

Клименко І.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет психології, кандидат психологічних наук, асистент

Бірюкова А.Л.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет психології, ОКР «Магістр» 1 рік навчання

ЦІННОСТЕЙ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

У статті узагальнюються відомості щодо становлення сімейних цінностей у підлітковому віці; деталізуються уявлення про вплив ЗМІ на сімейні цінності у суспільстві та роль медіа у процесі соціалізації підлітків; наводяться результати емпіричного дослідження впливу продукції мас-медіа на формування певних стереотипізованих уявлень про образ ідеальної родини та на сімейні цінності підлітків загалом.

Ключові слова: ціннісні орієнтації, сімейні цінності, соціалізація, медіа-вплив, стереотипні уявлення. *В статье обобщаются сведения о становлении семейных ценностей в подростковом возрасте; детализируются представления о воздействии СМИ на семейные ценности в обществе и роль медиа в процессе социализации подростков; приводятся результаты эмпирического исследования воздействия продукции масс-медиа на формирование определенных стереотипных представлений об образе идеальной семьи и на семейные ценности подростков в целом.*

Ключевые слова: ценностные ориентации, семейные ценности, социализация, медиавоздействие, стереотипные представления.

This article summarizes information about the formation of family values in adolescence; circumstantiates the idea of the media influence on family values in society and the media role on the adolescents' socialization; and provides the results of an empirical research of the impact of media products on the formation of some stereotyped ideas about the image of the ideal family and the family values in general.

Keywords: value orientations, family values, socialization, media influence, stereotypes

Актуальність дослідження. Роль мас-медіа в житті людини ХХІ сторіччі досягла небаченого досі розвитку. Поряд з популярними та традиційними ЗМІ, такими як телебачення, радіомовлення, друковані видання та Інтернет, відбувається активний розвиток новітніх каналів та засобів поширення медійного

© Клименко І.В., Бірюкова А.Л., 2013 р.
контенту (мобільний зв'язок, 3D-кінематограф, соціальні мережі тощо). Медіа-вплив стає все більш всеохоплюючим та всепроникним, постаючи сьогодні одним із найпотужніших чинників, що впливають на процес соціалізації особистості, особливо якщо мова іде про підлітків. Суттєвий вплив мас-медіа справляють передусім на становлення світогляду особистості та ціннісних орієнтацій сучасних підлітків, задаючи певні моделі соціально-типової поведінки і спотворюючи уявлення про моральні цінності.

Дослідження шлюбно-сімейних уявлень та орієнтацій молоді - традиційна сфера наукових інтересів багатьох вчених. Сімейні цінності були об'єктом дослідження К.К. Баздирєва, С.С. Бурової, Б.І. Говако, І.С. Голоду, М.С. Мацковського, А.Г. Харчева, Л.Г.Чорної; гендерні та сімейні образи та ідеали вивчалися А.І. Захаровим, Д.Н. Ісаєвим, В.Є. Каганом, В.Л. Ситніковим, Т.І. Юферєвою; дослідження сімейних уявлень знайшло своє відображення в роботах Т.В. Андрєєвої, Р.В. Овчарової, В.А. Сисенко, Б.Ю. Шапіро. Дослідженню впливу ЗМІ (особливо телебачення) на масову свідомість та ціннісні орієнтації молоді присвячені роботи Е.А. Баранової, Т.А. Єлісєєвої, О.В.

Коврігіної, К.А. Тарасова, О.В. Федорова, Г.І. Щербакової та інших.

Втім, сучасні прикладні дослідження, зосереджені на українських реаліях, залишаються актуальними.

Мета статті в узагальненні відомостей щодо становлення сімейних цінностей у підлітковому віці та дослідженні впливу продукції мас-медіа на формування певних стереотипізованих уявлень про образ ідеальної родини та на сімейні цінності українських підлітків.

Загальновідомо, що базові цінності особистості формуються в період так званої первинної соціалізації індивіда, до 18-20 років, а потім стають достатньо стабільними, суттєво змінюючись лише у кризові періоди життя людини чи в умовах кризи соціального середовища. Тому дуже важливим є дослідження сформованості ціннісної сфери підлітків та чинників, що впливають на її становлення.

Важливим етапом формування уявлень про родину є саме підлітковий вік. Саме в підлітковому віці відбувається бурхлива і часом драматична переоцінка цінностей і, перш за все, перебудова відносин з батьками. Для кожної людини існує дві сім'ї. Одна – це та, з якої він вийшов, а друга – та, яку він створив і в якій він живе зараз. Підлітки опиняються на своєрідному роздоріжжі: уклад батьківської сім'ї поступово відходить за другий план, своя сім'я ще не створена і постає лише як омріяний образ майбутнього. Саме в цьому віці вплив медіа-продукції, з її штампами та ідеалізованими образами сім'ї, справляє найбільший вплив на формування сімейних установок та цінностей.

