

Новые ценности в детско-родительских отношениях

Многие современные родители видят цель своего взаимодействия с детьми не в достижении чего-либо в будущем, а в совершенствовании самого процесса взаимодействия в настоящем | **ЕКАТЕРИНА АСОНОВА**

Радикальные сдвиги, происшедшие в России за последние два десятилетия — развитие рыночной экономики, возникновение принципиально нового информационного пространства, расширение контактов российских граждан с внешним миром, — вопреки первоначальным ожиданиям, далеко не всегда приводят к изменению системы ценностей. Не только старшее поколение сохраняет те ценностные представления, которые были характерны для советского общества; иногда их отдельные черты воспроизводятся и в младшем поколении ¹.

Между тем существует одна важная сфера, в которой система ценностей все же претерпела существенные изменения, — это детско-родительские отношения. Тенденции, поначалу характерные лишь для статистически небольших групп населения, стали охватывать все более широкий круг россиян.

Перед нами типичный пример явления, которое американские политологи Марк Пенн и Кинни Залесн назвали «микротенденциями»: «Многие из наиболее значительных движений... [сегодня] малы и... от всех скрыты... <...> ...Мощные силы нашего общества — это развивающиеся, противоречащие здравому смыслу тенденции, которые завтра сфор-

мируются как ведущие» ². Как справедливо замечают Пенн и Залесн, микротенденции не поддаются социологическим измерениям и лишь задним числом благодаря им можно объяснить некоторые цифры, полученные в ходе массовых опросов.

В феврале 2010 года Левада-Центр обнародовал сопоставительные результаты двух исследований — 1989-го и 2007 годов — об отношении российских граждан к браку и семейной жизни ³. Ответы незначительно отличаются друг от друга, и это различие не носит систематического характера; комментариями сопровождаются лишь отдельные расхождения в ответах. Однако две тенденции, на первый взгляд прямо противоречащие друг другу, остаются без пояснений: в 1989-м 18 проц. опрошенных отмечали, что дети в семье доставляют много тревог и огорчений, а в 2007 году этот показатель сократился до 11 процентов. В то же время с 14 до 23 проц. возросло число респондентов, которые относят к негативным сторонам семейной жизни чрезмерную ответственность за благополучие других людей. Только при сопоставлении приводимых затем данных можно увидеть, что эти изменения представляют собой две стороны одного и того же процесса: респонденты стали серьезнее относиться

к своей ответственности за других членов семьи и одновременно возросла доля тех, кто воспринимает эту ответственность как эмоциональную ценность.

Для того чтобы определить, в каких социальных группах можно наблюдать новые микротенденции в сфере детско-родительских отношений и почему они способны оказать влияние на формирование общественного сознания, воспользуемся концепцией Эверетта Роджерса⁴. Согласно Роджерсу, общественные инновации не возникают спонтанно и массово, а распространяются благодаря особой дифференцированной структуре: существуют «пионеры» (*innovators*) — люди, которые артикулируют новые идеи. Затем эти идеи перенимают и «обкатывают» первопреемники (*early adopters*). Под влиянием первопреемников новые идеи переходят к «раннему большинству» (*early majority*) — гораздо более широкому слою общества: на этом этапе микротенденции становятся хорошо заметны сторонним наблюдателям. Все три перечисленные группы относятся к так называемым трендсеттерам. После того как новые идеи подхвачены и растиражированы «ранним большинством», их перенимает «позднее большинство» (*late majority*), которое уже определяет не микро-, а макротенденции. Представители «позднего большинства», как правило, не контактируют напрямую с «первопреемниками», но знают о них из тех или иных информационных источников. Первопреемники выступают для «позднего большинства» своего рода «дальними трендсеттерами»: «Их авторитет высок, но влияние лишено персонального оттенка; демонстрируемые ими ситуации зачастую тяжело примерить на себя, они остаются в качестве глобальных ориентиров»⁵.

Когда мы говорим о новых идеях и практиках в сфере детско-родительских отношений, нужно принимать во внимание, что в 1990–2000-е годы эта сфера пережила существен-

ную эволюцию, равно как и сама концепция детства претерпела большие изменения.

Изменение представлений о детях и о детстве в 1990-е и начале 2000-х годов

Для поколения нынешних тридцатилетних, чье детство пришлось на 1980-е, было нормой взрослеть в обществе сверстников: существовали определенные пространства (двор, самостоятельные походы в кино и посещение кружков и т. д.) и определенные часы (условно говоря, с момента возвращения из школы до прихода родителей с работы), когда ребенок был предоставлен самому себе. Именно в таких обстоятельствах сформировалось представление о субкультуре детства как об особом культурном пространстве детских — и только детских — игр, нередко скрывааемых от взрослых страшных рассказов, считалок, дразнилок, самодельных игрушек, кладов из камешков и стеклышек и пр.⁶ Характер этого «секретного пространства» в советскую эпоху был предопределен не только всегдашней потребностью детей придумывать свой мир, но и особыми социальными условиями (тотальная занятость родителей, крайне узкий рынок нянь в 1960–1980-е годы и др.).

Такая детская автономность определила наиболее распространенные родительские установки того времени: новаторская педагогическая мысль в позднесоветский период четко делилась на два почти не связанные между собой течения. Позитивный опыт *диалогического взаимодействия* с детьми обсуждался в работах отечественных педагогов-новаторов, то есть школьных учителей, тогда как новые методы, адресованные родителям — работы Бориса и Лены Никитиных⁷, Николая Зайцева⁸, образовательная деятельность Игоря Чапковского⁹, — апеллировали в первую очередь к *технологии*: как сделать ребенка более знающим, компетентным или здоровым. Философия предлагавшейся

методики была ориентирована на взрослых, а не на детей, иными словами, это была философия обучения, а не взаимоотношений.

(Среди немногочисленных исключений можно назвать Александра Звонкина¹⁰, который уже в те годы говорил, что, применяя новые обучающие программы, необходимо получать удовольствие от самого процесса общения с детьми.)

«Технологическая» направленность этих методик не предполагала возможности обсуждения с ребенком иных аспектов взаи-

ва сравнительно небольшая часть читательской аудитории. Похожая судьба постигла в советское время и методики Зайцева. Кроме того, совсем немногие родители задавались целью выбрать наиболее подходящую для их ребенка школу и оптимальную форму внешкольного образования, не говоря уже о специальных методиках домашней работы с детьми. Сама возможность такого выбора не обсуждалась в каких-либо СМИ, соответственно, и стоявшие за ней социальные проблемы (с какой точки зрения одни школы

“Появилось поколение молодых людей и подростков, которые в детстве выходили «в свет» только в сопровождении мамы, бабушки или няни”.

