

ДЕТИ В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ¹

Есть ряд обстоятельств, делающих задачу изучения взаимоотношений между детьми и информационной (шире – социокультурной) средой, в которую они «погружены», актуальной и социально значимой. Во-первых, это произошедшее в течение нескольких последних десятилетий существенное, очевидное даже без специальных исследований, изменение содержательных и смысловых характеристик большинства популярных произведений, создаваемых для детей. Во-вторых, это нередко звучащее, как в общественном, так и в индивидуальных мнениях, беспокойство о морально-нравственных качествах подрастающего поколения, подкрепленное криминальными сводками, тревожными психолого-медицинскими данными, а также заявлениями социальных исследователей об экспансии массовой культуры, «омассовлении» аудитории, «мозаичном», «рецептурном», «потребительском» сознании. В-третьих, это (фиксируемая, кстати, во всех развитых странах) тенденция к ограничению современными родителями возможностей самостоятельных, непосредственных взаимодействий ребенка, вплоть до окончания школы, с внешним миром, в результате чего главными попутчиками и друзьями его досуга оказываются телевизор, компьютер, компьютерные игры, комиксы, часть продукции СМК и книги.

Разговор о детском чтении – особый, он возникает практически всегда в связи с перечисленными выше обстоятельствами. То, что сегодняшний среднестатистический школьник читает гораздо меньше, нежели его сверстники несколько десятилетий назад, тоже общепризнанный факт, и в праведной борьбе за приобщение детей к чтению подчас звучат и на бытовом уровне, и на научных конференциях предложения запретить для них и телевизор, и компьютерные игры, и Интернет. К этой же проблеме примыкают, на мой взгляд, и поиски «наилучшего» способа семиотического решения, «исполнения» детской продукции: кроме приверженцев чтения, есть и радетели преимущественно видео или аудио, или в сочетании, видео-аудио восприятия.

И поскольку перечисленные проблемы взаимосвязаны, а каждая отдельная «тянет» за собой все остальные, анализировать их также следует

¹ Исследования по данной проблематике проводятся в рамках проекта РФФИ «Развитие коммуникативных навыков личности в зависимости от степени диалогичности информационной среды» № 08-06-00487 «а».

комплексно, сосредоточивая внимание прежде всего на тех социально значимых процессах, которые возникают в системе «человек (в данном случае ребенок) – социокультурная среда». Адекватными для решения заявленной задачи оказываются социально-диагностические технологии, разработанные в Институте социологии РАН рамках семиосоциопсихологической концепции социальной коммуникации [7, 8]. В ее основе – представление об интенциональных (мотивационно-целевых) первопричинах коммуникационных процессов, а общеизвестное понятие «интенция» уточнено: это «равнодействующая мотивов и целей общения и взаимодействия людей» [7, с. 16].

Любой целостный, завершенный коммуникативный акт (по Т.М. Дридзе, *текст*), реализованный в любой знаковой системе (это может быть, например, и газетная статья, и телепередача, и стихотворение, и компьютерная игра, и мультфильм), в рамках данной концепции можно условно представить в виде *структуры иерархических коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на интенциональную (мотивационно-целевую) доминанту*, которая и «вызвала к жизни» данный коммуникативный акт, определила его специфику: жанр, содержание, форму и т.д.

Ключевым положением семиосоциопсихологической концепции является также утверждение о тождественности понятий *интенциональность* и *смысл*: и в первом, и во втором случаях их значения подразумевают *самое главное*, что коммуникатор хотел сказать, передать, выразить, причем и на уровне осознанных целей, и на уровне (не всегда осознаваемых) мотивов; это тот *искомый результат*, к которому он стремился, вступая в коммуникацию и пытаясь реализовать, решить свою *проблемную жизненную ситуацию*.

Разработанный в рамках вышеназванной концепции *метод интенционального (мотивационно-целевого) анализа процессов общения* позволяет воспроизводимую (и поэтому доказательную) операционализацию процесса поиска и определения интенциональности (в любом целостном, завершенном коммуникативном акте), а также, при использовании специальных процедур, анализа особенностей «преломления» исходной мотивационно-целевой структуры в сознании воспринимающей личности, благодаря чему возникают широчайшие возможности диагностики и проектирования коммуникационных процессов [7, 4, 5]. Для социальных исследователей особо важной оказывается возможность дифференциации аудитории по *уровню развития коммуникативных навыков* (этому понятию синонимичны термины «социоментальные группы», «группы сознания», интерпретационные группы) [9, 11, 1, 4,].

