

УДК 159.9**Информационная безопасность медиасреды для детской аудитории: на примере современных мультфильмов****Оконечникова Любовь Викторовна**

Кандидат психологических наук, доцент,
кафедра общей и социальной психологии,
Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина,
620002, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Мира, 19;
e-mail: dokonechnikov@mail.ru

Любякин Анатолий Александрович

Кандидат философских наук, доцент,
кафедра общей и социальной психологии,
Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина,
620002, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Мира, 19;
e-mail: a_lyubyakin@mail.ru

Чаликова Ольга Сергеевна

Кандидат психологических наук, доцент,
кафедра общей и социальной психологии,
Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина,
620002, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Мира, 19;
e-mail: o-chalikova@mail.ru

Аннотация

В основе статьи лежат идеи медиапсихологии, разрабатывающие проблему информационной безопасности. Особое внимание уделяется современным мультфильмам как наиболее распространенной медиапродукции, предназначенной для детей. Систематизированы полученные результаты о таких особенностях современных

мультфильмов, как большое количество насилия, их нереалистичный показ, отсутствие сцен страданий жертвы, замаскированные юмором агрессивные желания героя. Сделан обзор современных отечественных и зарубежных исследований влияния мультфильмов на детскую аудиторию. Предложены условия формирования информационной безопасности. На общественном (социальном) уровне такими условиями может стать разработка и осуществление социально-психологических экспертиз медиапродукции, привлечение мнений представителей общественности. На внутреннем (личностном) уровне большую роль играет медиапедагогика, в рамках которой возможно формирование информационного иммунитета, включающего такие направления, как медиааналитика и медиапрактика.

Для цитирования в научных исследованиях

Оконечникова Л.В., Любякин А.А., Чаликова О.С. Информационная безопасность медиасреды для детской аудитории: на примере современных мультфильмов // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2017. Т. 6. № 4А. С. 195-206.

Ключевые слова

Медиапродукция, информационный иммунитет, информационная среда, медиапедагогика, медиааналитика, медиапрактика.

Введение

Известно, что развитие новых информационных технологий, с одной стороны, делает детей более осведомленными в разных областях и более социализированными, а с другой стороны, формирует низкий уровень игры, приводит к нарушениям эмоциональной сферы, проявляющимся в гиперактивности, агрессивности и тревожности.

Это противоречие становится очевидным для работников в сфере образования. Родители детей дошкольного и младшего школьного возраста, педагоги и психологи все меньше сталкиваются с трудностями обучения и все больше вынуждены реагировать на социальные проблемы. Они отмечают немотивированную агрессию, страхи фантомных героев, гипертрофированный интерес к вопросам пола [Сорокина, 2011, 701-704].

Особую роль во всем этом играют средства массовой коммуникации. Массовая коммуникация, являясь, по мнению социологов, таким же социальным институтом, как семья и школа [Вартанова, 2009], способна действительно конкурировать с ними по силе воздействия. Детское спонтанное общение заменяют ролевые компьютерные игры, сюжетно-ролевая игра

становится примитивной, так как ребенок в ней способен только имитировать действия героев мультфильмов и компьютерных игр [Смирнова, www; Смирнова, Рябкова, 2013, 15-24].

В связи с этим проблема последствий влияния массовой коммуникации на личность ребенка становится все более актуальной, и центральным становится вопрос о том, как сделать информационную среду психологически безопасной для детей.

Исследования проблемы информационной безопасности

Когда речь идет о психологически безопасной медиапродукции, то необходимо различать аудиторию, которая заинтересована в демонстрации данного продукта, и аудиторию, для которой данный медиапродукт является опасным с психологической точки зрения [Пронина, 2011, 105-151]. К сожалению, в последнее время анализ современной информации показывает, что критерии разграничения этих аудиторий не учитываются и информация становится все более опасной для ребенка.

