

дентов будет повышаться чувство их компетентности и собственной эффективности в реальной профессиональной деятельности. В свою очередь повышение уверенности в своей компетентности и возможность практиковаться в реальной ситуации снижают риск причинения возможного вреда клиенту (пациенту), повышают понимание этических проблем и обеспечивают обучение умениям, необходимым при работе с реальными клиентами (пациентами) в отличие от ролевых игр и кейс-методов. Организация, юридическое и методическое обеспечение таких видов практик – задача отечественной системы высшего образования в ближайшей перспективе.

Список использованных источников

1. *Карнелович, М. М.* Профессиональное самоотношение и смыслы профессиональной деятельности будущих психологов сфер образования и здравоохранения / М. М. Карнелович // Педагогическая наука и образование. – 2016. – № 4. – С. 41–47.
2. *Карпинский, К. В.* Профессиональное самоотношение личности и методика его психологической диагностики: монография / К. В. Карпинский, А. М. Колышко. – Гродно: ГрГУ, 2010. – 140 с.
3. *Колышко, А. М.* Психология самоотношения: монография / А. М. Колышко. – Гродно: ГрГУ, 2004. – 102 с.
4. *Леонтьев, Д. А.* Психология смысла: природа, структура и динамика смысловой реальности / Д. А. Леонтьев. – 3-е изд., доп. – М.: Смысл, 2007. – 510 с.
5. *Carmel, S.* The professional self-esteem of physicians scale, structure, properties and the relationship to work outcomes and life satisfaction / S. Carmel // Psychological Reports. – 1997. – № 80. – P. 591–602.

(Дата подачи: 18.02.2019 г.)

О. А. Катренко

Белорусский государственный университет, Минск

A. Katrenka

Belarusian State University, Belarus, Minsk

УДК 379.823:159.922.736.3

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ НЕГАТИВНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

MANIPULATIVE AXIOLOGICAL MECHANISM OF NEGATIVE OF TELEVISION INFLUENCE

В статье рассматривается проблема телевизионного воздействия на детей 6–10 лет, на их мировоззрение, ценностные ориентации и духовные ценности. Она объясняется действием негативного манипулятивного аксиологического механизма. Выделены основные векторы негативного телевоздействия и их функциональная направленность. Приведены основные негативные методы телевоздействия, описана их суть и представлены последствия их применения.

Ключевые слова: ценности; духовные ценности; телевизионное воздействие; негативный манипулятивный аксиологический механизм; методы телевоздействия.

In article the problem of television influence to children of 6–10 years, their world view, value orientations and spiritual values is considered. This problem is explained by the action of the negative manipulative axiological mechanism. The main vectors of negative television influence and their functional orientation are highlighted. The main negative methods of television influence are presented, their essence is described and the consequences of their use for children of 6–10 years old are presented.

Keywords: values; spiritual values; television influence; negative manipulative axiological mechanism; methods of television influence.

Манипулятивное воздействие телевидения, в том числе и детского, на детей младшего школьного возраста (6–10 лет) сегодня представляется крайне важной проблемой, особенно если учесть практически полную доступность к видеоконтенту с гаджетов, повышающуюся бесконтрольность детского телепросмотра со стороны родителей и увеличивающееся желание детей смотреть взрослое ТВ. Многочисленные психологические исследования доказывают влияние телевидения на духовную ценностную сферу маленьких телезрителей. Большинство ученых описывают телеискусство как мощный и опасный фактор, влияющий на формирование ценностей детей так, как это выгодно создателям телепродукта [1–8].

По J. Mander, телевидение – наркотическое средство культуры владычества. Контроль над содержанием, униформизм и повторы делают его инструментом насилия и манипулирования личностью [8]. В связи с этим возникла необходимость тщательного изучения того, каким образом происходит это воздействие на психику детей.

Так, на основании системного анализа имеющихся зарубежных, российских и отечественных исследований нами были выделены манипулятивные аксиологические механизмы телевизионного влияния на детей 6–10 лет как специфические системы функционирования, манипулятивное действие которых узко направлено на данную аудиторию телезрителей с целью формирования у нее различных мировоззренческих установок и ценностных ориентаций.

