

ПСИХОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ

УДК 37.018.1.02

Лабутина Е.В.

Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ПОЛОРОЛЕВЫХ СТЕРЕОТИПОВ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ КАК ВНЕСЕМЕЙНОГО ИСТОЧНИКА ПОЛОРОЛЕВОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ

E. Labutina

M.A. Sholokhov Moscow State University for Humanities

ON CONNECTION BETWEEN SEX-ROLE STEREOTYPES OF PRIMARY SCHOOL PUPILS AND TELEVISION AS A SOURCE OF NON-FAMILY SEX-ROLE SOCIALIZATION

Аннотация. Среди внесемейных источников полоролевой социализации особое место занимает телевидение как доступный, и массовый информационный канал. Мальчики и девочки получают разнообразную информацию о проблемах пола, полоролевой атрибутике, взаимоотношениях между полами из ТВ источников. В младшем школьном возрасте внимание к ТВ и диапазон интересов мальчиков и девочек возрастает. У детей часто смотрящих телепередачи, ориентированные на взрослую аудиторию, полоролевые стереотипы взаимосвязаны с гендерными стереотипами интересных младшим школьникам персонажей. В содержание полоролевых стереотипов детей указанного возраста включаются качества ТВ персонажей.

Ключевые слова: полоролевая социализация, факторы полоролевой социализации, телевидение, полоролевые стереотипы, полоролевой репертуар, ТВ предпочтения.

Abstract. Of all non-family sources of sex-role socialization television occupies a special place as an accessible channel of mass information. From this source boys and girls receive a variety of information on the problems of gender, sex-role attributes and relationships between the sexes. At a primary school age the interest in TV programs and other issues increases. Those children who often watch TV programs targeted at adult audience have the same sex-role stereotypes as their favoured TV characters.

Key words: sex-role socialization, sex-role socialization factors, television, sex-role stereotypes, sex-role repertoire, TV preferences.

Современные психологические исследования свидетельствуют о степени влияния разнообразных факторов социальной среды на процесс полоролевой социализации ребёнка. Психологические различия между полами – это результат не только семейного воздействия, но и других социализирующих институтов. Общеизвестно, что масс-медиа являются для людей информационным источником. Однако, проводя время у телевизионных экранов, дети могут не только расширить свой кругозор, познакомиться со многими жизненными обстоятельствами, «выйти» за пределы той социокультурной среды, в которой они живут, научиться правильному поведению в обществе, но и усвоить модели агрессивного, жестокого поведения людей. В исследованиях отечественных и зарубежных психологов отмеча-

ется неоднозначное влияние телепередач на зрителей разного возраста (J.H. Langlois, & A.S. Downs 1980; Signorelli N. 1989; Atkin D., Moorman J., Linn C. 1990; P. Purcell & L. Stewart 1990; Devis D.M. 1991; А.А. Чекалина 1991; Moore M.L. 1992; О.А. Воронина 1999; Е. Гаспарова 1997). Достаточно полно разработана проблема влияния рекламы и спортивного вещания на подростков и людей старшего возраста (Авдеева Н.Н., Фоминых Н.А 2002; Бюндюгова Т.В. 2008; Грошев И.В. 1998). На группе дошкольников, младших школьников исследования единичны (Е. Гаспарова 1997; Н.Н. Авдеева 2002; Б. Гантер, А.И. Донцов, Н.Э. Лазарева 2008; К. Мозер, Н.А. Фоминых 2002). Установлено, что среди подростков, которые смотрят телевизор, чаще проявляется характерное для определённого пола поведение (N.J. Cobb, J. Stevens-long, S. Goldstein 1982; M. Kimball 1986). В работе П. Винтерхофф-Шпурка отмечается, что максимальное внимание к телевизионной рекламе достигается в 8–9 лет. Однако особенности влияния комплекса ТВ-передач на полоролевые стереотипы младших школьников в названных исследованиях не рассматривались. Мы предположили, что между полоролевыми стереотипами младших школьников и гендерными стереотипами, наиболее предпочитаемых детьми ТВ-героев существует связь.