моотношений детей и родителей, кроме обучения и оздоровления. В результате даже новаторские методы воспитания не ставили своей задачей адаптировать для детей язык взрослых.

Эмоционально болезненные темы, поскольку их, как правило, было трудно или даже невозможно обсуждать с родителями, вытеснялись в автономный мир детства как своего рода «тайное знание». Отношение к алкоголю, близкие отношения со сверстниками противоположного пола или любые вопросы «про это», мечты о капиталистической загранице¹¹ и т. д. — в советское время такого рода разговоры не велись между родителями и детьми, хотя в каждом из миров все эти темы присутствовали.

Несмотря на то что книги Никитиных начиная с середины 1970-х издавались и переиздавались тиражами в сотни тысяч экземпляров и сделали популярной тему семейного воспитания, настоящих последователей у них было немного. Чтобы принять на вооружение их методику, необходимо было изменить весь образ жизни семьи и создать своими руками множество пособий, на что была гото-

лучше, а другие — хуже) тоже не становились предметом публичной дискуссии.

Преобразования, произошедшие затем в российском обществе, привели к кардинальным изменениям в жизни детей и их родителей. В первую очередь усилилась детско-родительская зависимость: дети дошкольного и младшего школьного возраста практически перестали оставаться без присмотра или проводить время в «монокомпании» сверстников. Криминальная обстановка 1990-х привела к тому, что детей из хоть сколько-нибудь социально благополучных семей не выпускали на улицу без сопровождения взрослых. Подобная установка закрепилась в общественном сознании, о чем свидетельствует распространившаяся практика приглашать в дом няню (помощницу по хозяйству¹²) именно для того, чтобы забрать ребенка из школы, отвести на кружок и т. д.

Сегодня появилось поколение молодых людей и подростков, которые в детстве выходили «в свет» только в сопровождении мамы, бабушки или няни и были постоянно связаны присутствием родителей¹³. В 1990–2000-е годы по мере сокращения детской автономии

возрастал страх родителей за будущее своих детей, нередко приобретавший форму разного рода фобий, связанных с безопасностью ребенка¹⁴.

К тому же периоду последнего десятилетия XX — начала XXI века относится и новый виток *интеллектуализации детства*. Процесс этот не уникален для нашей страны, скорее, его следует охарактеризовать как общемировой, или, во всяком случае, свойственный всему западному миру: произошел глубинный сдвиг к представлению о том, что интеллектуализм, а не беззаботность является достоинством ребенка начиная уже лет с семи-восьми. Это отнюдь не означает, что дети в 1990–2000-е стали намного более интеллектуальными, но взрослые хотят видеть их именно такими. Получили распространение методики, обучающие чтению с двух-трехлетнего возраста; от будущих первоклассников теперь требуется владение навыками, которые раньше приобретались непосредственно в начальной школе. В 1990-е — начале 2000-х годов запрос на интеллектуализацию привел к появлению на рынке огромного количества пособий по так называемой «обучающей» педагогике¹⁵.

Индустрия детства

Немаловажным фактором, определившим жизнь российского общества в последние два десятилетия, стал новый и гораздо более мощный по сравнению с 1950–1970-ми годами виток развития общества потребления. Этот процесс не обошел стороной также сферу образования и семейного воспитания. Индустрия детства, как и любая другая, развивается по следующей схеме: предложение формирует спрос, реклама и предложение создают потребность в рекламируемом товаре¹⁶. Товаром в данном случае становятся не только предметы детского обихода, игрушки и т. п., но и информация об их назначении, привлекательности и качестве.

Одной из самых разработанных областей «родительского маркетинга» оказалась индустрия раннего развития: многоуровневая система средств и пособий, ориентированных на младенческий возраст, а также на пренатальный период. Проводниками в мир детства (читай — родительства) становятся родительские журналы, сайты, форумы и другие виды СМИ, которые предназначены для женщин, ожидающих или уже родивших ребенка. О том, какой процент российских женщин вовлечен в это информационное поле, можно судить лишь предположительно. Однако приведу две показательные цифры: журнал «9 месяцев» выходит тиражом 53 700 экземпляров, журнал «Мой ребенок» (приложение к журналу «Лиза») имеет тираж 280 000 экземпляров.

Взрослый человек, впервые оказавшийся в роли будущего или молодого родителя, чувствует себя растерянным и беспомощным, испытывая острую потребность в квалифицированной помощи специалиста по самому широкому кругу вопросов, связанных с развитием и воспитанием детей. Каждый производитель (названия фирм в данном случае не имеют значения), будь то компания, выпускающая детское питание, бутылочки, соски или молокоотсосы, или торговая марка детской одежды, игрушек и предметов, необходимых для ухода за ребенком, стремится представить свой товар таким способом, чтобы для потребителя выбор необходимой вещи одновременно означал бы вхождение в особое информационное пространство «уникальных технологий», «современных разработок» с «учетом особенностей роста и развития малыша». Но самое главное (и это принципиально отличает рынок детских товаров от других), что информация о товаре, получаемая покупателем, по сути, представляет собой учебный курс по уходу за ребенком.

Отдельного разговора заслуживает реклама на страницах периодических изданий для

родителей. Практически любое подобное издание — это не только и не столько популярные статьи о том, как растет малыш, в чем секреты его питания, обучения или ухода за ним, а скорее, гибрид научно-популярной информации, педагого-психологических советов и рекламы. Уже не реклама ищет способа попасть в поле зрения потребителя, а сам потребитель стремится приобрести рекламную информацию, которая в данном случае апеллирует не только к эмоциям и стереотипам, но и к сознанию. Современный родительский журнал (как и многие другие периодические издания) становится в России важнейшим медиа для навигации по рынку товаров и услуг.

Было бы неправильно оценивать эту тенденцию как негативную: реклама детских товаров создает новый образ родителей, который помогает по-иному воспринимать родительскую ответственность, превращая ее в общественный институт и рассматривая как ценность.

В советское время рынок товаров был настолько узким, а приобрести их было так сложно, что перед родителями вопрос о выборе попросту не стоял: покупали то, что удавалось «достать». При рыночных же отношениях потребитель постоянно оказывается в ситуации выбора, но в случае товаров для детей положение осложняется еще и тем, что этот выбор должен быть дополнительно мотивирован соображениями безопасности, комфорта, дидактической значимости или привлекательности для ребенка¹⁷. Многих родителей устраивают предлагаемые им мотивации, тогда как другим этого недостаточно, и они идут дальше, критически осмысливая информацию о товарах и услугах, а затем начиная сознательные поиски того, что соответствует именно их запросам.