В целом изучение вопроса телевидения показало, что оно может оцениваться как положительное и как отрицательное.

На наш взгляд, в качестве манипулятивных аксиологических механизмов, обуславливающих специфику формирования мировоззренческих установок и ценностных ориентаций детей в этом возрасте, могут выступать:

1. Манипулятивный аксиологический механизм позитивного информационно-психологического влияния, проявляющийся через использование телевидения с целью просвещения, медиаобразования, воспитания с применением информационно-психологических и телевизионных методов воздействия.

2. Манипулятивный аксиологический механизм негативного телевизионного влияния, действие которого обусловлено основными векторами,

имеющими различную функциональную направленность, проявляющимися в совокупности с действием методов телевоздействия.

Исходя из заявленной проблемы, понимание второго механизма является наиболее важным. Так, систематизация существующих подходов к негативному телевоздействию на детей 6–10 лет [1; 3–6; 9–16] позволила выделить его основные векторы и их функциональную направленность (таблица 1).

Таблица 1

Основные векторы негативного телевизионного влияния на детей 6–10 лет и их функциональная направленность

Вектор телевидения	Функциональная направленность вектора телевидения
1. Изменение, деформирование психики ребенка	Телепродукция (западные анимация, фильмы, передачи) воздействует на фантазию ребенка и дает новые мировоззренческие установки и модели поведения [1; 4–6; 10].
2. Искусственное изменение эмоциональных структур психики	Телевидение управляет как комплексом убеждений и представлений зрителя, так и соматическими процессами [3, с. 223]. Развиваются чувство страха, агрессивность, равнодушие к жертвам насилия, снижение порога чувствительности по отношению к проявлению насилия в реальной жизни.
3. Изменение ценностных ориентаций	Телевидение разрушает традиционные культурные ценности и внедряет в сознание телезрителя ценности западных культур [9, с. 16].
4. Влияние на архетипы коллективного бессознательного.	Телевидение одновременно действует на органы зрения и слуха – перед ребенком проходит видеоряд, направленный на восприятие информации в целом. Через вызывание эмоций влияет сразу на подсознание, минуя сознание [3; 10].
5. Изменение мировоззренческих установок посредством внушения: 1) позитивная – обусловленная индивидуальным опытом личности предрасположенность к мобилизации внутренних ресурсов психической активности под влиянием позитивного внушения; 2) негативная – предрасположенность к торможению внутренних ресурсов психической активности под влиянием негативного внушения	В зависимости от склонности к внушаемому воздействию люди бывают (В. А. Янчук): 1) с позитивной внушаемостью (гипопозсуггестивный – трудно позитивновнушаемый, медиопозсуггестивный – средне, гиперпозсуггестивный – легко); 2) негативной (гипонегсуггестивный – трудно негативновнушаемый, медианегсуггестивный – средне, гипернегсуггестивный – легко); 3) сбалансированной (гипосуггестивный – трудно внушаемый, медиасуггестивный – средне, гиперсуггестивный – легко) [16, с. 16–17]. У старших дошкольников – гипернегсуггестивный тип из-за несформированной дифференциации влияния внушения и действия побудительной инструкции, психических особенностей, недоразвития механизмов саморегуляции. Пик негативной внушаемости – 9–10 лет. С возрастом ее роль в регуляции поведения и деятельности снижается [16, с. 1–18].