Коммуникативные навыки – это характеристика особенностей ориентации человека в коммуникационных процессах, отражающая степень адекватности понимания им интенциональности (основных смысловых доминант) коммуникатора. В соответствии с принятой в семиосоциопсихологии классификацией, особенности понимания и интерпретирования авторской интенциональности дифференцируются как адекватные (высокий уровень коммуникативных навыков), частично адекватные (средний уровень коммуникативных навыков) и неадекватные (низкий уровень коммуникативных навыков), а наиболее оптимальным считается такой вариант взаимоотношений между участниками коммуникации, когда обе стороны ориентированы на взаимопонимание (диалог) и реально его достигают.

Можно назвать несколько стратегий и, соответственно, процедур исследовательской работы при решении задач социальной диагностики [8, 4, 5]. Прежде всего, составляются мотивационно-целевые (интенциональные) структуры изучаемых материалов (произведений). Определение интенциональности позволяет сделать выводы о ее оригинальности, степени художественности, социальной значимости, соответствии общепринятым морально-нравственным нормам, ориентированности на диалог с аудиторией. Затем, после организации восприятия произведения, ставшего предметом анализа, проводится комплексный междисциплинарный опрос, позволяющий получить социологические, социально-психологические и семиосоциопсихологические данные о респондентах (социально-демографические характеристики, интересы и предпочтения, особенности понимания смысловых доминант изучаемых текстов, эмоциональные и поведенческие реакции в связи с воспринятым и т.д.). Далее, сопоставив данные о мотивационно-целевой структуре изучаемого произведения с особенностями отражения этого же произведения в сознании личности, выносится суждение о степени адекватности понимания респондентом интенциональности коммуникатора. Таким образом, можно дифференцировать опрошенный массив респондентов по уровню развития коммуникативных навыков или навыков адекватного понимания *другого*.

Ценный результат дает сопоставление данных об особенностях мотивационно-целевой структуры изучаемого произведения и восприятия ее аудиторией с данными традиционного социологического и социально-психологического анализа. Это позволяет сделать выводы об особенностях эмоциональных и поведенческих реакций (в связи с воспринятыми произведениями) представителей выделенных в исследовании групп (интерпретационных, социально-демографических, социально-психологических, групп по уровню жизни, политическим

пристрастиям и т.д.). Можно зафиксировать и случаи «коммуникативных сбоев», выражающихся в непонимании респондентом авторской интенциональности, в социально негативных реакциях (тревожность, неоправданные страхи, агрессивность и т.д.), и назвать их причины как на уровне структурной организации материала, так и на уровне особенностей восприятия личности [4, 5].

Начало изучению особенностей понимания смысловых составляющих текстов положено в широко известном исследовательском проекте «Общественное мнение», который был реализован в 1969-74 гг. под руководством Б.А. Грушина в г. Таганроге (опрошено 300 человек). Именно тогда в социальной науке был заявлен термин «группы сознания» и обозначены параметры этих групп (при восприятии печатных материалов общественно-политического содержания). Оказалось, что устойчивое адекватное понимание при интерпретации печатных материалов СМК общественно-политического содержания показали 14% участников эксперимента [9, 11].

Несмотря на бесспорную социальную значимость подобного знания, изучение особенностей восприятия (понимания и интерпретирования) проводится крайне редко. В 1980-е годы изучение восприятия материалов газеты «Правда» провел А.В. Жаворонков. Результат оказался таким же – 14% адекватных интерпретаций [10]. В 1990-е годы, при изучении особенностей интерпретирования телепередач общественно-политического содержания, устойчивое адекватное восприятие показали 13,6% телезрителей [1]. В 2002-2004 гг. при реализации проектов в рамках ФЦП «Формирование установок толерантного сознания личности и профилактика экстремизма в российском обществе» были получены данные об особенностях интерпретирования школьниками Москвы (опрошено более 600 человек) своих любимых сказок: 18,2% адекватных интерпретаций [6].