«Ответственно-потребительский» подход в маркетинге способствует родительской социализации, а кроме того, формирует

модные тенденции, например, движение «слинго-мам», созданное с помощью PR-методов. Подобные движения основаны на отказе от чего-либо, предлагаемого рынком, и противоречат общепринятым представлениям об устройстве жизни мамы и малыша. В случае увлечения слингом — это отказ (иногда принципиальный, иногда нет) от детской коляски. Появляется сообщество мам, которые противопоставляют себя общей массе. Во многом это естественный для постиндустриального общества этап развития рынка, использующий антирыночные социально-психологические механизмы.

В России 1990-х годов подобные тенденции стали возникать вследствие того, что некоторые родители не готовы были четко сформулировать, чего именно они хотят для себя и своих детей, но отчетливо понимали, от чего они хотят отказаться и от чего хотят оградить своего ребенка. В данном случае важен не предмет отказа (им может быть произведенный на фабрике сок, соски-пустышки, прививки и т. д.), а суть родительской установки, которая представляет собой не что иное, как форму сублимации тревожности.

Просматривая товары, предназначенные для ребенка более старшего возраста, а также листая различную периодику, адресованную родителям, замечаешь, что для современного производителя товаром становится все, что в его детстве было частью «самодельной» детской культуры. Традиционное представление о детской культуре как о достоянии замкнутого мира детей сегодня сменилось иным видением: мир детства — это все, что создано обществом для детей, а также самими детьми, использующими готовые образцы или действующими относительно самостоятельно.

Наиболее яркий пример собственно детской культуры, который мог бы по праву претендовать на название *субкультуры* детства (в узком понимании термина «субкультура»¹⁸), — это детский фольклор,

включающий в себя различные формы детского творчества и способы организации взаимоотношений в детской среде: игры и считалки, дразнилки и страшилки, небылицы и загадки. Даже поверхностного взгляда на то, что предлагает современный производитель детям, достаточно, чтобы заметить, что за последние десятилетия на прилавках магазинов появились товары, очень похожие на девичьи альбомы и анкеты, приспособления для «народных игр», бытовавшие в нашем детстве¹⁹.

“Продается не просто материал, из которого ребенок творит по своему произволению, а продукт, который содержит заранее продуманный взрослыми план работы”.

Новое, «фольклорное» направление в детском книгоиздании, зародившееся еще в 1990-е благодаря предприимчивым производителям малотиражной печатно-развлекательной продукции, окрепло и заняло свое место на полках книжных магазинов. Таким образом, можно говорить о смене основного принципа бытования детской культуры: она передается не от ребенка к ребенку в процессе общения и не от мамы к дочке или от отца к сыну в процессе воспитания, а через «ничей», «общественный» предмет²⁰. Товар, купленный взрослым, а до этого произведенный другими взрослыми, становится для ребенка источником творческого осмысления мира.

Наиболее принципиально здесь то, что само производство «заготовки» для бытования детской культуры — это сфера профессиональной деятельности множества взрослых. Предмет из некогда автономного мира детства входит теперь и в область домашнего воспитания: ведь продается не просто материал, из которого ребенок творит по своему произволению, а продукт, который содержит заранее продуманный взрослыми

план и способ работы. С одной стороны, такой подход сужает простор для творчества, но с другой — наоборот, расширяет его, поскольку рынок подобных товаров растет и можно выбрать, по какому именно плану или сценарию работать.

Для сегодняшних девочек и мальчиков нет ограничений в выборе материалов, тематик, техник для изобразительной и конструкторской деятельности. Вызванный этим предложением всплеск прикладного творчества стимулирует дальнейшее развитие рынка.

Расширяется спектр образовательных услуг по обучению тем или иным техникам рукоделия: традиционные кружки и студии для детей теперь дополнились студиями, где ребенок творит вместе с мамой или (что намного реже) с папой (подробнее об этом см. в материале Галины Карповой в этом номере *Pro et Contra* на с. 94–99). В наши дни для многих матерей и некоторых отцов их родительство начинает ассоциироваться с прикладным творчеством — совместно с детьми или при обязательном их присутствии.

Еще один бурно растущий сектор рынка детских товаров, определяющий родительские установки, — это развивающие игрушки (а также игры и пособия) и методики их применения. То, что двадцать или десять лет назад характеризовало родителя как думающего, «продвинутого», сейчас свидетельствует лишь о том, что эти мама или папа стараются соответствовать основным (не обязательно модным, но наиболее заметным) тенденциям в родительском сообществе или в той части сообщества, которую объединяют инновационные воспитательные идеи. Современное родительское сознание наполнено научными

понятиями «сенсорное восприятие», «мелкая моторика», «психологическая готовность к школе» или «фонематический слух», «методики раннего развития», именами не только российских домашних педагогов — Никитина, Зайцева, Даниловой, но и зарубежных — Монтессори, Домана, Рудольфа Штейнера²¹.

Сфера распространения всех этих методик и знаний в наши дни не ограничена относительно узким кругом энтузиастов, но включает в себя широкую сеть государственных и частных образовательных учреждений (так, знакомство с методикой Марии Монтессори входит в российский образовательный стандарт подготовки педагогов дошкольного образования, в педагогических вузах регулярно защищают дипломы, кандидатские и докторские диссертации по вальдорфской педагогике). Зачастую родители, ориентированные на домашнее воспитание и образование детей, приходят к новым развивающим методикам самостоятельно, изучив большой массив информационных (печатных и электронных) ресурсов.

Массовое включение мам и пап в сетевой маркетинг развивающих игр и пособий — молодое явление, которое стало заметным в России лишь в первые годы нового тысячелетия. Педагогическое сообщество в большинстве своем еще не готово соответствовать новым запросам родителей, иными словами, школьные учителя и дошкольные воспитатели менее чутко относятся к происходящим переменам: они плохо знают рынок развивающих игр и пособий и знакомы, как правило, только с теми системами обучения, которые приняты в учреждении, где они работают, поскольку от них требуется прежде всего отчетность по параметрам, заложенным именно в этих методиках. Невозможность получить квалифицированную методическую помощь от педагога нередко побуждает родителей к самостоятельным поискам специалистов по интересующим их методикам.

Родительские журналы и интернет-ресурсы

Популярные («глянцевые») журналы для родителей и предназначенные для них же специализированные интернет-ресурсы — основные виды медиа, формирующие современное информационное поле родительства. Важную роль в этих изданиях играют авторы, первоначально пришедшие не из журналистики, а из среды активных родителей (Юлия Луговская, Евгения Кац, Ирина Корабельникова, Марина Озерова и др.).