У силу вікових особливостей підлітки більш чутливі до впливу продукції мас-медіа, адже криза перехідного віку ставить перед особистістю потребу переоцінки минулих життєвих орієнтирів. Переоцінці підлягає і система цінностей батьків, яка тривалий час була панівною в свідомості ще не повністю сформованої особистості.

Д.Б. Ельконін, Т.В. Драгунова виділили особливу характеристику підліткового віку - «почуття дорослості» [4, с. 316]. «Почуття дорослості» виступає як стимул активності підлітка, спрямований на переорієнтацію з «дитячих» норм на «дорослі», на засвоєння цінностей, установок, норм.

Домінуюче «почуття дорослості» та реакція емансипації від батьківської опіки штовхають підлітків шукати інші джерела ціннісних орієнтацій, серед яких значне місце займають ЗМІ. Особливо це актуально в ситуації інформаційного перенасичення та легкодоступності будь-якого медійного контенту.

Значну частину дозвілля підлітків заповнюють електронні засоби інформації – телебачення, радіо, відео, мережа Інтернет. За допомогою них сьогодні формується внутрішній світ школярів, їх художні смаки, ціннісні орієнтації, культурні установки. Контакти зі ЗМІ носять в переважній більшості не пізнавальний, а розважальний характер.

Телебачення демонструє (через образ телеведучих, персонажів фільмів) моделі поведінки, що відображають певні моральні цінності. Вони можуть входити в конфлікт з цінностями, засвоєними людиною раніше. Цей конфлікт у підлітків нерідко вирішується на користь телеобразу, оскільки в силу вікових особливостей вони схильні брати під сумнів цінності близьких дорослих, а для адекватної моральної оцінки їм не вистачає власних орієнтирів і досвіду.

Окрему роль медіа відіграють у процесі підсилення гендерних стереотипів. За визначенням І.С.Кльоциної під гендерними стереотипами розуміються «стандартизовані уявлення про моделі поведінки та риси характеру, відповідні

поняттям “чоловіче” та “жіноче”»[3, с. 19].

Тенденцію до визначення суспільно прийнятної моделі сімейних ролей та обов'язків можна прослідкувати в контексті усіх засобів масової інформації, показовим прикладом виступає реклама. В.М. Дягілев в своїй роботі зсилаючись на М. Фуко говорить про первинний та вторинний дискурс в рекламі: «Пропозиція про товари та послуги становить «первинний дискурс» реклами, а уявлення про суспільство, взаємини в ньому - її «вторинний дискурс». Саме її вторинний дискурс відсилає глядача (слухача) до інших смислових кодів, інших, ще не явних, не видимих, але таких, що мають найперше значення в ієрархії. У первинному дискурсі може йти мова, наприклад, про те, наскільки чисто пере той чи інший порошок, як чудово працює нова кухонна техніка, який незабутній запах у цих парфумів і т.д. А вторинний дискурс інформує про те, хто займається пранням (повинен прати) порошком, хто готує (повинен готувати) їжу, хто приймає (повинен приймати) рішення і як треба себе вести, щоб досягти успіху в житті» [2, с. 75]. Засвоєні гендерні стереотипи суттєво впливають на процес соціалізації, задаючи певний вектор в опануванні соціальними ролями та моделями поведінки. Західні психологи, які вивчають проблеми гендеру (Ненсі Чодороу, Джоан Хубер, Еліс Кесслер-Херріс), припускають, що «між гендерними стереотипами та соціальними нормами можна поставити знак рівності, так як виконуючи визначені суспільством норми індивід приходять до розуміння та набуття своєї гендерної ролі» [1; с. 171]. Ретрансляційна функція гендерних стереотипів дозволяє відтворювати їх у кожному наступному поколінні. Засвоєння стереотипів гендеру починається ще в ранньому дитинстві, за допомогою спеціальних «провідників» – агентів впливу та інститутів соціалізації (сім'ї, груп однолітків, освітніх установ, засобів масової інформації).