Изучению социоментальных характеристик аудитории, а также качественных характеристик социокультурной среды посвящен реализуемый в 2008-2010 гг. проект РФФИ «Развитие коммуникативных навыков личности в зависимости от степени диалогичности социокультурной среды». Его основная задача связана с поиском путей и способов развития коммуникативных навыков людей, их умения адекватно понимать интенциональность коммуникатора, следовательно, и друг друга при общении и взаимодействии. В 2008 г. в центре исследовательского внимания оказалась популярная продукция для детей и особенности ее восприятия детьми. По специально разработанной анкете [8, 4] был проведен опрос-интервью двухсот человек: 50 дошкольников 5-6 лет, проживающих в Москве, и 150 школьников всех возрастных категорий,

проживающих в гг. Москве, Перми, а также в Приволжском регионе (гг. Н.Новгород, Саров, Балахна, Самара и др.). Опрос проводился в детских садах, библиотеках, а также, частично, по принципу «снежного кома», когда к числу опрошенных присоединяется тот, кто был порекомендован предыдущими участниками.

Задача изучения качественных характеристик восприятия обозначила поисковую специфику исследования и, соответственно, особенности решения проблемы релевантности полученных данных. Приоритетные задачи исследования, согласно специфике качественного подхода к анализу сложных, многофакторных процессов, были связаны с поиском и прослеживанием основных закономерностей и тенденций в особенностях восприятия детей, а также в особенностях влияния современной социокультурной среды на их «картины мира». И хотя задачи расчета совокупных количественных характеристик при таких исследовательских задачах оказываются вторичными, тем не менее, при отборе респондентов соблюдался известный в социологии принцип минимальной базовой группы, согласно которому в каждой из выделенных для изучения групп должно оказаться не менее 25-30 единиц наблюдения. Были выделены следующие группы по социально-демографическим характеристикам: 2 по полу, 4 по возрасту/уровню обучения, 3 по месту жительства, 2 по роду занятий детей и 3 по роду занятий/уровню жизни родителей.

Учитывая тот факт, что число респондентов в каждой из выделенных в исследовании групп оказалось выше минимального барьера (для права считаться минимальной базовой группой), полученные результаты могут доказательно характеризовать типичные тенденции в особенностях восприятия и эмоциональных реакциях обозначенных социально-демографических групп. Следует, однако, отметить, что, поскольку участие в опросе среди школьников носило добровольный характер, в числе респондентов оказались преимущественно активные, коммуникабельные, читающие, по внешним признакам вполне благополучные дети. Поэтому закономерно предположить снижение уровня развития коммуникативных навыков у детей из неблагополучных семей, мало читающих и т.д.

Определение уровня развития коммуникативных навыков респондентов проходило на основе анализа особенностей интерпретирования ими любимой сказки (для всех опрошенных), а также – любого недавно воспринятого и понравившегося произведения (для дошкольников был организован просмотр мультфильмов). Для дифференциации респондентов по уровню развития коммуникативных навыков использовался метод интенционального (мотивационно-целевого) анализа процессов общения. Посредством специальных процедур «выстраивались», во-

первых, мотивационно-целевые структуры названных респондентами произведений и, во-вторых, мотивационно-целевые структуры интерпретирования этих же произведений респондентами; сопоставление структур позволило составить представление о степени понимания авторской интенциональности, особенностях «отражения» основных смысловых доминант в сознании. Учитывались также особенности общения с коммуникатором, которым в данном случае оказывались интервьюер и составители анкет (в расчет принималась степень понимания содержащихся в анкетах просьб и заданий, желание и стремление войти в диалог с интервьюером).

Выбор детьми любимых сказок, а также понравившихся произведений, конечно же, связан с реалиями современного социокультурного пространства: рекламой, особенностями и частотой продуцирования (тиражирования), возможностью купить, взять в библиотеке. Следует отметить, что компьютерная база данных, в которой зафиксированы любимые и понравившиеся произведения, оказалась очень разнообразной и обширной: здесь и популярные, широко рекламируемые произведения, и классика, и новинки, причем закономерностей, связанных с местом жительства респондентов или родом занятий их родителей, не обнаружено, что позволяет утверждать, что современное социокультурное пространство «открыто» практически для всех.

