

ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ НА ДЕТЕЙ: К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ

С.В. Сивуха

Республика Беларусь, г. Минск, БГУ
sergei.sivuha@gmail.com

В последние 50 лет воздействие СМИ на детей стало предметом широких исследований в негативном контексте – главным образом в связи с влиянием телевидения и кинематографа на агрессивное и аддиктивное поведение. В таком ключе обсуждают проблему учебники, популярные книги, сайты и большая часть академических публикаций. Общий вывод можно сформулировать приблизительно так: время, затрачиваемое детьми на просмотр телепередач, коррелирует с выраженностью агрессивного поведения. Этот устойчиво получаемый результат интерпретируется как каузальная связь между воздействием СМИ и негативным поведением (Jongens et al., 2002). Подобный вывод не вполне адекватно репрезентирует сложные отношения между медиа и социализацией детей. Ясное понимание проблем, свойственных этой области исследований, необходимо для выбора оптимальной методологии.

Одной из самых острых проблем является неадекватность либо неполнота содержательных концепций воздействия СМИ на развитие личности ребенка. В психологических исследованиях обычно используется теория социального научения А. Бандуры (Бандура, 2000). Эта концепция недостаточно учитывает современные представления о производстве, понимании и использовании символов. В ней слабо представлены межличностные взаимодействия, которые служат основным каналом социального влияния (Зимбардо, Ляйппе, 2000). Теория Бандуры несовместима с рядом других моделей воздействия СМИ (Брайант, Томсон, 2004) и, как часто бывает с психологическими теориями, ее сложно перевести в логичную модель исследования.

Вторая проблема связана с редуkcией ситуации воздействия СМИ в академических и прикладных исследованиях. В частности, в большинстве публикаций не учитывается одновременная подверженность детей множественным источникам влияния (печатным и электронным СМИ, а также сверстникам, образовательным учреждениям и родителям). Эффекты одних источников могут быть усилены либо ослаблены воздействием других источников. Кроме того, выбор медиасредства и подверженность воздействию СМИ часто определяются намерениями, опытом и личными особенностями ребенка («достигнутой» социализацией), родителями, учителями и друзьями. Социальные взаимодействия особенно важны для понимания воздействия «новых медиа» – среды Интернет, компьютерных игр, мобильной связи.

Третья проблема в исследованиях воздействия СМИ на детей касается игнорирования содержания публикаций или передач, хотя в коммуникативных науках контент-анализу медиа отводится важная, если не ключевая роль (см. Брайант, Томпсон, 2004). Часто с личностными переменными связывают только объем продукции СМИ, потребленной читателями или слушателями. Чтобы отразить в теоретических моделях множественность и содержание источников влияния, Д. Андерсон и К. Хансон предлагают ввести метафору «рациона» (Anderson, Hanson, 2009). Количественной мерой мог бы служить профиль воздействия СМИ.

Четвертая проблема исследований влияния СМИ на детей связана с неубедительностью каузальных связей между медиа и их эффектами. Общеизвестные теоретические модели причинно-следственных связей, восходящие к Д. Юму и Дж.С. Миллю, неадекватны для большинства социальных систем. Последним свойственна множественная, опосредованная и взаимная каузальность. Кроме того, объяснения социального поведения в каузальных терминах неполны и должны оставлять место для телеологических или механических конструкций (Rios, 2004).

Пятая проблема тесно связана с предыдущей и касается выбора метода. Дело в том, что основной метод установления причин, настоятельно рекомендованный для этих целей Американской ассоциацией исследований в области образования, – эксперимент по типу рандомизированных полевых испытаний или испытаний с рандомизированными группами – часто невозможен в психологии по этическим и финансовым причинам. Качественные методологи едины в том, что неэкспериментальные методы *практически* никогда не могут служить основой каузальных объяснений. «Практически» означает, что исключения возможны. Так называемая контрфактическая модель допускает каузальный вывод в нескольких случаях, в том числе в исследованиях с использованием так называемых инструментальных переменных, то есть связанных с воздействием независимых переменных, но не связанных с зависимой переменной (см. Oakes, 2009). В качестве средства моделирования взаимной каузальности в литературе обсуждаются структурные уравнения, хотя это решение представляется довольно спорным. Для моделирования влияния контекста (например, семейных условий) в современной методологии применяют многоуровневый анализ, в котором одновременно используются единицы разного уровня. Наконец, системы с взаимной каузальностью предполагают использование лонгитюдного дизайна исследования.

В связи со сложностью проблемы влияния СМИ и ограниченными возможностями применения рандомизированных экспериментов в литературе обсуждаются преимущества качественных методов исследования. Они незаменимы для решения частных задач, например, для изучения родительской и детской мотивации использования СМИ. Многомерность ситуации воздействия СМИ и сложность контекста делают привлекательным исследование отдельных случаев. Этот метод особенно полезен для выявления критически важных переменных. В уникальных ситуациях со сложным контекстом качественные методы могут иметь преимущество, поскольку позволяют выявлять «локальную каузальность» (Miles, Huberman, 1994). Однако в области знания, где ключевым является слово «эффект» (воздействие и его результат), риторические способности качественных методологов и их нежелание делать обобщения становятся скорее недостатком. По этой причине количественная методология по-прежнему формирует ландшафт исследований медийных эффектов. Методологические предпочтения ученых могут измениться в исследованиях влияния новых медиа. Стирание границ между потреблением и производством содержания в электронных СМИ и электронных средствах коммуникации и активное конструирование пользователями фиктивных идентичностей делают уместным обращение к конструктивистской эпистемологии и выбор соответствующих качественных методов.

Таким образом, прогресс в исследованиях влияния СМИ на детей невозможен без совместных усилий представителей нескольких областей знания – психологии развития (личность ребенка), логики и философии (разработка новых моделей каузальности и эпистемологических систем), социальной философии и культурологии (новые концепции символизации и репрезентации), социальной коммуникации (модели СМИ) и статистики (новые методы планирования исследований и анализа данных).

Литература

1. Бандура, А. Теория социального научения / А. Бандура. – СПб.: Евразия.
2. Брайант, Дж. Социальное воздействие СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Вильямс.
3. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб.: Питер.
4. Anderson D.R. Children, media, and methodology / D. R. Anderson, K.G. Hanson // *American Behavioral Scientist*. – Vol. 52 (8). – P. 1204–1219.
5. Johnson, K.G. Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood / Johnson, Cohen, P., Smaller, and etc. // *Science*. – Vol. 295(5564). – P. 2468–2471.
6. Miles, M.B., Qualitative data analysis / M.B. Miles, A.M. Huberman. – 2nd ed. – Thousand Oaks: Sage, 1994.
7. Oakes, J.M. The effect of media on children: a methodological assessment from a social epidemiologist / J.M. Oakes // *American Behavioral Scientist*. – Vol. 52 (8). – P. 1236–1251.
8. Rios, D. Mechanistic explanations in the social sciences / D. Rios // *Current Sociology*. – Vol. 52(1). – P. 75–89.