Американские исследователи установили, что дети к концу младшего школьного возраста просматривали по восемь тысяч убийств и по сто тысяч сцен насилия [Odukomaia, 2014, 97]. В.В. Сорокина, анализируя современные детские игрушки как вид массовой коммуникации, отмечает, что они «навязывают вкус к деструктивной демонической антиэстетике» [Сорокина, 2011, 715]. С.Н. Ениколопов, изучая влияние насилия в массовой коммуникации на развитие личности детей, отмечает в качестве последствий формирование сомнительных ценностей [Ениколопов, 2011, 555-575]. А.Е. Войскунский пишет о необходимости исследовать условия безопасности деятельности личности в сети Интернет [Войскунский, 2010]. А.И. Подольский и Т.А. Карабанова выяснили, что младшие школьники часто смотрят продукты массмедиа, предназначенные для взрослых [Подольский, Карабанова, 2002].

Особый интерес представляют исследования особенностей восприятия и понимания такого детского жанра массовой коммуникации, как мультфильм, и его негативного влияния на психическое здоровье. Это становится важным еще и потому, что, по данным многочисленных исследований, отмечается тенденция к уменьшению возраста, в котором ребенок начинает смотреть мультфильмы: дети смотрят мультфильмы примерно с двух лет. Также имеется тенденция к увеличению времени просмотра мультфильмов детьми: дети в возрасте от двух до двенадцати лет ежедневно проводят за просмотром мультфильмов более четырех часов [Blumler, Katz, 1992].

Стоит отметить, что насилие в мультфильмах – неотъемлемая часть мультипликационного содержания. Многие зарубежные исследования посвящены влиянию на детей агрессивного контента в мультфильмах [Klein, Shiffman, 2012, 7-19; Voiskunskii, 2010, 48-53]. Несмотря на то,

что взрослые порой не считают, что мультфильмы содержат агрессивные проявления, частота насилия в мультфильмах в среднем выше, чем в таких жанрах, как драмы и комедии [Iamurai, 2009]. Мультипликационное насилие, предназначенное для юной аудитории, имеет тенденцию включать незначительные насильственные действия: удары, смерть и кровь показываются нереалистично. В мультфильмах не демонстрируется то, как страдают жертвы, а это может повлиять на увеличение агрессивных проявлений [Bjorkqvist, Lagerspetz, 1985, 77-93]. Кроме того, присутствие комедийных элементов в мультфильмах и замаскированное юмором насилие может увеличить появление агрессивных мыслей и желаний [Kirsh, 2006, 547-557].

Установлено, что ребенок, к концу дошкольного возраста понимающий, что агрессия по отношению к сверстнику осуждена обществом и обеспокоенный социальным неодобрением экспериментатора, не демонстрирует агрессивного поведения по отношению к сверстнику, но по отношению к кукле после просмотра жестоких мультфильмов ведет себя агрессивно [Bandura, Ross, Ross, 1961, 575-582].

Стоит остановиться на эксперименте, в ходе которого дошкольники смотрели агрессивные («Бэтмен» или «Супермен») и неагрессивные мультфильмы в течение двадцати минут три раза в неделю, всего четыре недели. В конце экспериментального периода были оценены физическая и словесная агрессия к сверстникам, повиновение правилам и терпимость к медлительности других. В результате было выявлено следующее: дети, смотревшие агрессивные мультфильмы, были менее послушными и менее терпимыми к другим. Кроме того, дети, которые показали высокий уровень агрессии до эксперимента, стали более агрессивными, если они смотрели мультфильмы с повышенным уровнем насилия [Там же].

Многие исследователи говорят о негативном влиянии агрессивного контента в мультфильмах на психическое здоровье, игровую деятельность и формирование ценностных ориентаций современных детей. Персонаж мультфильма становится для детей объектом идентификации и образцом для подражания. Результаты исследования подчеркивают влияние мультфильмов на формирование гендерных ролей и паттернов поведения.

Действительно, увлекательный сценарий, ряд аудио- и видеоэффектов, характеры героев подталкивают ребенка к подражанию до мельчайших деталей, включая речь, мысли, язык тела и даже одежду. Герой мультфильма часто может демонстрировать негативное отношение к окружающим и антисоциальные манеры. Ребенок, подражая понравившемуся персонажу, меняет свое поведение, усваивает неприемлемые нормы и ценности, что ведет к деформации развития личности и остро ставит вопрос о психическом здоровье ребенка [Brotherson, 2015].