Приведем обобщенные показатели особенностей понимания опрошенными детьми в возрасте от 5 до 17 лет основных смысловых доминант их любимых сказок и понравившихся произведений. Адекватное восприятие зафиксировано у 18%, частично адекватное – у 39% и неадекватное – у 44% опрошенных детей (см. табл. 1)

Таблица 1. Особенности восприятия (уровень развития коммуникативных навыков) опрошенных детей (обобщенные данные, возраст от 5 до 17 лет)

Восприятие	Количество	
	Абс.	%
Адекватное	35	18%
частично адекватное	78	39%
Неадекватное	87	44%
Всего	200	100%

Высокий уровень коммуникативных навыков (адекватное восприятие) при интерпретировании художественных произведений обнаружили 12% дошкольников 5-6 лет и 15-22 % школьников от 7 до 17 лет. *Средний уровень* коммуникативных навыков (частично адекватное восприятие) зафиксирован у 26% дошкольников 5-6 лет и 42-46% школьников от 7 до 17 лет. *Низкий уровень* коммуникативных навыков

(неадекватное восприятие) обнаружили 62% дошкольников и 36-39% школьников от 7 до 17 лет.

Среди школьников, пересказывавших по просьбе интервьюера свои любимые сказки, а также недавно прочитанные и понравившиеся книги, средний показатель адекватного восприятия составил 19%. При этом разница между степенью развития коммуникативных навыков у школьников младших классов и у старшекласников оказалась не столь значительной, как следовало бы ожидать, учитывая разницу в их знаниях по общеобразовательным предметам: адекватных интерпретаций среди учащихся 10-11 классов оказалось всего на 7% больше, чем у учащихся 1-3 классов. Отсюда несколько парадоксальный вывод о том, что традиционный для современной системы обучения набор знаний, сведений, фактов, бесспорно необходимый для становящейся личности, практически не развивает или развивает крайне незначительно такое качество менталитета, как умение понимать, «выстраивать» в сознании целостные, объемные, многоуровневые образы воспринятых произведений, выделяя в них (например, в сказке) главное, второстепенное, третьестепенное и т.д. (см. табл. 2).

Показатели обобщенных показателей уровня коммуникативных навыков школьников всех возрастных категорий, и мальчиков и девочек, практически равновеликие. Однако среди дошкольников расхождения в этих показателях имеются, причем весьма существенные: адекватное восприятие обнаружили 4% мальчиков и 20% девочек. Не выявлено существенных расхождений и в показателях уровня коммуникативных навыков среди школьников, *проживающих в разных регионах*, что еще раз свидетельствует о том, что умение человека ориентироваться в коммуникационных процессах связано прежде всего с его ментальностью.

Не обнаружено четких закономерностей и между такими характеристиками, как *род занятий родителей* и уровень развития коммуникативных навыков опрошенных детей. При создании групп по роду занятий родителей основным критерием служил уровень жизни, который родители могут (в состоянии) обеспечить своим детям при том или ином роде занятий. Соответственно этому критерию, выделены три группы: представители бизнеса и руководители (банкиры, директора, начальники, частные предприниматели, менеджеры); интеллигенция (инженеры, начальники смены, врачи, научные сотрудники, библиотекари, учителя, певцы, переводчики, программисты, священники, юристы); рабочие специальности (рабочие, водители, лаборанты, строители, электромонтеры, слесари, железнодорожники). Учитывая специфику качественного исследования, задача получения точных показателей не ставилась, тем более что род занятий родителей называли сами дети, причем так, как

Таблица 2. Особенности восприятия (уровень развития коммуникативных навыков) опрошенных детей: распределения по полу и возрасту

				восприятие					
				адекватное	частично адекватное	неадекватное	всего		
Пол	М	Возраст	05-06	абс.	1	6	18	25	
				%	4%	24%	72%	100%	
			07-10	абс.	2	8	4	14	
				%	14%	57%	29%	100%	
			11-14	абс.	3	6	5	14	
				%	21%	43%	36%	100%	
		15-17	абс.	4	7	7	18		
			%	22%	39%	39%	100%		
		Всего	абс.	10	27	34	71		
			%	14%	38%	48%	100%		
		Ж	возраст	05-06	абс.	5	7	13	25
					%	20%	28%	52%	100%
	07-10			абс.	4	11	12	27	
				%	15%	41%	44%	100%	
	11-14			абс.	8	17	15	40	
				%	20%	43%	38%	100%	
	15-17		абс.	8	16	13	37		
			%	22%	43%	35%	100%		
	Всего		абс.	25	51	53	129		
			%	19%	40%	41%	100%		
	Всего		возраст	05-06	абс.	6	13	31	50
					%	12%	26%	62%	100%
		07-10		абс.	6	19	16	41	
				%	15%	46%	39%	100%	
11-14		абс.		11	23	20	54		
		%		20%	43%	37%	100%		
15-17		абс.	12	23	20	55			
		%	22%	42%	36%	100%			
Всего		абс.	35	78	87	200			
		%	18%	39%	44%	100%			