Результати здійсненого нами теоретичного аналізу засвідчили значну роль мас-медіа у процесі формування сімейних установок та цінностей молоді, що і зумовило вектор нашого емпіричного дослідження, основною метою якого стало визначення впливу мас-медійних продуктів на образ ідеальної сім'ї та сімейні цінності українських підлітків. Реалізація дослідження включала в себе постановку та вирішення таких задач:

- виокремити провідні напрямки медійної продукції, що потенційно впливають на формування сімейних цінностей підлітків;
- розробити методологічну схему дослідження впливу продуктів мас-медіа на формування сімейних цінностей підлітків; дібрати та розробити методики для реалізації відповідного емпіричного дослідження;
- виявити основні стереотипізовані образи, пов'язані з уявленнями про ідеальну родину, що широко транслюються через продукцію мас-медіа; виявити вплив відповідної продукції на формування образу ідеальної родини та сімейних цінностей у підлітків;
- розробити ряд рекомендацій для батьків підлітків, педагогів та шкільних психологів, що стосуються формування сімейних цінностей та нейтралізації небажаного впливу на відповідну сферу продуктів мас-медіа.

Для вирішення поставлених задач використовувалися наступні методи і методики дослідження: методика «Ціннісні орієнтації» (О.І. Мотков, Т.О. Огнєва); анкета «Медіа простір підлітка»; метод контент-аналізу, конструктор «Образ ідеальної сім'ї».

Методика «Ціннісні орієнтації» (О.І. Моткова, Т.О. Огнєвої) забезпечила

даними про структуру ціннісної сфери підлітка та атрибуції реалізації цінностей, а також дозволила визначити роль сім'ї у загальній структурі цінностей. Було встановлено, що цінності «родина, любовні стосунки» займає одне із найвищих місць у підлітковій ієрархії. Причому досліджувані приписують реалізацію своїх ціннісних орієнтацій внутрішнім причинам («мої природні дані» та «власні зусилля»). У концепції Д. Б. Ельконіна підлітковий вік, як усякий новий період, пов'язаний з новоутвореннями, які виникають з провідної діяльності попереднього періоду. Навчальна діяльність «повертає від спрямованості на світ до спрямованості на самого себе» [4, с. 318]. Крім того в цьому році підлітки починають цікавитися протилежною статтю та любовними стосунками. Підлітки, можливо, вперше задумуються над майбутніми сімейними стосунками, та переосмислюють наявні сімейні відносини, свої стосунки з батьками та іншими членами родини. Уклад у майбутній родині вбачається їм виключно результатом власних зусиль. Роль зовнішніх чинників (зокрема медіа-впливу) підлітками суттєво недооцінюється.

Спеціально для даного дослідження була розроблена анкета «Медіа-простір підлітка», що дала змогу в короткий проміжок часу зібрати достовірну та вичерпну інформацію, щодо преференцій молоді відносно продукції мас-медіа та каналів її отримання. Проведене опитування включало в себе запитання про час, який досліджуваний приділяє перегляду телебачення, відкриті питання стосовно улюблених телепередач, фільмів, мультфільмів, мультсеріалів.

Опитування підлітків та співставлення його результатів з даними інших соціологічних опитувань дозволило нам виокремити провідні типи медійної

продукції, що потенційно впливають на формування сімейних цінностей підлітків: ними виступають фільми, телесеріали та телереклама. Проаналізувавши дані анкетування «Медіа-простір підлітка», нами було визначено, що найпопулярнішими телеканалами серед молоді є: «Новий канал», «СТБ», «1+1», «ТЕТ», «Інтер», «Q-TV». Серед найпопулярніших мультфільмів опинилися стрічки «Мадагаскар», «Шрек» та «Льодовиковий період». Найпопулярнішими телесеріалами виявилися «Вороніни», «Закрита школа», «Універ», «Інтерни» та «Татусеві доньки». Перелік улюблених кінофільмів складав 115 найменувань; лідерами рейтингу постали фільми про Гаррі Поттера, кінострічки «Пірати Карибського моря», «Сутінки», «Три метри над рівнем неба» та «Титанік». Тема сім'ї складає значний відсоток від загальної тематики усієї популярної серед підлітків телепродукції.

Контент-аналіз найбільш популярної серед підлітків продукції мас-медіа, що постав наступним етапом дослідження, дозволив виокремити основні стереотиповані уявлення, пов'язані з образом ідеальної родини, що є типовими для продукції мас-медіа: це традиційний поділ ролей та обов'язків на «чоловічі» та «жіночі», де чоловік виступає в ролі годувальника, який заробляє гроші та відповідає за прийняття рішень, частково організовує дозвілля сім'ї та виконує епізодичну роботу по дому, а жінка виконує усю хатню роботу (прибирання, приготування їжі, виховання та догляд за дітьми) і не реалізує себе в трудовій діяльності поза сім'єю.

