (трикстер, трансформер, антигерой, мистическая личность и т.д.),
  - степень гармоничности между характером героев и совершаемыми поступками,
  - эмоциональный, смысловой и культурный контексты речи героев, интонации их речи, мимическая выразительность,
  - образ героев с точки зрения возможностей идентификации реципиента с героем;
9. Предполагаемая аудитория МС: широта, специфичность, основной адресат, эффективность воздействия МС на аудиторию.

В результате такого анализа формируется представление об интенциональном, смысловом и коммуникативном содержании информационного продукта, который может воздействовать на физическое, психическое, морально-нравственное и духовное здоровье и развитие детей.

Наряду с этими двумя апробированными на практике подходами, можно предложить и третий, гипотетический подход, который может быть назван **цивилизационно-антропологическим** (Ю.П.Зинченко и др., 2015). Он основан на представлении о природе человека и целях его существования и развития (Выготский, 1986; Вышеславцев, 2002; Бердяев, 1995; А.Н.Леонтьев, 2005; Рубинштейн, 1997).

В нем внимание акцентировано на создателях медиасообщения как творческих личностях, а информационный продукт, в том числе мультипликационный фильм и компьютерная игра, рассматриваются как результаты творческого процесса, который регулируется не только на сознательном уровне, но и включает также регуляцию на уровне индивидуального и коллективного бессознательного. При этом происходит экстерниоризация тех или иных цивилизационных ценностей, элементов мифологии, а также воплощение актуальной культурной матрицы, структуры ментальности и исторической памяти культурного сообщества. Исследователи творческой деятельности отмечают не прямое воздействие содержания творческой продукции на человека. Воздействие на личность зрителя, игрока носит целостный и глубинный характер, посредством задействования архетипа «героя» (Юнг, 1994), архетипов, отраженных в образах персонажей (идеальных родителей, женского и мужского начала, добра и зла, а также сценариев инициации (Зинкевич-Евстигнеева, 2007; Марк, Пирсон, 2005; Пропп, 2000). Актуализированные архетипы, наряду с личным опытом, становятся материалом для формирования картины мира человека.

В рамках данного подхода можно выделить три этапа анализа медиасообщения:

1) Представление о телесной природе человека, где уровни воздействия медиасообщения на аудиторию следующие:

- физико-химический;
- биологический;
- психофизиологический;
- жизненных ресурсов.

2) Представление о структуре сознания человека в соотношении с бессознательным:

- коллективное бессознательное;
- личное бессознательное;
- индивидуальное сознание – ум, воля, чувства;
- коммуникативные установки.

3) Представление о метафизической или духовной природе человека:

- сценарий самоактуализации личности;
- граница личности в отношениях по оси «свой-чужой»;
- особенности гражданской, этнической, культурной, гендерной и цивилизационной идентичности личности;
- субъективный образ времени личности.

Каждый из описанных подходов позволяет по различным основаниям выделить критерии положительного и отрицательного влияния медиасообщения на детей. Одной из важнейших проблем при создании системы выделения критериев является необходимость преодоления глубоких противоречий между интересами создателей медиасообщений и тех, кому они адресованы.

В связи с вышесказанным, актуальной задачей для психологов является гуманизация общественных коммуникаций в области медиа. Более конкретно можно перечислить следующее:

- разработка рекомендаций для производителей медиасообщений в интересах формирования у детей продуктивных морально-нравственных ценностей и установок, в том числе наиболее актуальных для современной России;

- разработка образовательных программ по медиапсихологии для производителей, распространителей, родителей и учителей в рамках медиаобразования с целью формирования мотивации учета особенностей детского развития, а также формирования культуры потребления медиапродуктов;

- разработка методик психологического инструментария для выявления ситуативных и отсроченных эффектов воздействия информационных продуктов на детей и подростков.

Реализация этих задач в ближайшей перспективе позволяет нам надеяться на существенное улучшение самого качества детского медиапотребления, чему в значительной степени может способствовать проведение исследований с целью изучения особенностей воздействия медиапродукции на детей, - в частности, с применением методов семантического дифференциала, фокус-групп, интервьюирования, контент-анализа, проективных тестовых методик и других.

В целом, создателям медиасообщений, участвующим в формировании социального контекста, способного позитивно повлиять на процессы развития и взросления детей, желательно учитывать следующие возможные положительные эффекты воздействия информационной продукции на развитие, психическое и психологическое здоровье ребенка (Зинченко и др., 2015):

- мотивационный – побуждение ребенка к осуществлению тех или иных действий;

- ценностно-смысловой – формирование у ребенка системы ценностей в соответствии с общепринятыми моральными нормами и общечеловеческими нравственными ценностями;

- эмоциональный – индуцирование позитивных эмоциональных состояний, развитие способности к саморегуляции эмоциональной сферы, способности к распознаванию и категоризации эмоций и чувств;

- познавательный – содействие формированию у ребенка образа мира как дружелюбного, принимающего, безопасного, развитие детской любознательности и исследовательской деятельности, познавательной активности, поощрение творчества;

- поведенческий – побуждение к подражанию разнообразным одобряемым в обществе формам поведения, а именно уважительное, доверительное, сотрудничающее, ответственное, терпимое, самостоятельное и другие виды поведения.

## Литература

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999.

Бандура А. Теория социального научения. – СПб.: Евразия, 2000.