Условия создания безопасной информационной среды

Подобные исследования, описанные многими психологами, педагогами, социологами, приводят к необходимости выделения условий создания безопасной информационной среды. К таким условиям на общественном (социальном) уровне можно отнести следующие.

- 1) Усовершенствование комплекса правовой защиты информационной безопасности детей, который бы включал нормативно-правовую базу. К ней стоит отнести более детализированную разработку классификации продуктов массмедиа с целью присвоения возрастной категории.
- 2) Разработку и применение пиктограмм для информирования об особенностях медиапродукции.
- 3) Решение вопроса об ответственности родителей за предоставление своим детям продуктов массмедиа, не соответствующих их возрасту.
- 4) Проверку продуктов массмедиа на соответствие возрастным ограничениям.
- 5) Законодательное установление дневного времени, в течение которого нельзя транслировать медиапродукцию, оказывающую негативное влияние на детей [Ефимова, 2011, 658-701].
- 6) Создание лабораторий по проведению психологических экспертиз информационной безопасности продукции массмедиа. Такой лабораторией, например, является лаборатория игры и игрушки МГППУ. В ней разрабатывается научный подход к проблеме информационной безопасности и проводится экспертиза игрушек как продукции массмедиа. Результаты данной экспертизы позволяют сделать заключение о развивающих возможностях игрушки, соответствии игрушки возрасту, ее этических и эстетических качествах. Сотрудники данной лаборатории разрабатывают критерии экспертизы для иллюстраций к детской печатной продукции, мультфильмам, компьютерным играм [Смирнова, Рябкова, 2013, 15-24].
- 7) Привлечение общественности. Так, многие педагоги и психологи включены в работу над международной декларацией в защиту детской игры. Согласно данной декларации, задача специалистов – привлечение внимания общественности к проблеме низкого уровня игры и замены ее на не соответствующие возрасту продукты массмедиа [Федоров, 2005].
- 8) Формирование ответственности работников массовой коммуникации. Об этом, прежде всего, говорит в своих исследованиях Е.Е. Пронина, анализируя творческую деятельность будущих журналистов и рассматривая личность профессионального журналиста как меру адекватности массовой коммуникации и первый фильтр

социальной ответственности [Пронина, 2003].

С информационной средой тесно связано понятие информационного иммунитета. Под информационным иммунитетом мы будем понимать «способность личности отражать негативное влияние информационной среды, выражающуюся в умении выявлять информационные угрозы и определять степень их опасности и противостоять им» [Тулохонова, 2010, 11-114]. Проблема безопасности информационной среды решается на социальном (общественном уровне), а формирование информационного иммунитета проводится на внутреннем (личностном уровне). Здесь большую роль может сыграть медиаобразование, которое педагогами понимается как направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками и студентами закономерностей массовой коммуникации [Bandura, Ross, Ross, 1961].

Зарубежные специалисты отмечают, что для будущих педагогов и действующих преподавателей необходимо медиаобразование [Blumler, Katz, 1992; Kirs, 2006, 547-557; Klein, Shiffman, 2012]. Эти же идеи высказывают отечественные психологи и педагоги [Баранов, 2002; Сапунов, 2004, 26-34; Усов, 1989; Усольцева, 2015. 140-162; Федоров, 2005].

В медиаобразовании нуждаются прежде всего современные дети. Формирование информационного иммунитета в рамках медиаобразования должно осуществляться, с нашей точки зрения, в двух направлениях: медиааналитика (учим понимать медиапродукцию, ее анализировать); медиапрактика (самих учить делать свою медиапродукцию) [Оконечникова, Томина, Чаликова, 2016, 97-101]. В рамках медиааналитики мы предлагаем обучать ребенка анализировать продукты массмедиа. Подобно тому, как в школе обучают читать и понимать художественное произведение, необходимо обсуждать вместе с детьми просмотренный материал, создавать детям условия для актуализации чувств и эмоций, возникших при просмотре видеопродукции, осуществлять их перенос на личный опыт, способствовать сопереживанию, пониманию нравственно-этического смысла поступков персонажей.

В рамках медиапрактики очень важно предоставить ребенку возможность самому побыть автором. Создавая свой медиапродукт, ребенок в силу возрастных особенностей оценивает его более позитивно, чем то, что представлено массовой коммуникацией. На фоне этого более критичное отношение к продуктам массмедиа поможет сформировать более реалистичное восприятие этих продуктов, вплоть до сознательного их исключения из пользования в случае несоответствия требованиям психологической безопасности.