они были проинформированы, а некоторые дети вообще ничего не знали о том, чем занимаются их родители. Тем не менее, следовало проследить, зависит ли уровень развития коммуникативных навыков современных детей от возможностей их приобщения к социокультурной продукции, предоставляемой семьей (наличие книг, журналов, компьютеров, выхода в Интернет, видеокассет, компьютерных игр и т.д.). Полученные данные свидетельствуют об отсутствии прямых закономерностей по вышеназванным параметрам, то есть, с одной стороны, – о возможности для современных родителей самых разных профессий и родов деятельности сделать предназначенное для детей социокультурное пространство доступным и, с другой стороны, об отсутствии прямых закономерностей между ментальностью ребенка и предоставляемым ему в современных социальных условиях уровнем жизни. Последние два вывода косвенно подтверждаются и сходными вариантами «набора» любимых сказок и недавно воспринятых произведений детьми, проживающими в разных регионах и имеющими «разностатусных» родителей по роду деятельности и, следовательно, обеспечивающих своим детям разные уровни жизни.

Незначительный положительный «перевес» показателей уровня развития коммуникативных навыков зафиксирован у детей представителей интеллигенции. Отсутствие четких закономерностей между уровнем развития коммуникативных навыков опрошенных детей и родом деятельности их родителей актуализирует проблему совершенствования коммуникативных навыков самих родителей: высокому статусу родителей и, соответственно, широким возможностям предоставления ребенку разнообразной информации далеко не всегда сопутствует высокий уровень коммуникативных навыков их детей.

Что же выносят юные читатели, зрители, слушатели и т.д. в результате контактов с социокультурной средой, как она влияет на их представления о действительности, особенности самоидентификации, морально-нравственные ориентиры? Исследовательские данные показывают, что дети с развитыми коммуникативными навыками чаще, нежели представители других интерпретационных групп, ощущают (идентифицируют) себя в качестве представителей человеческой цивилизации, своей страны; основные позиции, «вершина» их ценностей и антиценностей чаще оказывается адекватной общечеловеческим, глобальным: это, например, желание мира и нежелание войны; их восприятие «мира вокруг», как правило, оптимистичное, радостное, светлое. Такие дети гораздо чаще проявляют толерантность, дружелюбие по отношению к сверстникам другой национальности, другого вероисповедания и т.д. Следует отметить, что только благодаря введению в анализ социоментальных характеристик оказалось возможным обнаружить и зафиксиро-

ровать закономерности в столь сложном и многоуровневом феномене, как толерантность детей [6].

На качество понимания и интерпретирования, безусловно, влияет качество интенциональности воспринятого произведения, определяющей, в свою очередь, его содержательные и художественно-выразительные особенности. Проведенный нами анализ позволяет утверждать, что *более высокий процент адекватных интерпретаций дают произведения с «открытой», ясной и в то же время ненавязчивой интенциональностью, ориентированной на традиционные морально-нравственные ценности.* Однако многим сегодняшним произведениям для детей свойственна нейтральность, неопределенность или «скороговорка» в сообщении авторской позиции, даже в тех случаях, когда социально значимый, морально-нравственный вывод все же просматривается. Такие способы коммуникации не только снижают качество понимания и интерпретирования, но и обесценивают стремление детей достичь ментальных и моральных высот, а в социальном дискурсе и межличностном общении становятся привычными неопределенные или нейтральные варианты реакций в вопросах морали, нравственности, смысла жизни.

Обесценивает поиск смысла и тенденция к перенасыщенности действием (принцип «экш») или необязательной информацией, в ущерб смысловым составляющим. Таковы, например, компьютерные игры, где можно играть то на одной стороне, в роли положительного персонажа, то на другой, в роли отрицательного. Таковы мультфильмы, где нет ни особо положительных, ни сугубо отрицательных героев («Том и Джерри»). Таковы многочисленные книги, которые так перенасыщены авторскими неологизмами, что в конце дается их расшифровка из 20-30 слов. Подобные формы коммуникации усугубляют привычку значительного числа детей воспринимать информацию «по горизонтали» (о чем?) и заучивать то, что им никогда не пригодится.