Вектор телевидения	Функциональная направленность вектора телевидения
6. Создание эффекта искаженной социализации	Телевидение фабрикует образ реальности у зрителей, навязывая определенную интерпретацию событий и показывая то, чего реально не было [12, с. 6]. При длительном и бесконтрольном телесмотрении в 6–10 лет этот эффект усиливается [11, с. 22].
7. Формирование клипового мышления детей: 1) фрагментарность – мозаичность восприятия информации; 2) дискретность – прерывность сознания между двумя разными состояниями (выключатель: включен / выключен)	Их искусственное усиление вызывает дезориентацию зрителя в окружающем мире и препятствует критическому осмыслению [9]. Эмоциональная сфера ребенка вызывает к смене фрагментов, создающих новые мозаики. Он не может длительное время сосредотачиваться на какой-либо информации, имеет низкую способность к ее анализу. В итоге формируется клиповое мышление. Парадокс в том, что на детей негативно влияют как передачи для взрослых, так и созданные для детей [11, с. 18–23].
8. Формирование телезависимости или телемании детей: 1) использование произвольности внимания (поверхностно и скоропреходяще); 2) программирование на возникновение одинаковых мыслеобразов, эмоциональных состояний; 3) провоцирование телесигналом симптоматики психопатологии	1) Вызывает у ребенка привыкание к телеизображению посредством использования интенсивности, уникальности, новизны, движения, повторяемости, контрастности, длительности и размера телеинформации [13, с. 102–103]. 2) Детское телевидение легко управляет маленькими зрителями. Дети, не обученные отличать добро от зла, начинают вести себя, как экранные герои [1; 3; 9; 10; 13; 15]. 3) Интенсивный просмотр телевизора вызывает у ребенка неврозы, усиление страхов, панические атаки, навязчивые идеи, нарушение поведения [3, с. 195].
9. Моделирование поведения посредством деформирования психики детских масс	1. Умственное упрощение делает любую сложную мысль понятной каждому, но при этом блокирует развитие логического мышления. 2. Ограничение материала провоцирует узость восприятия, мышления и вызывает формирование узких схем поведения (человека, обладающего большим объемом информации, сложно убедить в верности только одной точки зрения). 3. Вдалбливающее повторение приводит к бессознательному запоминанию нужной для манипулятора информации и, соответственно, к нужному поведению. 4. Субъективность (для автора не важен предмет повествования) препятствует формированию критического мышления ребенка. 5. Эмоциональное нагнетание поддерживает интерес, облегчает запоминание, но провоцирует необдуманные поступки [3, с. 24–25, 42]. 6. Сила примера возрастает, если демонстрируемое действие – элемент поведения группы, в которой ребенок уже состоит или куда он хочет попасть. Он лучше перенимает типы поведения, согласующиеся с привычными (в семье) или имеющими более яркий, привлекательный характер [14].

Так, во многом воздействие на психику ребенка направлено на изменение прежних мировоззренческих установок посредством внушения. Как отмечает В. А. Янчук, внушаемость – сложное структурное образование, включающее в качестве противоположных компонентов позитивную и негативную внушаемость, образующие ее диалектическое единство и обладающие специфическими особенностями и индивидуальными проявлениями в психической активности личности. А психологическими механизмами, обуславливающими специфику ее проявления, выступают позитивная и негативная установки [16, с. 16–17].

При этом негативное внушающее воздействие эффективно в целях торможения нежелательных форм поведения, состояний воспитуемых, прекращения нежелательных воздействий извне. Наиболее результативно оно для младших школьников. Позитивная внушаемость выражается в возрастании продуктивности их деятельности под влиянием внушения, направленного на раскрепощение, вселение состояния бодрости, уверенности в своих силах [16, с. 1–18].

В то же время ученые отмечают, что особо опасна для здоровья детей телезависимость или телемания. Телесигнал – обязательная ежедневная доза, снимающая зависимость на время. Просматривая телепередачи, люди объединяются в фигуральную массу, соединяемую в коллективный разум [3, с. 51–52]. Попав под воздействие телевидения они, массово и бесконтрольно увлекаясь разнородным телеконтентом, утрачивают способность думать [13, с. 102].

Продолжительность телепросмотра ребенка взаимосвязана с эмоциональным, интеллектуальным, физическим развитием [11, с. 22–23]. По Б. Фирсову, телемания – симптом неустойчивости, нервного нездоровья, неудовлетворительного социального окружения. Английские и американские исследования показали, что более развитые дети относятся к передачам разборчивее, критически и менее подвержены телемании. Больше возможностей для развития мировоззрения может предложить ребенку обеспеченная семья. У детей из бедных семей отмечалось высокое телепотребление, эмоциональная неустойчивость и неприспособленность к преодолению жизненных трудностей [15, с. 56–57].

В свою очередь А. Богатырев отмечает увеличение убийств детей без причин сверстниками, как продолжение увиденного сериала. У детей до 7 лет виртуальный и реальный миры тождественны. Они не отличают то, что показывают по телевизору, от происходящего за пределами экрана. Возрастает число детских самоубийств как следствие невозможного выхода из телезависимости. Запретительные меры вызывают ярость и страшную агрессию. А суровое наказание, на которое ребенок не может адекватно ответить, приводит его к самоубийству [1].