Заключение

Предложенные нами направления по анализу информационной среды требуют совместной работы различных специалистов: педагогов, родителей, юристов, психологов, специалистов в

области массовой коммуникации и представителей общественной деятельности. Кроме того, надо понимать, что рыночные отношения «делают свое дело» и в массовую коммуникацию всегда будет «просачиваться» продукция, не отвечающая требованиям психологической безопасности. В этом случае формирование информационного иммунитета в рамках медиапедагогики как более локальная задача может стать вполне доступна современному образованию.

Библиография

1. Баранов О.А. Медиаобразование в школе и вузе. Тверь: Изд-во Тверского государственного университета, 2002. 87 с.
2. Вартанова Е.Л. От человека социального – к человеку медийному // От книги до Интернета. М.: Медиа Мир, 2009.
3. Войскунский А.Е. Информационная безопасность: психологические аспекты // Национальный психологический журнал. 2010. № 1(3). С. 48-53.
4. Ениколопов С.Н. Насилие и массовая коммуникация // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: МГУ имени М.В. Ломоносова; Институт человека; Изд-во Московского университета, 2011. С. 555-575.
5. Ефимова Л.Л. Зарубежный опыт экспертизы информационной продукции в целях возрастной классификации // Человек как субъект и объект медиа-психологии. М.: МГУ имени М.В. Ломоносова; Институт человека; Изд-во Московского университета, 2011. С. 658-701.
6. Оконечникова Л.В., Томина Н.А., Чаликова О.С. Влияние информационной среды и формирование информационного иммунитета в детском возрасте // Педагогическое образование в России. 2016. № 10. С. 97-101.
7. Подольский А.И., Карабанова Т.А. Психологические особенности восприятия детьми телевизионных передач // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. М.: Изд-во Московского университета, 2002.
8. Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: МГУ имени М.В. Ломоносова; Институт человека; Изд-во Московского университета, 2011. С. 105-151.
9. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. 2-е изд. М.: Изд-во Московского университета, 2003.
10. Сапунов Б. Образование и медиакультура // Высшее образование в России. 2004. № 8. С. 26-34.
11. Смирнова Е.О. Традиционная игра стремительно вытесняется из жизни детей. URL:

<http://toys.segment.ru/review/tochkazrenia/elena>

12. Смирнова Е.О., Рябкова И.А. Психологические особенности игровой деятельности современных дошкольников // Вопросы психологии. 2013. № 2. С. 15-24.
13. Сорокина В.В. Детские игры и игрушки как форма массовой коммуникации // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: МГУ имени М.В. Ломоносова; Институт человека; Изд-во Московского университета, 2011. С. 704-701.
14. Тулохонова М.П. Возможности интерактивных технологий обучения в развитии информационного иммунитета школьников // Вестник Бурятского государственного университета. 2010. № 15. С. 111-114.
15. Усов Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: дисс. докт. педагог. наук. М., 1989.
16. Усольцева И.В. Ценности и цели игры в оценке воспитателей детского сада // Образование и наука. 2015. № 8. С. 140-162.
17. Федоров А.В. Медиаобразование будущих педагогов. Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. 314 с.
18. Bandura A., Ross D., Ross S.A. Transmission of aggression through imitation of aggressive models // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1961. P. 575-582.
19. Bjorkqvist K., Lagerspetz K. Children Experience of Three Types of Cartoons at Two Age Levels // International Journal of Psychology. 1985. P. 77-93.
20. Blumler, Katz E. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. In: McLeod J.M., Rosengren K.E. (eds.). Comparatively speaking: Communication and culture across space and time. Newbury Park. CA: Sage, 1992.
21. Brotherson S. Understanding Brain Development in Young Children. In: Family Science Specialist, NDSU Extension Service. 2015.
22. Iamurai S. Positive Cartoon Animation to Change Children Behaviors in Primary Schools. 2009.
23. Kirsh J.S. Cartoon violence and aggression in youth // Journal of Aggression and Violent Behavior. 2006. No. 11. P. 547-557.
24. Klein H., Shiffman K.S. Verbal aggression in animated cartoons // International Journal Child Adolesc Health. 2012. No. 5(1). P. 7-19.
25. Odukomaiya E. Cartoons Influence towards Violence and Aggression in School Age Children in Nigeria. Institute of Graduate Studies and Research Eastern Mediterranean University, 2014. P. 97.