За результатами контент-аналізу були виокремлені конструкти-маркери типового образу ідеальної родини, що були взяті за основу для розробки методики «Образ ідеальної родини». Конструктор складався з 10 блоків, які постали віддзеркаленням найбільш значимих конструктів, а саме: склад сім'ї, місце проживання сім'ї, характер сімейного дозвілля, сімейні атрибути, роль

дружини в сім'ї, роль чоловіка в сім'ї, психологічні характеристики чоловіка, психологічні характеристики дружини, сімейні обов'язки чоловіка, сімейні обов'язки дружини. Таким чином, дана методика дала змогу отримати дані про основні сфери сімейного життя та відповідні уявлення підлітків про них.

Типову сім'ю підлітки уявляють повною нуклеарною родиною з двома дітьми. Осередком сімейного дозвілля виступає кухня (уся сім'я за столом під час сімейної вечері (обіду або сніданку)) або вітальня (сім'я на дивані в компанії телевізора). В уявленні підлітків ідеальна родина мешкає у великій (з трьома та більше кімнатами) квартирі або замиському будинку. Основними психологічними характеристиками членів сім'ї є: мужність, вірність, життєрадісність (для чоловіка), жіночність, турботливість та ніжність (для дружини). Цікавим також є факт, що значимою характеристикою сім'ї підлітки вважають наявність дітей та любов обох членів сім'ї до них. Майже не зустрічались випадки, коли у якості сім'ї досліджувані обирали подружню пару без дітей.

Співпадіння образу ідеальної родини, що культивується у медійному просторі, із власними уявленнями підлітків виявилось вищим у групі досліджуваних, для яких перегляд медіаконтенту є домінуючою формою дозвілля.

Вкорінення такого стереотипного образу може негативно позначитися на майбутніх стосунках з протилежною статтю та на вибудовуванні сімейних стосунків. Ідеалізований, далекий від українських реалій образ майбутньої

родини, на практиці не витримує випробовування буденністю. І тоді партнери розчаровуються у сім'ї та сімейних стосунках, звинувачують один одного, починають перекладати відповідальність за негаразди на зовнішні чинники (інших членів родини, соціально-економічні чинники тощо). Неузгодженість сімейних цінностей та неготовність брати на себе відповідальність та самотужки вибудовувати гармонійні стосунки стає причиною розлучень у перших шлюбах.

Саме тому на заключному етапі нашого дослідження було розроблено ряд рекомендацій для батьків підлітків, педагогів та шкільних психологів, що стосуються формування сімейних цінностей та нейтралізації небажаного впливу на сферу сімейних цінностей продукції мас-медіа.

До основних рекомендацій можемо віднести:

- зацікавлене та небайдуже ставлення батьків до дозвілля підлітків;
- уважне та толерантне ставлення до власної позиції підлітка, в тому числі у питаннях уподобання тих чи інших видів медіа-продукції; обговорення улюбленого телеконтенту підлітків, критичне осмислення цінностей, що пропагуються ЗМІ; спільне виокремлення стереотипних уявлень та їх нейтралізація;
- заохочення підлітків до активного проведення дозвілля, підтримка хобі та розвиток творчих здібностей особистості;

Важливе значення має також особистісний приклад батьків: телевізор не повинен бути провідним видом дозвілля родини, а медіа продукція, яку переглядають дорослі має підлягати здоровій критиці.

Висновки. Загалом проведене дослідження впливу продукції мас-медіа на формування уявлень про образ ідеальної родини та на сімейні цінності підлітків засвідчило декілька провідних аспектів стереотипізації відповідних уявлень, зокрема: бачення ідеальної родини як нуклеарної, забезпеченої, із традиційним поділом ролей на «чоловічі» та «жіночі» (при цьому більшість сімейних обов'язків постає сферою компетенції жінки). Цікавими виявилися результати стосовно психологічного портрету чоловіка та дружини в ідеальній родині. В уявленнях

підлітків жінка має володіти набором традиційних фемінних якостей, в той час як набір якостей ідеального чоловіка тяжіє до андрогінності.

Список використаних джерел

1. Антология гендерной теории. Составители Е. Гапова, А. Усманова. Минск: Пропилеи. 2000. – 373 с.
2. Дягілев В. М. Історичні аспекти гендерної політики в Україні (соціально-правовий статус жінки в українській історії) / В.М. Дягілев // Формування гендерного паритету в контексті сучасних соціально-економічних перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Київ, 5-7 грудня 2002 р.)- К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді; Український ін-т соціальних досліджень, 2002. –С. 75-78
3. Клецина И.С. Гендерная социализация / И .С. Клецина . Учебное пособие. С. Петербург, изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. – 40 с.
4. Эльконин Д.Б., Драгунова Т.В. Возрастные и индивидуальные особенности младших подростков. М., 1967. 156 с.

Отримано 15.03.2013 р.