Далее на основании имеющихся исследований [1; 3; 6; 10; 14; 17–23] и классификаций методов / способов / приемов телевоздействия [3; 7; 24; 25] мы попытались выделить наиболее существенные негативно влияющие методы телевоздействия на младших школьников, их суть и предполагаемые последствия в результате их применения (таблица 2).

Основные негативные методы телевоздействия на детей 6–10 лет, их суть и предполагаемые последствия в результате их применения

Методы телевоздействия	Суть метода телевоздействия	Последствия
Эффект присутствия	Все, что ребенок видит по телевизору, кажется, происходит сейчас, сию минуту. Эта непосредственность восприятия придает особую достоверность фактам и образам (Н. М. Шахмаев) [Цит. по: 24, с. 21]	Ребенок знакомится с миром при помощи телевидения. Реальность действия, поведение людей часто подчеркиваются импривизированными моментами и вызывают со-переживание [19]
Документальность	Телепередаче присуща подлинность, на телевидении есть возможность оставить эксперимент, выступление с необходимой, уникальной наглядностью (Н. М. Шахмаев) [Цит. по: 24, с. 21]	Ребенок искренне верит всему, что транслируется на «глобальном экране» («Это не правда, что ты говоришь, Телевизор сказал, что...»), и его сложно переубедить [10]
Интимность	При обращении к зрителям хороший ведущий смотрит в кадр, общается со зрителем (Н. М. Шахмаев) [Цит. по: 24, с. 21]	Ребенок становится соучастником происходящего очень личного процесса на экране, он доверяет словам ведущего [2, 19]
Внушение	Именно эмоции позволяют воздействовать сразу на подсознание, минуя сознание (пензуру). Телеинформация заполняет содержимое психики, откладываясь в подсознании, влияя на сознание, управляя дальнейшим поведением [3, с. 58]. Больше влияют на изменение поведения несколько моделей, демонстрирующих одинаковые действия [14]	Через 20–25 мин телепросмотра мозг ребенка начинает впитывать любую информацию. Ослабевает барьер критичности психики из-за отключения критического восприятия и повышается внушаемость [3; 6; 23; 25], а воздействие на созданные мировоззренческие установки позволяет прогноризовать любые ожидаемые реакции [3, с. 198]
Заражение	Передача конкретного настроения от телеведущего или телезрителя к зрителю при интенсивном воздействии на его эмоционально-бессознательную сферу	У детей возникает чувство единства (заражение паникой, раздражением, смехом) под влиянием эмоционального транса телеведущего или телезрителя [10]
Убеждение	Сознательное, организованное преобразование телеинформации на пути к сознанию зрителя через обращение его к критическому суждению (отношение к ней, ее анализ, оценка)	У ребенка изменяется система мировоззренческих установок и ценностных ориентаций посредством восприятия новых сведений и включения их в систему мировоззрения (теледискуссия, теле-шоу) [20]