Information security of media environment for children: on the example of modern cartoons

Lyubov' V. Okonechnikova

PhD in Psychology, Associate Professor,
Department of general and social psychology,
Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,
620002, 19 Mira st., Ekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: dokonechnikov@mail.ru

Anatolii A. Lyubyakin

PhD in Philosophy, Associate Professor,
Department of general and social psychology,
Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,
620002, 19 Mira st., Ekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: a_lyubyakin@mail.ru

Ol'ga S. Chalikova

PhD in Psychology, Associate Professor,
Department of general and social psychology,
Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,
620002, 19 Mira st., Ekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: o-chalikova@mail.ru

Abstract

The article is based on the ideas of media psychology, which develop the problem of information security. Particular attention is paid to modern cartoons as the most common media products for children. The authors of this article systematize the results of the study of on such features of modern cartoons as a large number of violence, their unrealistic display, the absence of scenes of the victim's sufferings, the aggressive desires of the hero disguised with humor. The article contains the review of modern domestic and foreign studies of the influence of cartoons on the children's audience. The authors propose the conditions for the formation of information security. At the social (social) level, such conditions can be the development and implementation of socio-psychological expertise of media products, the involvement of public opinion. At the internal (personal) level, media education

plays an important role, within the framework of which it is possible to form an information immunity, which includes such areas as media analytics and media practice. In conclusion the authors notice that these directions on analysis of the information environment require activity of various professionals: educators, parents, lawyers, psychologists, experts in the field of mass communication and representatives of public activities. In this case, the formation of immunity information in the framework of media education as a more local task can become quite accessible to a modern education.

For citation

Okonechnikova L.V., Lyubyakin A.A., Chalikova O.S. (2017) Informatsionnaya bezopasnost' mediasredy dlya detskoj auditorii: na primere sovremennykh mul'tfil'mov [Information security of media environment for children: on the example of modern cartoons]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 6 (4A), pp. 195-206.

Keyword

Media products, information immunity, information environment, media pedagogy, media analysis, media practice.

References

1. Bandura A., Ross D., Ross S.A. (1961) Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, pp. 575-582.
2. Baranov O.A. (2002) *Mediaobrazovanie v shkole i vuze* [Media education in school and university]. Tver': Tver State University.
3. Bjorkqvist K., Lagerspetz K. (1985) Children Experience of Three Types of Cartoons at Two Age Levels. *International Journal of Psychology*, pp. 77-93.
4. Blumler, Katz E. (1992) The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. In: McLeod J.M., Rosengren K.E. (eds.). *Comparatively speaking: Communication and culture across space and time*. Newbury Park. CA: Sage.
5. Brotherson S. (2015). Understanding Brain Development in Young Children. *Family Science Specialist, NDSU Extension Service*.
6. Efimova L.L. (2011) Zarubezhnyi opyt ekspertizy informatsionnoi produktsii v tselyakh vozrastnoi klassifikatsii [Foreign experience of the examination of information products in order of age classification]. In: *Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt media-psikhologii* [Man as the subject and the object of media psychology]. Moscow: Moscow State University named after M.V. Lomonosov;

Institute of Man; Publishing house of Moscow University, pp. 658-701.