В качестве главных субъектов нового информационного поля выступают неформальные родительские сообщества, существующие в Интернете или в «офлайне», но даже во втором случае родители часто общаются через сетевые ресурсы (собственные сайты, группы в социальных сетях и т. п.). Именно в этих сообществах на сегодняшний день и артикулируются наиболее важные для детско-родительских отношений проблемы.

С появлением родительских интернет-ресурсов и блогерской культуры в среде мам и пап стала развиваться тенденция *публично* осмыслить собственный опыт взаимоотношений с детьми и личностного становления как родителя. Разумеется, речь идет о небольшой группе людей, но в медийном пространстве эта группа достаточно заметна, поскольку именно внутри нее формируются различные коммуникационные модели в информационном поле родительства.

Проблемы детей старше трех лет гораздо реже и в меньшей степени обсуждаются на страницах родительских журналов. Одно из объяснений этому — отсутствие заказов от рекламодателей на товары для данных возрастных категорий. Поскольку родители не находят ответов на свои вопросы, связанные с этим возрастом, на страницах журналов или наиболее популярных сайтов, они обращаются к родительским интернет-сообществам и форумам (в частности, посвященным пробле-

мам домашнего обучения²²) или же к профессиональным сайтам и периодическим изданиям (например, адресованным учителям и психологам²³). Иными словами, подобные темы либо обсуждаются в кругу родителей, либо оказываются предметом исследования для специалистов. Российских изданий, которые специализируются на проблемах развития детей старше трех лет, совсем немного, и они очень слабо связаны между собой, а потому не оказывают значительного влияния на общественное сознание. Другое дело – родительские сайты, сообщества и интернет-форумы. Нынешнее состояние рынка указывает на то, что в будущем гляцевые издания, затрагивающие проблематику более старших возрастов (например, журнал «Здоровье школьника»), могут приобрести гораздо большую популярность. Можно также предположить, что в России скоро появятся «семейные» журналы, адресованные одновременно родителям и их детям-подросткам.

Одна из самых сложных проблем российского семейного воспитания – это распределение ролей между отцами и матерями. Из-за того что папы почти не участвуют в родительских форумах, многие мамы полагают, что они их а) не читают и б) вовсе не интересуются вопросами воспитания детей и, соответственно, не принимают в нем участия. Для современной российской семьи нормой остается такое положение дел, когда отцы практически полностью переключаются ответственность за воспитание и развитие ребенка на жену²⁴. Но есть и исключения. Родительская активность пап нередко предстает в рассказах мам как причина конфликта между родителями: несоответствие взглядов на вопросы воспитания, просто недоумение и неготовность мамы (а зачастую стоящей за ее спиной бабушки) согласовывать свои действия по отношению к ребенку с папой, разногласия разведенных родителей. Подобная ситуация отражает, на

мой взгляд, актуальную для нашего общества проблему – неготовность конкретной мамы, а быть может, и общества в целом принять папу, занимающего активную родительскую позицию. Поскольку работающий папа не принимает участия в решении частных вопросов, связанных с воспитанием детей (ими, как правило, занимается неработающая или мало работающая мама), ему отказывают и в решении вопросов стратегических.

Малочисленность отцов, использующих современные средства общения, крайне редко обсуждается среди мам как проблема²⁵. Зато эту тему охотно комментируют специалисты. Суждение о недостаточной отцовской активности психологи и педагоги формируют именно на основании небольшого числа активных участников-мужчин в родительских сообществах, но этот аргумент легко опровергнуть: отсутствие потребности публично обсуждать родительские проблемы отнюдь не свидетельствует об отсутствии активной родительской позиции у отцов. Можно говорить лишь о том, что публичное обсуждение своей родительской позиции для российских мужчин пока нехарактерно.

Новая ценность родительского опыта

Пожалуй, одно из наиболее важных изменений, произошедших в сознании родителей за последнее время, – это попытка сформулировать качественно новую цель родительства, которая заключается в гармоничных отношениях с детьми, приносящих радость и удовольствие. Нельзя сказать, что были времена, когда родители к этому не стремились, однако в последние годы, в отличие от советской эпохи, это стремление воспринимается как форма общественно значимой самореализации и личного самосовершенствования родителя (хотя значительная часть общества может по-прежнему такие ценности и не разделять).

Результаты проведенного мною на страницах «Живого журнала» (ЖЖ) опроса убеди-

тельно показывают, что многие современные родители видят цель своего взаимодействия с детьми не в достижении чего-либо в будущем, а в совершенствовании самого процесса взаимодействия в настоящем. Подобный опрос конечно же не отвечает принятым критериям социологической репрезентативности, но мне представляется, что исследовать такой интернет-ресурс, как «Живой журнал», интересно уже потому, что это позволяет, во-первых, выявить заинтересованность участников сообщества в данной теме (неред-

публичным не может не влиять на многих других. Десять ответивших в каждом из пяти сообществ создали целую «ленту обсуждения»: участники разговора не только развернуто отвечали на вопрос, но и комментировали другие ответы.

Среди участников опроса оказались самые разные категории родителей: многодетные, опытные мамы и совсем молодые родители, воспитывающие своего первенца; родители, выбравшие для своего ребенка форму домашнего обучения, и сторонники обязательной

“В отличие от советской традиции молодежного туризма, новые туристские слеты с конкурсами, поисками кладов и т. д. ориентированы только на семьи”.

ко во время опросов пользователи возмущаются самым фактом их проведения или говорят, что предложенные вопросы нелегитимны), во-вторых, продолжить беседу в русле рассуждений респондента и, наконец, в-третьих, сохранять психологическую дистанцию в общении с теми, чья семейная история мне известна.

В различные родительские ЖЖ-сообщества был помещен вопрос: «Чем вы руководствуетесь, покупая детям вещи, книги, игрушки, выбирая для них театральные постановки, выставки, организуя мероприятия, общаясь с детьми?» Ответы участников опроса были интересны прежде всего тем, что продемонстрировали способность современных родителей вербализировать свою позицию. Среди отвечавших не было таких, кто написал бы, что затрудняется объяснить свою точку зрения (хотя современные нормы общения в Интернете допускают подобный тип ответов). Родители-блогеры или участники форумов составляют меньшинство по отношению к общей массе российских родителей, но готовность даже небольшого числа людей сделать свой родительский опыт

социализации в детском коллективе. Но все они сошлись в одном: для них важно достичь взаимопонимания с ребенком. Примечательно, что ни в одном из ответов во главу угла не были поставлены прагматические задачи (нужно для развития, полезно для воспитания или обучения и пр.). Подобная мотивация присутствовала либо как сама собой разумеющаяся, либо занимала периферийное место в списке критериев выбора.