Методы телевоздействия	Суть метода телевоздействия	Последствия
Утверждение и повторение	Телеведущий подает главную мысль, которую требуется внушить маленьким зрителям, в «краткой, энергичной и впечатляющей форме» (приказ гипнотизера без возражения). Действует убедительно при повторении	Дети приучаются мыслить стереотипами, которые периодически телевидение изменяет в нужном направлении. У них постепенно снижается интеллектуальный уровень развития, критичность восприятия и мышления
Упрощение и стереотипизация	Телевидение – фон повседневности, улавливает тенденции, резонирующие в аудитории с телемиром, и возвращает их в общество, снабженные ореолом модного, значимого для жизненного успеха феномена; не задает новые социально важные качества детям, а демонстрирует привычное поведение, включая некоторые новые элементы, вызывающие резонанс в мышлении и поведении [7, с. 18–19]	Пассивное телевосприятие без критического анализа [3, с. 206]. Юные телезрители утрачивают критичность за счет навязываемых редакторами телепередач готовых схем, приводящих к выработке стереотипов – моделей реагирования на жизненную ситуацию. И человек подосознательно тянется к готовым схемам решения проблемы, что приводит к нравственной деградации [3, с. 5]
Подражание	Телевизионный образец (ясный, выразительный, привлекательный, доступный) провоцирует положительное эмоциональное отношение, восхищение, уважение к себе у зрителя и усиливает мотивацию к воспроизведению увиденных действий, поступков, жестов, интонаций, стиля жизни	Ребенок подражает социально новому, транслируемому телевидением: внешне динамичным, более интересным и успешным ярким образцам (и даже негативным). Иногда это отражается отрицательно на его идентификации, мировосприятии, мировоззренческих установках, ценностных ориентациях, социализации и приводит к деструктивному поведению [10]
Создание имиджа	Привлекательный телеобразец (может чему-то научить и поощрить) – идеал, вызывающий у зрителей сильную мотивацию к изменению своего образа	Отбрасывая старые эталоны, он стремится походить на телеидеал, иногда бездумно его копируя. Это влечет изменения культурных форм поведения [10]
Фабрикация фактов	Мелкие отклонения при подаче материала, но действующие в одном направлении [3, с. 201]	Подобная подача информации провоцирует у детей активное разрушение критического мышления

Методы телевоздействия	Суть метода телевоздействия	Последствия
Отбор материала событий реальности	Единая информация подается различными словами [3, с. 201]	Мировоззрение детей оказывается ограниченным из-за суженного поля воспринимаемой информации
Серая и черная информация	Телевидением активно используется планомерное влияние пропаганды [3, с. 202]	Деградирует национальное сознание детей за счет изменения их эмоций, взглядов, мировоззренческих установок, ценностных ориентаций и поведения [10; 18; 19]
Большие психозы	Телевидение превращает маленьких граждан в общую регулируемую массу [3, с. 203]	Дети становятся единой легко управляемой массой [2; 10; 19]
Дробление и срочность	Теленформация специально дробится и подается в очень быстром темпе как срочная [3, с. 205]	Ребенок не может целостно воспринять и осмыслить проблему. У него создается ложный образ реальности
Сенсационность	Важные новости тележурналисты замалчивают, а выделяют псевдосенсацции [3, с. 206]	Дети легко дезориентируются в событиях реальной жизни
Паразитирование и изменение установок	Используются эмоции, рефлексы зрителей, качества сторонних предметов, личностей, понятий. Манипулятор старается «приобщить себя» к тому, что нравится аудитории, вызывая ее положительные эмоции [25]	Повышается доверие ребенка к телеинформации и отключается критическое восприятие. Возникшие у него положительные эмоции в итоге неосознанно переносятся на информационную установку [10; 19]
Паразитирование на популярных терминах	Используются привычные аудитории коммуникативные элементы (действия, жесты, речевые обороты). Телеведущий ассоциирует себя с телеаудиторией, стараясь казаться «в доску своим парнем», вызывает неосознанную симпатию к себе как к «носителю» дорогих зрителю ценностей, вскользь упоминая их [25]	У телезрителя повышается доверие и возникает неосознанная симпатия к ведущему [25]. Младший школьник идентифицирует себя прежде всего со светскими лицами, но хочет быть более взрослым и «крутым». Поэтому он стремится подражать старшим ребятам-подрастакам и героям сериалов, телезвездам [14]. У детей формируется искаженная картина мира, на неосознаваемом уровне изменяются мировоззренческие установки и ценностные ориентации, возникает желание подражать телегерою в создании идентичного образа и в поведении [18]