Бердяев Н.А. Опыт эсхатологической метафизики // Бердяев Н.А. Царство духа и царство кесаря. – М., Республика, 1995.

Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М., 1991.

Выготский Л.С. Проблема возраста. – Собр.соч. в 6 т. Т.4. – М.: Педагогика, 1983.

Выготский Л.С. Психология искусства. – М.: Искусство, 1986.

Вышеславцев Б.П. «Этика преображенного эроса». – М.: Грааль, 2002.

Грязева-Добшинская В.Г. Психологическая типология личности. Уч.пос. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2008.

Емелин В.А. Утрата приватности: идентичность в условиях технологического контроля // Национальный психологический журнал. 2014. №2 (14). С.17-24.

Запорожец, А. В. Избранные психологические труды: В 2-х т. – М., 1986.

Зинкевич-Евстигнеева Т.Д. Основы сказкотерапии. – М.: Речь, 2007.

Зинченко, Ю.П. Методологические проблемы психологии безопасности: личность, общество, государство. – М., 2011.

Зинченко Ю.П., Матвеева Л.В., Карабанова О.А., Пристанская О.В., Мочалова Ю.В., Аникеева Т.Я., Макалатия А.Г., Петракова Е.Е. Психологическая безопасность детей в медийном пространстве и проблема экспертизы информационной продукции // в сборнике

«Активные процессы в социальной и массовой коммуникации: коллективная монография». – Ярославль, ЯГПУ, 2015.

Зинченко, Ю.П., Шайгерова, Л.А., Шилко, Р.С. Психологическая безопасность личности и общества в современном информационном пространстве // Национальный психологический журнал. – 2011. – № 2(6). – С. 48-59.

Карабанова О.А. Возрастная психология. Конспект лекций – М., 2005.

Карабанова О.А. Развитие возрастно-психологического подхода в современной психологии // Актуальные проблемы психологии развития: возрастной, образовательный и семейный аспекты. М.: МГУ. - 2012. – С. 3-14.

Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Смысл, Академия, 2005.

Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / Пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. — СПб.: Питер, 2005.

Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. – СПб.: Евразия, 1997.

Матвеева Л.В. Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. – М.: Рип-холдинг, 2004.

Матвеева Л.В. Воздействие СМИ на человека: уровни // Психология общения. Энциклопедический словарь / под общ. ред. А.А. Бодалева. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во «Когито-Центр», 2015. С.375-376.

Матвеева Л.В., Свитич Л.Г., Карабанова О.А., Варганова Е.Л., Трофимова Н.В., Перипечина Г.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В.. Ценностные ориентации, коммуникативные установки, информационные интересы автора и зрителя в телевизионной коммуникации // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т. II: Феномен «разорванной коммуникации». Сб. статей под ред. Я.Н. Засурского, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой, Е.Л. Варгановой, А.И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2008. С. 131-164.

Павлова Н.Д. Интент-анализ телеинтервью // Языковое сознание: формирование и развитие. – М.: Институт языкознания РАН, 1998. – С.100 – 109.

Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 2000.

Рубинштейн С.Л. Человек и мир. – М.: Наука, 1997.

Солдатова Г.У., Рассказова Е.Н. Психологические модели цифровой компетентности российских подростков и родителей // Национальный психологический журнал №2 (14) 2014. С.25- 31.

Степин В.С. Философия науки. Общие проблемы: учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук. – М.: Гардарики, 2008.

Шариков А.В., Айгистова Ю.В. Место анимации в жизни младших дошкольников // Культурно-историческая психология, 2014. Т.10. №4. С. 72-74.

Эльконин Б.Д. Введение в психологию развития (в традиции культурно-исторической теории Д.С.Выготского). – М.: Фолиум, 1994.

Юнг К.Г. О психологии бессознательного // Юнг К.Г. Собрание сочинений. Психология бессознательного. – М.: Канон, 1994.

Fiske J., Hartley J. Reading Television. London, 1978.

Gunter B., Charlton T., Coles D., Panting C. The impact of television on children's antisocial behavior in a novice television community. Child Study J. 2000; 30 (2): 65-90.

Habermas J. The Theory of Communicative Action. Cambridge; Oxford, 1987. Vol.2.

Mcluhan M. Understanding Media. N.Y., 1964.

Концепция информационной безопасности детей // Электронный ресурс <http://rkn.gov.ru/mass-communications>; <http://rkn.gov.ru/docs>. (дата обращения 14.09.2014).

#### **Сведения об авторах:**

Матвеева Лидия Владимировна, факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, профессор кафедры методологии психологии, д.психол.н., профессор. E-mail: [matweewa-com@yandex.ru](mailto:matweewa-com@yandex.ru).

Аникеева Татьяна Яковлевна, факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, ст.н.с. кафедры общей психологии, к.психол.н.. E-mail: [anikeeva-07@mail.ru](mailto:anikeeva-07@mail.ru).

Мочалова Юлия Васильевна, факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, н.с. кафедры инженерной психологии и психологии труда, к.психол.н.. E-mail: [vassom@mail.ru](mailto:vassom@mail.ru).

Петракова Екатерина Евгеньевна, факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, н.с. кафедры методологии психологии, к.психол.н.. E-mail: [e\\_petrakova@yandex.ru](mailto:e_petrakova@yandex.ru).