Кроме того, в ходе опроса родители определили свое отношение к ситуации, когда ребенок в большой степени зависим от взрослого. Наиболее активную дискуссию вызвала мысль о том, что одна из важнейших ценностей для родителя — это его способность доверять ребенку. При несовпадении желаний или мнений (например, ребенок выбирает игрушку либо книгу, которая родителям кажется неудачной, а быть может, даже вредной) родители скорее склонны объяснить ребенку свою точку зрения или предоставить ему право на отрицательный опыт.

Подобную позицию можно оценить как ответную реакцию родителей на процесс «деавтономизации детства», начавшийся в

1990-е, который они воспринимают как проблему, требующую выработки нового модуса отношений с ребенком.

Педагогические воззрения опытных мам, принявших участие в проведенном опросе, претерпели существенную эволюцию, которая в целом направлена отнюдь не в сторону интеллектуализации детско-родительских отношений, а скорее на возрастание доверия к ребенку, на стремление получать радость от общения.

Новый тип родительского самосознания складывался постепенно. Настоящим прорывом стала вышедшая в 1995 году книга Юлии Гиппенрейтер «Общаться с ребенком. Как?», которая раскрывает тайну и простоту уважительных, партнерских отношений с ребенком. Ее появление подготовило родительское сознание к переменам, о которых говорилось выше, а многочисленные переиздания²⁶ подтверждают востребованность изложенных в ней идей, призывающих к гармонизации взаимоотношений в семье. В последние годы в России проводятся семинары и практикумы для родителей, задача которых заключается в освоении нового языка общения с ребенком (иногда эти семинары ведет сама Гиппенрейтер, иногда — ее ученики).

Несколько позже, в 1999-м, вышла книга Джона Грея «Дети — с небес. Искусство позитивного воспитания. Как развить в ребенке дух сотрудничества, отзывчивость и уверенность в себе», что свидетельствовало об уже сформировавшемся в обществе запросе на такого рода литературу (несмотря на то, что эта книга выходила меньшими тиражами, чем книга Гиппенрейтер, она очень активно распространялась в Сети)²⁷.

По мере того как родители осознают необходимость «перенастройки» во взаимоотношениях с детьми, растет их заинтересованность в получении соответствующей консультационной поддержки²⁸. Если круг родителей, вдохновившихся идеями гармонизации детско-взрослых отношений, постоян-

но расширяется, то круг специалистов, готовых поддержать это движение и поделиться соответствующими психологическими методиками, пока достаточно узок и складывается с большим трудом. Тем не менее в ответ на потребность родителей в консультативной помощи стали появляться совершенно новые институты: семейное консультирование, семейные клубы, специальные группы для совместных занятий родителей и детей (на которых родители выступают не в качестве сопровождающих или «неквалифицированных помощников», допущенных педагогом в класс, а в качестве полноправных участников образовательного процесса. Иногда родители занимаются отдельно по тому же предмету, что и их дети, но преподаватель ставит перед ними иные задачи).

Некоторые формы родительской активности, связанные с реализацией идеи плодотворного взаимодействия с ребенком, предполагают индивидуальный поиск, другие же неизбежно требуют кооперации родителей-единомышленников как с помощью интернет-сообществ, так и в очном режиме. Один из примеров такой кооперации — движение семейного туризма под названием «Туристыта»²⁹. Безусловно, в чем-то оно наследует традиции советских «интеллигентских» туристических походов, но вместе с тем заметно от них отличается. Во-первых, участники общаются друг с другом преимущественно на специализированных сайтах, где в интерактивном режиме совместно придумывают новые маршруты. Как и в советские времена, помимо обычных походов, они организуют туристические слеты (или иначе «лесные праздники») с разнообразными конкурсами, поисками кладов и т. д., причем всякий раз сценарий такого слета придумывается заново. В отличие же от советских времен и от никогда не умиравшей традиции молодежного туризма, эти слеты ориентированы только на семьи³⁰.

Окрепло за последние несколько лет и движение родителей, которые выбирают для своих детей форму домашнего обучения: создаются клубы и сообщества, а также появилось совсем молодое движение с похожей тематикой «Дети в семье». До последнего времени родительские объединения возникали, чтобы компенсировать трагические жизненные условия, в первую очередь это относится к сообществам родителей детей-инвалидов (см. материал Светланы Королевой и Алексея Левинсона в этом номере *Pro et Contra* на с. 42–60). Новые родительские объединения не выполняют такой компенсаторной функции. Их участники сознательно

культурную и языковую среду для воспитания детей из русскоязычных семей и специфика которых определяется самим феноменом диаспоры, на российской почве вызывают серьезные перемены в общественном сознании. Так, именно из форумов, интернет-сообществ и блогов эмигрантов (Юлии Ремпель — Германия, Марины Озеровой — Израиль, Елены Макаровой — Израиль, Вадима Левина — Германия и многих других) в российское общество проникает информация, а вслед за ней идеи, методики и технологии организации детских и семейных лагерей, родительских семинаров по проблемам воспитания и образования, создания домашних студий

“Отдельное место в России стали занимать книги, посвященные социальной и психологической тематике, в том числе и в области детско-родительских отношений”.

создают информационное, а иногда и культурное пространство для совместного воспитания и обучения детей.

Так, движение «Дети в семье»³¹ объединило тех, кто сделал осознанный выбор в пользу домашнего воспитания, а также готов совместно поддерживать новое информационное пространство не только в интернет-сообществах, но и путем участия в семинарах и заочных курсах. Важно, что в этом движении участвуют некоторые психологи и педагоги, тем самым родители и эксперты сообщества обсуждают проблемы, а главное, вырабатывают язык для такого обсуждения.

В первой половине 2000-х на молодых российских родителей сильное влияние оказали русские диаспоры в Германии и в Израиле. Действующие там программы, направленные на обучение, воспитание и развитие русских детей за рубежом, осваиваются российскими мамами и папами с помощью форумов и интернет-сообществ. Те инструменты, которые в этих странах призваны сохранять

творческого развития для детей и родителей. Насколько широка сфера воздействия педагогов-эмигрантов, видно по числу зарегистрированных членов соответствующих сообществ или их «друзей» в «Живом журнале»: у Марины Озеровой их 1337, у ее сообщества «Дети в семье» — 1874, у Вадима Левина — 1295. По меркам блогосферы это очень высокая степень популярности. Число же незарегистрированных пользователей, которые несистематически читают тексты, публикуемые в этих сообществах, в разы больше.