Методы телевоздействия	Суть метода телевоздействия	Последствия
Отключение критического восприятия	Используется введение жертвы в «опыляющее» состояние эйфории (вместо трезвой и спокойной оценки информации), создающего эффект наркотика [25]	Ребенок воспринимает гедонизм как социальную норму. Положительные эмоции «оглушают» его, и он теряет способность адекватно оценивать информацию («лень» думать, хочется праздника), поскольку попытка ее критического осмысления вызывает рефлекторное сопротивление сознания к выходу из состояния наслаждения (аналог «ломки» наркозависимых) [25]
Создание атмосферы шоу	Элемент игры на выживание или выбывание, присутствие в экранной «реальности» направлено на формирование коллективного бойцового сознания. Зрелище – цель в себе, которая достигается путем ассоциирования зрителя с победителем в моделировании жизни [21]	У зрителей специально разрушается критическое мышление с последующей деградацией поведения [25]. Дети увлеченно снимают жестокие реалити-шоу, где сами в главных ролях. Игра в реалити опасна для зрителей шоу, ведь обаятельные телегерои задают рефлекторно подкрепляемые модели поведения, становясь объектом подражания. Это приводит к деструктивному поведению [17]. В целом телевидение усугубляет инфантилизм аудитории, консервируя ее навсегда в подростковом возрасте [22, с. 140]
Использование специальных эффектов	Целенаправленное воздействие на эмоции спецэффектами (кинохроника, яркие нестандартные происшествия (подстроженные), нечто запоминающееся и впечатляющее) [25]	У детей отключается критицизм, поскольку спецэффекты провоцируют влечение к экстриму [25]. К сожалению, этот прием используется не только в шоу, художественных фильмах для детей, но и в мультипликационных фильмах, часто сочетается с элементами насилия

Таким образом, предлагаемый манипулятивный аксиологический механизм позволяет лучше понять, каким образом происходит негативное телевизионное влияние на ценностную сферу детей 6–10 лет. Его действие обусловлено основными векторами, имеющими различную функциональную направленность, проявляющимися в совокупности с действием методов телевоздействия. Учет этих методов, знание их сути и возможных последствий для детской психики может помочь в профилактической и коррекционной работе психологов с детьми, которые подвержены сильному влиянию телевидения, особенно при отсутствии диалогического родительского телеконтроля.

Список использованных источников

1. *Богатырев, А.* Мультяк – опасная зона! [Электронный ресурс] / А. Богатырев // Информационная экология Интернет-пространства. – Режим доступа: <http://www.mirwomne.ru/deti-1-3/articles/psihologiya-rebenka/vliyanie-multikov>. – Дата доступа: 25.05.2015.
2. *Борисевич (Катренко), О. А.* Воспитание духовных ценностей сельских детей посредством детских телевизионных каналов / О. А. Борисевич (Катренко) // Збірник наукових прац Академії паслядипломної адукації: зб. наук. прац / ДУА «Акад. пасляд. адука.»; редкол.: А. П. Манастырны [і інш.]. – Мінск, 2012. – Вып. 10. – С. 74–90.
3. *Зелинский, С. А.* Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс / С. А. Зелинский. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. – 280 с.
4. *Ковалева, И.* Не может детство без экрана [Электронный ресурс] / И. Ковалева // Челябинская региональная общественная организация «Центр поддержки грудного вскармливания и культуры материнства «Матушка». – Режим доступа: http://nimfa-mama.narod.ru/rebenok_i_TV.html. – Дата доступа: 05.06.2015.
5. *Колбышева, С. И.* Учимся смотреть мультяки / С. И. Колбышева. – Минск: Беспринт, 2010. – 80 с.
6. *Матвеева, Н. А.* Влияние телевидения на формирование ценностных ориентаций подростков и пути преодоления его негативных последствий: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Н. А. Матвеева; Гос. образов. учрежд. высш. проф. образов. «Воронеж. гос. пед. ун-т». – Курск, 2009. – 27 с.
7. *Сафарян, А. В.* Стили жизни молодежи как целевой аудитории телевидения: автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04 / А. В. Сафарян; Негос. неком. образ. учр. «Моск. гуманит. ун-т». – М., 2008. – 24 с.
8. *Mander, J.* Four Arguments for the Elimination of Television / J. Mander. – New York: Quill, 1978. – 197 p.
9. *Багрянцева, М. Г.* Нравственно-эстетическое пространство современного телевидения: (На материалах ТВ Дальневосточного региона): автореф. дис. ... канд. искусствовед. наук: 17.00.03 / М. Г. Багрянцева; Ин-т повыш. квалиф. работн. телев. и радиовещ. – М., 2004. – 28 с.
10. *Борисевич (Катренко), О. А.* Нові цінності маленьких телеглядачів як результат духовних ціннісних трансформацій перехідної доби суспільного розвитку (архетипний підхід) / О. А. Борисевич (Катренко) // Публічне управління: теорія та практика: зб. наук. праць / Асоц. докт наук з держ. управління; редкол.: В. Мартиненко (гол. ред.) [та інш.]. – Харків: ДокНаукДержУпр. – 2014. – № 2(18) спеціальний випуск. – С. 23–32.
11. *Барсукова, О. В.* Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / О. В. Барсукова; ГБОУ ВПО «Тамбов. гос. техн. ун-т». – Воронеж. – 2012. – 25 с.