Произведения, предназначенные детям, всегда выполняли чрезвычайно важную роль в обществе: ведь они влияют на представления о действительности, приобщают к духовным и нравственным ценностям, сокровищам, выработанным человечеством на протяжении веков. Одной из актуальнейших на сегодняшний день проблем в сфере социальной коммуникации является, на мой взгляд, довольно напористое внедрение в «картины мира» современных детей варианта мировидения, принципиально отличающегося от традиционного. Согласно отправным смысловым концептам мифов, легенд и традиционных сказок, произведений классических авторов и религиозных учений, в мире действуют противоборствующие силы, которые можно охарактеризовать как силы добра и зла, причем «лагерь добра» и «лагерь зла» имеют четко

определенных персонажей. Характерная особенность в содержании очень многих современных произведений для детей – перевертывание полюсов: спасителями (мира, Земли, людей и т.д.) оказываются персонажи, традиционно приписываемые к лагерю зла: ведьмы и ведьмочки, колдуньи и колдуны, чародеи и чародейки. Если судить по тому, что зачастую преподносится детям, это практически единственные силы, противостоящие возможному негативу, поэтому предлагается входить в число их фанатов, тем более что образ ведьмы, культивируемый в сегодняшней социокультурной среде, – это не былая безобразная старуха с клюкой, но бойкие, «крутые» и модно одетые сверстники тех, на кого направлено желаемое воздействие. Такая же мотивация обнаруживается и там, где никакого противостояния, казалось бы, нет, а (на вербальном уровне) предлагается красочная, ярко оформленная, нередко даже полезная информация: кулинарные рецепты, советы по косметике, поведению в коллективе. Мотивационно-целевой анализ, при котором в единую смысловую структуру включаются не только вербальный, но и изобразительно-выразительный ряды, а также и логотип (название), позволяет, однако, утверждать, что направленность таких произведений далеко не нейтральная или чисто просветительская.

Поводом для социальных дискуссий и обсуждений должна стать, на мой взгляд, и тенденция к «размыванию» во многих популярных произведениях общепринятых норм и ценностей: дети встречаются и с неразборчивостью главных героев в средствах достижения цели, и с поэтизацией силы, brutальных отношений, «прикольного» поведения. В большинстве таких случаев авторами преимущественно руководит стремление к успеху (популярности, обогащению) любой ценой. Используются психологические приемы, основанные на поощрении дурного вкуса и нездорового любопытства, потакании низменным инстинктам и слабостям. Социальными последствиями таких форм коммуникации оказывается не только снижение качества понимания среди значительной части обескураженной, заинтригованной или польщенной аудитории, но и стремление большого числа детей походить на подобных персонажей, поступать и реагировать по предложенным образцам (типично для групп с низким и средним уровнями коммуникативных навыков).

Не способствует развитию коммуникативных навыков и тенденция к адаптации, «выхолащиванию» авторских мотивационно-целевых доминант классических произведений при их сокращенных пересказах и, тем более, в вольных, искажающих авторское видение, интерпретациях режиссеров и сценаристов.

Мощная индустрия социокультурной продукции уже создала и тиражирует в многомиллионных масштабах разнообразные материальные

носители (книги, журналы, плакаты, календари, блокноты, наклейки, фильмы, мультфильмы, игры, игрушки, компьютерные игры, сайты и т.д.), значительная часть которых ориентирована не на диалог с аудиторией и позитивную социокультурную динамику, а, прежде всего, на получение прибыли или достижение личностного успеха. Механизмов социальной и юридической защиты от подобных форм коммуникации в настоящее время практически нет, а самостоятельно противостоять им могут только представители немногочисленных групп аудитории с высоким уровнем коммуникативных навыков. Для представителей же остальных групп контакты с безбрежным и неоднозначным океаном современной социокультурной продукции чреваты негативными влияниями на мировидение, морально-нравственные ориентиры, психическое здоровье и социализацию личности.

Проведенный нами анализ влияния современной социокультурной среды на детей выдвигает на передний план целесообразность решения следующих задач: во-первых, создание постоянно действующей системы социальной диагностики и социально ориентированного проектирования социокультурной среды современных детей и, во-вторых, организацию мероприятий по массовому развитию их коммуникативных навыков.