Реальные и виртуальные родительские сообщества, о которых шла речь выше, создают новое информационное поле родительства. Его структуру можно было бы описать в виде двух серий накладывающихся друг на друга концентрических кругов. Первая из них отражает происходящее в виртуальном, а вторая — в реальном пространстве. В центре обеих серий находятся трендсеттеры (если использовать терминологию Роджерса, это и «пионеры», и их «первопреемники»), однако

в первой серии — это только взрослые, а во второй — и взрослые, и дети. Следующий круг в обеих сериях соответствует последователям трендсеттеров, которые пытаются применить их опыт (в терминологии Роджерса это «раннее большинство»), и, наконец, в третьем круге обеих серий находятся те, кто пока еще не считает себя последователем, но так или иначе знакомится с деятельностью трендсеттеров и для кого эта информация оказывается ценностно значимой (их Роджерс называет «поздним большинством»).

Изменения на рынке детской литературы

Во второй половине 2000-х годов появилось несколько новых детских издательств: «Открытый мир» (позже «Мир детства Медиа»), «Самокат», «Нарния», «Розовый жираф» и др. Активизировали свою деятельность и те из уже давно существующих издательств, для которых детская литература — одно из приоритетных направлений («Дрофа», «Самовар», «Росмэн», «Махаон», «Эгмонт» и др.). Именно за последние пять лет резко увеличился ассортимент литературы, адресованной детям и родителям, причем речь идет как об отечественных, так и о зарубежных авторах (в том числе переиздание классических сочинений), а также о книгах научно-популярного характера. Качественно новым стало оформление детских книг, прежде всего это касается переводных (финских, шведских и др.) изданий³².

Отдельное место в России стали занимать книги, посвященные острой социальной и психологической тематике, в том числе и в области детско-родительских отношений. Однако как издатели, так и продавцы детской литературы подчеркивают, что решиться на публикацию такой книги и продвигать ее на рынке чрезвычайно сложно. В настоящее время это, пожалуй, одна из наиболее акту-

альных и обсуждаемых проблем в сфере детского книгоиздания.

Новые книги скандинавских авторов, в которых рассматриваются непростые психологические проблемы, связанные с взрослением детей, рассказывается о поиске взаимопонимания между детьми и родителями, о соприкосновении ребенка и подростка со «сложными», отчасти табуированными темами (сексуальной стороной любви, смертью, болезнью и т. д.), воспринимаются «просвещенными» родителями с одобрением. В психолого-педагогической среде, ориентированной на инновации, подобные издания оцениваются как яркие и остро необходимые пособия для социализации и эмоционального развития. Однако у большинства родителей они пока вызывают лишь недоумение или откровенное неприятие. Одной из причин этого стала неготовность родителей к новому формату общения и с книгой, и с ребенком, который предполагает, что родитель признает не только возможность разговора с детьми на подобные темы, но и соглашается с тем, что детская литература такого рода имеет право на существование и даже полезна. Если книга, затронувшая острую проблему детско-родительских отношений, попадает в руки неподготовленных родителей, то, как правило, она вызывает внутренний дискомфорт. Но если книгу о «трудностях» детского или детско-родительского мира представляет социально значимое для этой аудитории лицо, то в ходе беседы восприятие кардинальным образом меняется. Доверяя профессионализму эксперта, родители готовы в корне пересмотреть свое отношение к детской книге и отказаться от стереотипного подхода.

Любая хорошая детская книжка имеет двойную адресацию, однако до сих пор взрослому *не нужно было готовиться* к тому, как он будет читать и обсуждать ее с ребенком. Так, например, литературные сказки подобны

слоеному пирогу: каждая возрастная группа воспринимает «свой» слой. Тем не менее традиционная детская литература в какой-то степени ограждала взрослого от неудобных вопросов ребенка.

До сих пор детскую литературу можно было условно разделить на три группы. Существует ряд классических детских произведений, в которых дети и взрослые живут в одном мире, взрослые воспитывают детей, а в минуты отдыха и веселья играют с ними («Денискины рассказы» Виктора Драгунского или «Приключения Пинокио» Карло Коллоди, рассказы Льва Толстого, Михаила Зощенко или Валентины Осеевой, «Малыш и Карлсон» Астрид Линдгрэн) — отнесем эти книги к «литературе воспитания». К другой группе относятся книги, в которых дети действуют временно автономно от взрослых («Приключения Тома Сойера» Марка Твена или «Дядя Федор, пес и кот» Эдуарда Успенского) — назовем ее «литературой детской самостоятельности». Есть еще одна группа — это книги, в которых создаются образы условно-сказочных героев, совмещающих признаки и взрослых, и детей, но больше похожих на детей («Царство малюток» Анны Хвольсон и отчасти наследующие ей повести Николая Носова о Незнайке, сказка Туве Янссон «Муми-тролль и комета»; в более поздних ее произведениях из цикла о муми-троллях герои психологически усложняются).

Для российских родителей знаковой, предполагающей иное, чем прежде, восприятие отношений «ребенок—взрослый», стала публикация в 1993 году небольшой сказочной повести Ирины и Леонида Тюхтяевых «Зоки и Бада. Пособие для детей по воспитанию родителей», в которой привычный герой-шалун занял позицию воспитывающего, а не воспитуемого³³. История о том, как у исключительно «положительного» большого зверя (напоминающего быка) по имени Бада, для которого все в этом мире было ясно и понят-

но, вдруг появились подопечные — совершенно иначе («неправильно») воспринимающие мир маленькие зверюшки Зоки, была призвана показать читателям, насколько важно осознавать обоюдонаправленность воспитательного процесса. Год спустя, в 1994-м, был выпущен мультфильм по мотивам этой книги³⁴, однако в то время ни фильм, ни книга особой популярности не получили, хотя в отдельных кругах некоторое время были в центре внимания.

Между тем книги, подобные «Веста-Линнея и капризная мама» финской (шведскоязычной) писательницы Туве Апфельгрэн и ее полноправного соавтора — художницы Саллы Саволайнен³⁵, которые появились на полках магазинов в последние годы, были восприняты в России уже совсем по-другому, но именно поэтому стали серьезным испытанием для родителей. Книжка-картинка Апфельгрэн и Саволайнен повествует о ссоре мамы и дочки и последовавшем затем примирении. От традиционной детской литературы эта книга отличается прежде всего тем, что она предлагает непривычный взгляд на маму, которая ведет себя не слишком «педагогично», а в финале именно она просит у своей дочери прощения за испорченный день. Таким образом, книжка признает и за детьми, и за их родителями право на отрицательные эмоции, говорит о том, что ребенок может оказаться прав, а взрослый может ошибаться, тогда как традиционная воспитательная литература при описании отношений детей и родителей не допускала подобного рода «послаблений»³⁶.