12. *Лекторский, В. А.* Эпистемология и исследование когнитивных процессов / В. А. Лекторский // Эпистемология вчера и сегодня / Рос. акад. наук, Ин-т филос.; отв. ред. В. А. Лекторский. – М.: ИФРАН, 2010. – С. 157–174.

13. *Нечай, О. Ф.* Большой мир малого экрана / О. Ф. Нечай. – Минск: Нар. асвета, 1979. – 112 с.

14. *Прихожан, А. М.* Влияние электронной информационной среды на развитие личности детей младшего школьного возраста [Электронный ресурс] / А. М. Прихожан // Психол. исследования: электрон. науч. журнал. – 2010. – № 1(9). – Режим доступа: <http://www.psystudy.ru/index.php/num/2010n1-9/283-prikhozhan9.html>. – Дата доступа: 05.01.2017.

15. *Фирсов, Б.* Телевидение глазами социолога / Б. Фирсов. – М., 1971. – 191 с.

16. *Янчук, В. А.* Дифференцируемая внушаемость личности и ее возрастная динамика: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / В. А. Янчук; Минск. гос. пед. ин-т им. А. М. Горького. – Минск, 1986. – 25 с.

17. *Гуцал, Е. А.* Проблема культурной самоидентификации участников реалити-шоу и интерпретация их бытования телезрителями [Электронный ресурс] / Е. А. Гуцал // Медиаскоп. Электр. науч. журнал фак. журн. МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2008. – № 2. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/238>. – Дата доступа: 15.05.2015.

18. *Борисевич (Катренко), О. А.* Духовные ценности маленьких телезрителей и роль родительского контроля телесмотрения / О. А. Борисевич (Катренко) // Зборнік навуковых прац Акадэміі паслядыпломнай адукацыі: зб. навук. прац / ДУА «Акад. паслядыплом. адукацыі»; рэдкал.: А. П. Манастырны (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2013. – Вып. 11. – С. 107–124.

19. *Катренко, О. А.* Воспитанность духовных ценностей белорусских детей 7–10 лет посредством детского телевидения / О. А. Катренко // Право. Экономика. Психология. – 2017. – № 3 (8). – С. 78–84.

20. *Катренко, О. А.* Телевизионные предпочтения детей 7–10 лет, смотрящих и не смотрящих детские телеканалы / О. А. Катренко // Казакстан мектебі. – 2017. – № 1 (1092). – С. 40–48.

21. *Малькова, Л. Ю.* ТВ: игры с документальной формой [Электронный ресурс] / Л. Ю. Малькова // Медиаскоп. Электр. науч. журн. ф-та журн. МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2012. – № 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1126>. – Дата доступа: 17.06.2015.

22. *Муратов, С. А.* ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений) / С. А. Муратов. – М.: Логос, 2000. – 241 с.

23. *Толстая, Е. В.* Влияние окружающей среды на сознание, поведение и здоровье человека / Е. В. Толстая // Медико-социальная экология личности: состояние и перспективы: материалы X междунар. конф., Минск, 6–7 апр. 2012 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: В. А. Прокашева (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2012. – С. 106–108.

24. *Мишанина, В. И.* Развитие познавательной активности дошкольников средствами телевидения в условиях семьи: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / В. И. Мишанина; Рос. акад. образов. Исслед. центр семьи и детства. – М., 1996. – 152 с.

25. *Кара-Мурза, С. Г.* Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Кара-Мурза, С. Смирнов // Электронная библиотека. – 2009. – Режим доступа: http://royallib.com/book/karamurza_serгей/manipulyatsiya_soznaniem_2.html. – Дата доступа: 15.05.2015.

(Дата подачи: 28.02.2019 г.)