Институализация механизмов социальной диагностики и социально ориентированного проектирования социокультурной среды не противоречит идее свободы слова, которая должна быть не только у авторов, издателей и продюсеров, но и у социальной науки и общества. В результате те, кто заинтересован в получении такого рода информации, то есть родители, педагоги, воспитатели, представители СМК, управленческих структур и общественности смогут получать научно обоснованные данные о мотивационно-целевых доминантах популярных произведений, методические рекомендации по разъяснению их детям, а также ориентиры в поиске произведений, способствующих гармоническому развитию и социализации личности.

Разный уровень коммуникативных навыков аудитории – научно обоснованная реальность, учет которой открывает принципиально новый подход к пониманию и проектированию социокультурных процессов. Отсутствие прямых взаимозависимостей между социально-демографическими характеристиками опрошенных детей и уровнем развития их коммуникативных навыков позволяет утверждать, что причина прежде всего в ментальных характеристиках, способе ориентирования личности в коммуникационных процессах. Как показали наши исследования, часть современных детей имеют идеальные материальные условия для получения информации, знают наизусть произ-

ведения классиков, которые считают любимыми и интересными, однако главные смысловые доминанты этих же самых произведений остаются для них незамеченными, непонятыми, «проходят мимо» сознания. Решение проблемы, следовательно, связано не только с количеством и даже не только с качеством (!) прочитанных ребенком книг, заученных стихотворений или просмотренных фильмов, не только с обладанием компьютером и выходом в Интернет, не только со знанием названий и содержания шедевров мирового искусства. Не связано решение проблемы и с запретами, тем более в сегодняшнем открытом мире, или с искусственным ограничением сферы восприятия личности (например, только чтением).

Объемные, многоуровневые структуры воспринятых произведений «выстраиваются» в сознании только немногочисленной группы респондентов (высокий уровень коммуникативных навыков); в большинстве же случаев восприятие происходит либо путем накопления информации, «по горизонтали» (средний уровень коммуникативных навыков), либо путем «выхватывания» отдельных фактов при полном непонимании целей и мотивов коммуникатора (низкий уровень коммуникативных навыков). И поскольку существующая система дошкольного и школьного образования, а также традиционные ценности общества и семьи связаны преимущественно с задачами накопления, усвоения, запоминания информации и не ориентированы на обучение пониманию коммуникационных процессов, задача развития коммуникативных навыков личности, которая, безусловно, является задачей общецивилизационной, связана с перестройкой приоритетов и в системах ценностей, и в системе образования. В дополнение к осуществленным и ныне действующим целевым программам федерального и межгосударственного уровней, направленных на приобщение детей к чтению, ликвидацию так называемого «цифрового неравенства», донесение до широких масс информации и знаний о культурных ценностях, необходимы принципиально новые широкомасштабные программы, направленные на решение задач развития коммуникативных навыков наших современников, прежде всего детей и молодежи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адамьянц Т.З. К диалогической телекоммуникации: от воздействия – к взаимодействию. М.: ИС РАН, 1999.
2. Адамьянц Т.З. Коммуникативные навыки личности // Человек. 2006. № 5.
3. Адамьянц Т.З. От человека разумного – к человеку понимающему // Вестник университета (ГУУ). 2007. № 3.

4. *Адамьянц Т.З.* Социальные коммуникации. Учеб. пособ. для вузов. М.: Дрофа, 2009.
5. *Адамьянц Т.З.* Технологии социальной диагностики и социального проектирования информационной (социокультурной) среды // Межотраслевое взаимодействие в социальном управлении. Материалы VI Дридзевских чтений. М.: ИС РАН, 2007.
6. *Дети и проблемы толерантности.* Сборник научно-методических материалов/ Отв. ред. Т.З. Адамьянц. М.: ИС РАН, 2003.
7. *Дридзе Т.М.* Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Социальная коммуникация и социальное управление в эоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Книга 1. М.: ИС РАН, 2000.
8. *Дридзе Т.М.* Организация и методы лингвосоциопсихологического исследования. М.: МГУ, 1979.
9. *Дридзе Т.М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.
10. *Жаворонков А.В.* Российское общество: потребление, коммуникация и принятие решений. 1967-2004 гг. М.: Вершина, 2007.
11. *Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования / Под редакцией Б.А. Грушина и Л.А. О니кова.* М.: Политиздат, 1980.