Заключение

В современной России информационное поле родительства представляет собой пространство публичного обсуждения ценностей, которые сейчас в очередной раз (после начала 1990-х) переосмысляются. Меняется отношение взрослого к ребенку, по-иному

оценивается общение и взаимодействие с ним. Развитие рынка, удовлетворение первичных потребностей даже самых небогатых родителей привело к тому, что роль родителей стала восприниматься прежде всего не как обременительная в бытовом отношении, а как налагающая на взрослых большую социальную и этическую ответственность. Психологические и интеллектуальные силы, прежде направленные на решение исключительно потребительских задач, теперь освоились для других функций.

В силу того, что уровень доверия к традиционным образовательным и воспитательным институтам в российском обществе достаточно низок, родители зачастую надеются получить ответы на волнующие их вопросы от таких же, как они, родителей, и нередко случаи, когда участие в публичном обсуждении хотя бы частично удовлетворяет их ожидания. Специфика российской ситуации заключается еще и в том, что в

условиях общей деформации публичной сферы и неразвитости демократических институтов проблемы домашнего воспитания и образования, детско-родительские отношения, а также отношения детей и родителей с педагогами оказываются одной из немногих тем, которые до последнего времени не были включены в сферу политического, и тем самым могли обсуждаться свободно. (Положение дел, похоже, стало меняться в январе 2010 года, когда на Первом канале начали показ телесериала «Школа» и вокруг него была инициирована сугубо политическая дискуссия, в том числе и в стенах Государственной думы.) Таким образом, взаимодействие с детьми многие взрослые (не только родители, но и некоторые педагоги) воспринимают не только как свою социальную, но и как гражданскую функцию. Станет ли это той самой сферой, где «прорастет» гражданское общество, покажет время. ■

ПРИМЕЧАНИЯ ¹ Подробнее см.: *Левинсон А.* Архивы и простота: реплика неисторика // Новое литературное обозрение. 2005. № 74. С. 34–35.

² *Пени М. Дж., Залески К. Э.* Микротенденции: Маленькие изменения, приводящие к большим переменам / Пер. с англ. А.В. Савинова. М.: АСТ; АСТ Москва, 2009. С. 11–12.

³ *Черепова П.* Зачем нужна семья? // Сайт «Полит.ру». 2010. 2 февр. (<http://polit.ru/research/2010/02/02/family.html>).

⁴ *Rogers E.* Diffusion of Innovations. 5th ed. N. Y.: Free Press, 2003. Подробное описание концепции Эверетта Роджера можно прочитать в статье: *Горалик Л.* Антресоли памяти: воспоминания о костюме 1990 года // Новое литературное обозрение. 2007. № 83/84. В 2 т. Т. 2. № 84 (<http://magazines.russ.ru/nlo/2007/84/go23.html>).

⁵ *Горалик Л.* Указ. соч. С. 617.

⁶ Описанию закрытого, непостижимого для взрослых мира детства посвящена известная книга Марии Осориной: *Осориная М.* Секретный мир

детей в пространстве мира взрослых. СПб: Питер, 1999.

⁷ Никитин Б.П. (1916–1999) и его жена Л.А. Никитина (р. 1930) – авторы нетрадиционной системы воспитания детей, основанной на идее раннего развития. Особое место в развивающей среде заняли разработанные Борисом Павловичем пособия: «кубики для всех», «сложи квадрат», «уникуб» и др.

⁸ Зайцев Н.А. (р. 1939) – автор методик обучения детей дошкольного и младшего школьного возраста. Его пособия представляют собой комплекты учебных материалов по обучению чтению, каллиграфии, математике, грамматике русского языка, английскому языку. Они предназначены для использования в домашних условиях, в дошкольных учреждениях, начальной и средней школе.

⁹ Чапковский И.М. (р. 1948) – первопроходец семейного обучения в России. Он и его жена Валентина Чапковская дали своим четырем детям домашнее образование (начинали в 1986 году). На

данный момент являются руководителями ассоциации «Свободное развитие». Их сайт о проблемах семейного образования: <http://familyeducation.ru/>.

¹⁰ Звонкин А.К. (р. 1948) — автор работы «Мальши и математика. Домашний кружок для дошкольников», обобщающей его опыт преподавания математики дошкольникам в отличном от традиционного ключе. Так, например, один из принципов его преподавания стал отказ от обязательного решения до конечного результата: предложенная детям задача решается только детьми, предложивший задачу взрослый не дает правильного решения даже в том случае, если никто из детей так и не предложил ответа.

¹¹ Подробнее об этом в статье: *Горалик Л.* Плюс на минус...: Восприятие «Америки» последним поколением советских детей // Новое литературное обозрение. 2009. № 95 (<http://magazines.russ.ru/nlo/2009/95/go18.html>).

¹² Подробнее об этом см.: *Синявская О.В., Гладникова Е.В.* Потребление услуг по уходу за детьми российскими домохозяйствами // Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе. Вып. 1 / Под науч. ред. Т.М. Малевой, О.В. Синявской. М.: НИСП, 2007. С. 345–376.

¹³ Параллельно с этими процессами, происходившими в семье, в образовательной среде формировался схожий подход к организации воспитательного процесса. «В целях профилактики детской безнадзорности, наркомании, алкоголизма и пр.» педагогическое сообщество создает и множит различные программы дополнительного образования, мероприятия для детей и подростков, вершиной этой воспитательной политики стало внедрение режима «полного дня», когда учащихся фактически удерживают в школьном здании после уроков (формально для дополнительных занятий), лишая их возможности посещать любые другие образовательные или культурные учреждения.

¹⁴ См. об этом: *Гудков Л.Д.* Страх как рамка понимания происходящего // Гудков Л.Д. Негативная идентичность: Статьи 1997–2002 годов. М.: НЛЮ, 2004. С. 59–82. Об образе будущего в сознании современных родителей см. статью Ольги Свешниковой в этом номере *Pro et Contra* на с. 61–77.

¹⁵ Хотя эту литературу преподносили как семейную, на деле она не была адаптирована к домашним занятиям родителя с ребенком.

¹⁶ Такая схема развития потребительского рынка исследована теоретиками медиа и рекламы

еще в 1960–1970-е годы (Ги Дебор, Ж. Бодрийяр и др.).

¹⁷ Благодарю Левада-Центр и лично Светлану Королеву за предоставленную возможность ознакомиться с результатами проведенных в 2008 году фокус-групп, посвященных представлениям родителей об оптимальных свойствах товаров для детей.