Младший школьный возраст – это период «половой гомогенизации» по мнению Каган В.Е., одним из проявлений которой является объединение детей в однородные по полу группы, со специфическими интересами. К числу интересов можно отнести и ТВ-предпочтения ребят. Традиционно считается, что мальчики в этот период играют в героические игры, смотрят фильмы аналогичной направленности, а девочки интересуются принцессами. Наши данные подтверждают названное лишь частично. Предложив школьникам назвать свои любимые передачи и персонажей, мы получили значительные различия в разнополых и разновозрастных группах. Круг интересов ребят растёт постепенно, однако в каждой возрастной группе девочки опережают своих сверстников по време-

ни, проводимому у телевизора, и к 10 годам смотрят телевизор в два раза больше, чем мальчики. Все названные детьми передачи были сгруппированы нами в соответствии с тематическими категориями, максимальное число которых 12 – в группах девочек 10 лет и 5 – в группе первоклассниц. Объединяет мальчиков и девочек семи лет интерес к мультфильмам и их весёлым, активным, смешным персонажам. В семь лет мальчики и девочки включают эти качества в описание героев и самоописания. Вместе с тем портреты ироничны: *он любит поест, обжора*. Репертуар мальчиков расширяется в сторону включения передач с центральным персонажем мужского пола. Для описания героев они используют маскулинные и положительно окрашенные оценочные характеристики: *мужественные, героичные и весёлые*. Среди ведущих характеристик: *защищает слабых, сильный, смелый, дружный и смешной*. Мальчиков интересуют персонажи, рельефно демонстрирующие качества настоящего мужчины, желаемое, но редко встречающееся в жизни поведение.

С 8 лет интересы детей существенно различаются: мальчики смотрят боевики, фильмы для взрослой аудитории, спортивные передачи. Девочек привлекают сериалы, которые смотрят их матери, реалити-шоу, детские фильмы.

Восьмилетним мальчикам интересны футболисты, герои, бойцы, женщины – телеведущие и красивые актрисы. Портреты героев мужчин базируются на маскулинных понятиях, обозначающих доблесть, смелость, агрессивность. Аналогичные качества дети используют для описания идеала мужчины и самоописания, но не включают в портрет отца.

С 9-ти лет мальчики смотрят спортивные передачи, мультфильмы, криминальные сериалы и новостные информационные передачи агрессивной направленности. В этом возрасте школьники используют по отношению к себе понятие «агрессивный», как желаемую и необходимую для мужчины характеристику, вместе с тем для мальчиков

приобретают значение качества, которые ранее не замечались или игнорировались. В образы тех же персонажей и собственные портреты школьники включают понятия, обеспечивающие деловую и социальную успешность: *умный, богатый, талантливый, ловкий, сексуальный*. Представления об особенностях поведения и внешнего облика современного мужчины и любимого экранного героя близки, в то время как описание отца практически не включает общих с ТВ-персонажами качеств. Главным достоинством отца, по мнению мальчиков, является умение хорошо работать и обеспечивать семью

В младшем школьном возрасте у мальчиков имеет место поляризация образов мужчины и женщины. Женские персонажи видятся добрыми, хорошими, красивыми, умными, несмелыми блондинками, т. е. собирательный образ феминен. Мужские – сочетают в себе маскулинные и вполне детские черты: они сильные, мужественные, храбрые, хорошо дерутся, балуются, весёлые. Образ героини мальчики составляют на основе сериалов. Им нравятся подвижные, смелые, красивые женщины. С 8 лет в описании женщины центральное место занимают понятия, характеризующие внешнюю привлекательность и молодость. Отметим, что уже в первом классе мальчики обращают внимание на деятельность персонажей, иллюстрирующую их ролевые обязанности. Герой хорошо дерётся, всех спасает, любит поесть; героиня же – хорошо готовит. Подобная направленность прослеживается и в описании реальных семейных ролей. Мать выполняет хозяйственно-бытовые функции, не распространяющиеся на отца, что отражает имеющиеся у ребят представления о традиционном распределении ролей между мужчинами и женщинами.

В 9–10 лет мальчиков интересуют красивые женщины, чаще блондинки, занимающиеся какой-либо работой, но ссылки на профессию отсутствуют.

Девочкам с 8 лет интересны красивые актёры и участницы реалити-шоу. Не установлено ожидаемого внимания к женственным

героиням и «принцессам». Волшебство присутствует как умение, необходимое для победы в соперничестве, т. е. как характеристика с позиции успешности деятельности.