7. Enikolopov S.N. (2011) Nasilie i massovaya kommunikatsiya [Violence and mass communication]. In: *Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt mediapsikhologii* [Man as the subject and the object of media psychology]. Moscow: Moscow State University named after M.V. Lomonosov; Institute of Man; Publishing house of Moscow University, pp. 555-575.
8. Fedorov A.V. (2005) *Mediaobrazovanie budushchikh pedagogov* [Media education of future teachers]. Taganrog: Izd-vo Kuchma Publ.
9. Iamurai S. (2009) *Positive Cartoon Animation to Change Children Behaviors in Primary Schools*.
10. Kirsh J.S. (2006) Cartoon violence and aggression in youth. *Journal of Aggression and Violent Behavior*, 11, pp. 547-557.
11. Klein H., Shiffman K.S. (2012) Verbal aggression in animated cartoons. *International Journal Child Adolesc Health*, 5(1), pp. 7-19.
12. Odukomaiya E. (2014) *Cartoons Influence towards Violence and Aggression in School Age Children in Nigeria*. Institute of Graduate Studies and Research Eastern Mediterranean University, pp. 97.
13. Okonechnikova L.V., Tomina N.A., Chalikova O.S. (2016) Vliyanie informatsionnoi sredy i formirovanie informatsionnogo immuniteta v detskom vozraste [The influence of information environment and immunity in childhood]. *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii* [Pedagogical education in Russia], 10, pp. 97-101.
14. Podol'skii A.I., Karabanova T.A. (2002). Psikhologicheskie osobennosti vospriyatiya det'mi televizionnykh peredach [Psychological peculiarities of perception of television programs by children]. In: *Informatsionnaya i psikhologicheskaya bezopasnost' v SMI* [Information and psychological security in mass media]. Moscow: Publishing house of Moscow University.
15. Pronina E. E. (2011) Kategorii mediapsikhologii: fakty, fenomeny, fantomy [Category of media psychology: facts, phenomena, phantoms]. In: *Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt mediapsikhologii* [Man as the subject and the object of media psychology]. Moscow: Moscow State University named after M.V. Lomonosov; Institute of Man; Publishing house of Moscow University, pp. 105-151.
16. Pronina E.E. (2003) *Psikhologiya zhurnalistского tvorchestva* [Psychology of journalistic creativity], 2nd ed. Moscow: Publishing house of Moscow University.
17. Sapunov B. (2004) Obrazovanie i mediakul'tura [Education and media culture]. *Vyshee obrazovanie v Rossii* [Higher education in Russia], 8, pp. 26-34.
18. Smirnova E.O. *Traditsionnaya igra stremitel'no vytesnyaetsya iz zhizni detei* [Traditional game is rapidly displaced from the life of children]. Available at: <http://toys.segment.ru/review/tochkazrenia/elena> [Accessed 20/08/17].

19. Smirnova E.O., Ryabkova I.A. (2013) Psikhologicheskie osobennosti igrovoi deyatel'nosti sovremennykh doskol'nikov [Psychological features of modern gaming activities of preschool children]. *Voprosy psikhologii* [Questions of psychology], 2, pp. 15-24.
20. Sorokina V.V. (2011) Detskie igry i igrushki kak forma massovoi kommunikatsii [Kids games and toys as a form of mass communication]. In: *Chelovek kak sub"ekt i ob"ekt mediapsikhologii* [Man as the subject and the object of media psychology]. Moscow: Moscow State University named after M.V. Lomonosov; Institute of Man; Publishing house of Moscow University, pp. 704-701.
21. Tulokhonova M. P. (2010) Vozmozhnosti interaktivnykh tekhnologii obucheniya v razvitii informatsionnogo immuniteta shkol'nikov [Possibilities of interactive learning technologies in the development of information immunity of schoolchildren]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Buryat State University], 15, pp. 111-114.
22. Usol'tseva I.V. (2015) Tsennosti i tseli igry v otsenke vospitatelei detskogo sada [Values and goals of the game in the assessment of kindergarten teachers]. *Obrazovanie i nauka* [Education and science], 8, pp. 140-162.
23. Usov Yu.N. (1989) Kinoobrazovanie kak sredstvo esteticheskogo vospitaniya i khudozhestvennogo razvitiya shkol'nikov. Dokt. Diss. [Film education as means of aesthetical upbringing and artistic development of schoolchildren. Doct. Diss.]. Moscow.
24. Vartanova E.L. (2009) Ot cheloveka sotsial'nogo – k cheloveku mediinomu [From a social person – to person media]. In: *Ot knigi do Interneta* [From books to the Internet]. Moscow: Media Mir Publ.
25. Voiskunskii A.E. (2010) Informatsionnaya bezopasnost': psikhologicheskie aspekty [Information security: psychological aspects]. *Natsional'nyi psikhologicheskii zhurnal* [National psychological journal], 1(3), pp. 48-53.