¹⁸ В отечественной практике термин «субкультура детства» используется достаточно широко — это и узкое понимание обособленной культуры детей, включающей в себя детский фольклор, детское творчество, и довольно широкое и размытое представление — «все, что сделано детьми и для детей».

¹⁹ Безусловно, при этом тексты отбираются по определенным критериям.

²⁰ Это касается не только детской культуры, но и фольклора в целом. Для современного человека письменная форма передачи устного фольклора уже не кажется странной. Однако практика родительского консультирования показывает, что мама или папа, взявшие в руки книгу с потешками и пестушками, пытаются *прочитать* их своему малышу, оказываются перед неразрешимой задачей, как *чтение* совместить с теми действиями, о которых идет речь в потешке или пестушке, поскольку здесь важен не текст, а само действие и ритмичное проговаривание, название выполняемого действия и предмета, с этим действием связанного. Данный пример наглядно иллюстрирует формирование родительского запроса на овладение в первую очередь собственно технологией пестования, а не текстовой стороной фольклора.

²¹ Вальдорфская педагогика, разработанная австрийским философом-мистиком и теоретиком образования Рудольфом Штейнером (1861–1925), создателем учения, называемого «антропософия», известна многим родителям в России. Это система воспитания в детских садах и школах, получившая свое название от того, что первую школу Штейнер создал в 1919 году по просьбе владельца и управляющего сигаретной фабрикой «Вальдорф-Астория» в Штутгарте для детей рабочих этой фабрики. По мнению педагогов, придерживающихся вальдорфской системы воспитания, ребенка примерно до семи лет (периода смены зубов) не следует обучать чтению, письму, дисциплинам, требующим логического и абстрактного мышления (во многом это является прямым следствием критического отношения Штейнера к современной науке в целом).

В вальдорфских группах дети обычно разновозрастные, они обучаются работам по дому, ухаживают за садом, используют игрушки из природных материалов (дерева, глины, шерсти). В настоящее время число вальдорфских школ в мире постоянно растет, однако положения вальдорфской педагогики на протяжении всей ее истории не раз вызывали резкую критику педагогов и исследователей.

²² К таким ресурсам относятся, в частности, портал «Домашнее обучение» (<http://www.school4you.ru/>), сайт И.М. Чапковского «Семейное образование» (<http://www.familyeducation.ru/>) и др.

²³ Напр., сайты: <http://www.1september.ru/> или <http://www.it-n.ru/>, а также <http://psyjournals.ru/index.shtml>.

²⁴ Подробнее о кризисе института отцовства: *Кол И.* Зачем нужны отцы? // Звезда. 2006. № 12 (<http://magazines.russ.ru/zvezda/2006/12/ko11.html>); *Козина И.* Работающие матери // Сайт «Полит.ру». 2009. 25 дек. (<http://www.polit.ru/analytics/2009/12/25/kozina.html>).

²⁵ Интересно отметить, что на общем фоне обсуждения мамами частных проблем воспитания, образования и пр. высказывания мужчин выглядят несколько иначе, а именно кажутся очень яркими и неожиданными (например, превратившиеся в книгу статьи Андрея Колесникова в журнале «Коммерсантъ-Weekend» или ныне публикующиеся в том же журнале заметки Демьяна Кудрявцева; такое же впечатление производит и специальный мужской журнал о воспитании «Батя»). Существуют также и интернет-издания для отцов, в частности, можно упомянуть проект «Папаленд» (<http://www.codebaker.ru/is/papa/index.php?categ=3>), сайты «Воскресный папа», «Мужской Альманах», «Мужской сборник», «Отцовство», «Отцовство в XXI веке», «Папам info», семейный ресурс «Я папа», сайт RuFather.ru.

²⁶ С 1995 года, когда вышло первое издание этой книги, она переиздается практически ежегодно, а с 2007 года, когда права на нее были куплены издательством «АСТ», по 2–3 раза в год.

²⁷ Назову еще книги Нины и Заряны Некрасовых «Перестаньте детей воспитывать — помогите им расти», «Что делать, если вас достали конфликты» и др., появившиеся уже в середине 2000-х. Их многочисленные переиздания (характерно, что к концу 2000-х годов эти авторы параллельно с относительно малотиражным издательством «София» стали публиковаться в мейджоре

«Эксмо») свидетельствуют о том, что переосмысление методов воспитания детей превратилось в модный тренд.

²⁸ Характерно, что в предисловиях, соответственно, ко второму и к пятому изданиям своей книги Юлия Гиппенрейтер говорит о том, что ее «восхищает исключительная готовность людей серьезно трудиться для создания психологического благополучия своих детей и семей. Специалисты “помогающих профессий” — практические психологи, психотерапевты, социальные работники и педагоги... стали незаменимыми участниками этого процесса» (*Гиппенрейтер Ю.Б.* Общаться с ребенком. Как? М.: Астрель, 2006. С. 4).

²⁹ С движением семейного туризма можно познакомиться на следующих сайтах: <http://www.turistenok.ru/>, <http://www.turchild.ru/>, <http://community.livejournal.com/turorg/>, http://community.livejournal.com/klad_v_lesu/.

³⁰ В тех слетах, сценарии и отчеты о которых я обследовала (около 10), принимали участие от 50 до 500 семей с детьми от 1,5 до 12 лет.

³¹ Сообщество с таким названием есть в «Живом журнале» — http://community.livejournal.com/deti_v_semje/profile. Вдохновителем этого сообщества стала руководитель дистанционного семейного центра, педагог-психолог Марина Озерова (Израиль) (см. подробнее: <http://marinaozergova.ru/rus/>).

³² Новейшие тенденции в дизайне детских книг регулярно анализирует в своих колонках арт-критик Елена Герчук, материалы которой можно прочитать на портале, посвященном современному дизайну: <http://kak.ru/columns/booksasbooks/a9864/>; <http://kak.ru/columns/booksasbooks/a9591/> и др.

³³ Книга впервые была опубликована в издательстве «Микрополь» в 1993 году.

³⁴ Мультипликационный фильм Александра Федулова «Зоки и Бада» (студия «Экран», 1994).

³⁵ *Аппельгерен Т., Саволайнен С.* Веста-Линнея и капризная мама / Пер. с шведского М. Людковской. М.: Мир детства Медиа; Открытый мир», 2008.

³⁶ Идею о том, что родители имеют право на негативные эмоции и что это вполне естественно, за пределами художественной литературы высказывали многие врачи, психологи и педагоги, в первую очередь здесь стоит упомянуть доктора Спока.