В девичьих группах для описания героев обоюбого пола используются преимущественно маскулинные, имиджевые, и эмоционально-оценочные характеристики. Школьниц на экране привлекают напористость, сила, храбрость, весёлость, красивая внешность, если герой мужского пола. Вместе с тем мужчина на экране должен быть не только красивым, но и хорошим, обаятельным, воспитанным. Характеризуя любимых персонажей, школьницы 7–10 лет использовали 13 маскулинных понятий: *сильный, защитник, идёт вперёд, отважный, упорный* и 8 – имиджевых: *красивый, хорошо одет, модный, ухоженный*. Для реальных мужчин, по мнению девочек, важны качества, характеризующие их с позиции семейного благополучия (уважает жену, помогает по дому, холостой, любящий, непьющий), и качества, обеспечивающие деловую успешность (умный, трудолюбивый, имеет хорошую работу, уважаемый). Таким образом, требования, которые девочки предъявляют к телегероям и реальным мужчинам, различны. Описания отца наиболее кратки среди всех мужских персонажей (в группах мальчиков аналогичные показатели).

Чтобы экранный образ заинтересовал девочку, женщина должна быть красивой, смелой и весёлой. В её описании чаще других встречаются понятия модная, стройная, длинноволосая, гибкая, сексуальная. Для героини также важно партнёрское взаимодействие с мужчиной, сила и спортивность. Образ современной женщины созвучен описанию телегероини в части стереотипной внешности и деловой успешности, однако для реальной женщины, по мнению школьниц, необходима семья, бытовые навыки, а также нежность, спокойствие, мягкость.

Основная масса любимых девочками персонажей – виртуальные, т. е. красивые актёры, актрисы сериалов, участницы и участники таких передач, как «Дом–2», «Фабрика звёзд». Современные школьницы 7–10 лет

среди наиболее предпочитаемых называют героинь, наделённых активным, решительным характером, способных постоять за себя, весёлых. Эти черты в основном относятся к традиционному полоролевому репертуару мужчины.

Мы установили, что представления об особенностях внешности людей находятся в тесной взаимосвязи с описанием любимых телеперсонажей. Причём если мужчине позволено быть разным, то женщина обязана быть красивой и точно соответствовать укоренившимся стереотипным требованиям, т. е. ТВ с его мощной пропагандой и всепроникающей активностью формирует гендерные стереотипы в исследуемой возрастной группе. Телепередачи транслируют яркий, наглядный образ того, какими должны быть современные мужчины и женщины.

В современной трактовке такие характеристики, как *вредная, злючка, стерва, агрессивная*, приобретают положительный смысл именно благодаря ряду ТВ-передач. Девочки с 9 лет называют отмеченные качества в числе ожидаемых и желаемых для себя в будущем. Появление данных черт в структуре полоролевых стереотипов девочек 8–10 лет связано с некоторыми любимыми героинями, так как школьницы ориентируются на них, как на своеобразный образец.

В группе мальчиков подобного не обнаружено, так как источником понятий стали передачи (разговорные, реалити-шоу, сериалы), которые не смотрят школьники.

Девочки всех возрастов в большей, нежели их сверстники, степени подвержены «заражению». Они смотрят те же передачи, которые вызывают интерес у их матерей. Отметим, что чем выше деловая активность матери, тем меньше отмеченных передач она смотрит.

Экранные персонажи для современных мальчиков и девочек являются доступным, понятным и притягательным образцом гендерного поведения людей разного пола. Их описания подробнее и точнее описаний родителей, содержат больше деталей.

Наше исследование позволяет говорить о

том, что ТВ относится к числу мощных социализирующих источников. На экранах появилось много примеров агрессивного отношения людей друг к другу. Насаждается модель конкурирующего и соревновательного отношения к окружающим. Темой всевозможных шоу становится победа одного посредством оттеснения другого, причём используемые средства не всегда честны. Меняется подача образов мужчин и женщин. Всё чаще на экране появляются феминизированные, занимающиеся традиционно женскими видами деятельности мужчины, активные, напористые женщины. Подобная реклама формирует аналогичные ценности.

Современных детей не привлекает спокойное, доброе кино (Быкова Е., Денисова С., Идлис Ю., Климова Е., Крейнин В. 2008). Им интересны динамика, смена событий, место действия должно быть максимально отдалено от того, где находится ребёнок, всегда неизвестно и невиданно, знакомо лишь по рассказам. Часть героев, как указывают авторы, имеют внешность вполне заурядную, другие – красивые, известны. Самое главное, что волнует детей, – существующее зло должно быть «узнаваемо и наказуемо». Вывод, заключается в том, что дети в большинстве своём не хотят смотреть «хорошее» – без драк и агрессии кино. Им нравятся «плохие» фильмы – боевики, фантастика, триллеры.

В настоящее время СМИ сообщают детям много различных сведений, в том числе касающихся межполовых различий. По данным Д.Н. Исаева, Н.В. Александровой, В.Е. Каган, основным источником указанной информации о различиях и сущности отношений мужчин и женщин являлись сообщения сверстников и наблюдения (Д.Н. Исаев, Н.В. Александрова 1978; В.Е. Каган 1990). Наши данные позволяют сказать, что 82% мальчиков и 88% девочек 10 лет первую информацию почерпнули из телепередач. Это тем более важно, что 72% опрошенных нами родителей сообщили, что не позволяют смотреть телевизор детям после 22 часов. Следовательно, указанные сцены были продемонстрированы в так называемое «детское» время.

Начиная с 8 лет понятие «сексуальность» встречается в описаниях любимых героинь, составленных мальчиками. В группе девочек оно появляется только в 10 лет. Так, 24% опрошенных нами четвероклассников сказали, что не обращают внимания на сцены подобного содержания, однако точно указали, в каких именно передачах они встречаются, что заставляет усомниться в действительном отсутствии интереса.

Таким образом, в младшем школьном возрасте дети очень внимательно наблюдают за особенностями поведения, атрибуцией, взаимоотношениями людей разного пола. Телевидение становится обширным и слабо контролируемым источником названной информации. Подобные наблюдения не только расширяют содержание полоролевых стереотипов детей, приводят к появлению качеств, не содержащихся в стереотипах маскулинности/феминности их родителей и сверстников на предыдущем временном отрезке (80-е – 90-е годы), но и формируют негативные черты, характеризующие межличностное взаимодействие людей разного пола. В связи с этим чрезвычайно важно демонстрировать ребятам приемлемые и адекватные модели гендерного поведения людей.

Многие исследователи единодушны в том, что информация, представленная ребёнку в иносказательной форме, в виде рассказов, сказок, историй, воспринимается легче. Телевидение воздействует ещё и визуально, яркие образы лучше запоминаются и принимаются на веру. Разнообразие каналов, круглосуточное вещание, различный, часто не предназначенный для детского просмотра репертуар требует более внимательного отношения родителей к выбору передач, которые смотрят дети, и ответственного подхода к созданию сетки вещания.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Авдеева Н.Н., Фоминых Н.А. Психологическое воздействие телерекламы на детей // Психологическая наука и образование, 2002. № 4.
2. Агеев В.С. Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов // Вопросы психологии, 1987. № 2.
3. Арчер Дж. Половые роли в детстве: структура и развитие // Детство идеальное и настоящее. Сборник работ современных западных учёных. Пер. с англ. / Под ред. Слободской Е.Р. 1994.
4. Берн Ш. Гендерная психология. Законы мужского и женского поведения. СПб., 2008.
5. Быкова Е., Денисова С., Идлис Ю., Климова Е., Крейнин В. Отрыв башки // Русский репортёр, 2008. №30.
6. Бюндюгова Т.В. Особенности смыслового принятия женских образов, транслируемых в визуальной рекламе: Автореф. дис. ...канд. психол. наук. М, 2008.
7. Воронина О.А. Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ // Знамя. 1999. – № 2.
8. Гаспарова Е. Мышка-норушка или мышонок Джерри? // Дошкольное воспитание., 1997. № 6.
9. Исаев Д.Н., Александрова Н.В. Роль семьи в половом воспитании дошкольников // Семейная психиатрия при нервных и психических заболеваниях. Л., 1978.
10. Каган В.Е. Психосексуальное воспитание детей и подростков. Л., 1990.
11. Кравченко Е.И. Мужчина и женщина: взгляд сквозь рекламу // Социологические исследования, 1993. № 2.
12. Чекалина А.А. Гендерная психология: учебное пособие. 2-е изд. М., 2009.
13. Atkin D., Moorman J., Linn C. Ready for prime-time: Network series devoted to working women in the 1980's. Sex Roles, 25. 1991.
14. Moore M. L. The family, as portrayed on prime-time television? 1947 – 1990: Structure and characteristics. Sex Roles, 26. 1992.
15. Purcell P. & Stewart L. Dick and Jane in 1989. Sex Roles, 22. 1990.
16. Signorelli N. Television and conceptions about sex roles: Maintaining conventionality and the status quo. Sex Roles, 21. 1989.