

psychology. Collected Works number 2(7). – Kiev : Publishing House of SNU, 2004. – P. 175-181.

4. Govorun T. V. Gender and sexuality: a psychological perspective / T. V. Govorun, O. M. Kikinezhdi. – Ternopil : 'Navchal'na knyga – Bogdan', 1999.

5. Yermolayeva M. V. Practical psychology of old age / M. V. Yermolayeva. – M. : EKSMO Press, 2002. – 320 p.

6. Kovaleva A. I. Socialization / A. I. Kovaleva // Knowledge. Understanding. Skill. Encyclopedia of Human Sciences. – 2004. – № 1. – P. 17-19.

7. Krasnov O. V. Social psychology of old age / O. V. Krasnov, A. G. Liders. – Moscow : Academy, 2002. – 288 c.

8. Moskalenko V. Socialization: monograph / V. Moskalenko. – K. : Phoenix, 2013. – 540 p.

9. Stas A. Socio-psychological study orientations of social abilities in adulthood / O. S. Stas // Sociology. Psychology. Pedagogy. – 2007. – № 27-28. – 123 p.

10. Khairullina Y. R. Socialization of personality: theoretical and methodological approaches / Y. R. Khairullina. – Kazan : Pechat'-dom, 1998. – 370 p.

11. Rogers C. R. A Theory of therapy, personality and interpersonal relationships / C. K. Rogers // Psychology: A study of a Science / Ed. by S. Koch. – Vol. III. – New York : McGraw, 1959. – P. 184-256.

12. Rogers C. R. The necessary and sufficient conditions of therapeutic peixmality change / C. R. Rogers // J. Consult. Psycho. – 1957. – P. 95-103.

13. Rosow I. Socialization of old age / I. Rosow. – Berkeley, Calif. : Univ. of Calif. Press, 1974. – 385 p.

Надійшла до редколегії 19.05.14

Е. Власова, д-р психол. наук, проф.

Д. Коскіна, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

## СОЦИАЛЬНЫЕ СПОСОБНОСТИ КАК ФАКТОР УСПЕШНОЙ ПОСЛЕТРУДОВОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕКА

*Статья посвящена анализу связи феноменологии социальных способностей лиц позднего возраста с особенностями их послетрудовой социализации. Авторы попытались позитивно охарактеризовать стадию послетрудовой социализации личности через призму эмпирического исследования работы основных механизмов реализации индивидуального потенциала социальных способностей человека: социальной креативности и эмоционального интеллекта. В статье доказывается, что упомянутые способности являются ключевыми для обеспечения качества жизни и субъективного благополучия человека. А специально разработанная программа позволяет существенно повысить уровень их социальной креативности и улучшить показатели качества жизни и психологического благополучия человека в этом возрасте.*

*Ключевые слова: социальные способности, пожилой возраст, социализация, качество жизни, субъективное благополучие.*

O. Vlasova, Dr. Sc., Prof.

D. Koskina, post-graduate

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

## SOCIAL ABILITIES AS A FACTOR OF INDIVIDUAL'S SUCCESSFUL AFTER-LABOR SOCIALIZATION

*The article is devoted to the analysis of connection of social abilities' phenomenology among aged people with the peculiarities of their after-labor socialization. The authors attempt to describe positively the after-labor stage through the prism of empirical exploration of the mechanisms of realization individual's potential of social abilities: social creativity and emotional intellect. The article proves that these abilities are key in guaranteeing life's quality and subjective well-being. The elaborated training program allows significantly improve level of their social creativity, life's quality and subjective well-being in this age.*

*Keywords: social abilities, late adulthood, socialization, life quality, subjective well-being.*

УДК 316.77:159.922.7

О. Вознесенська, канд. психол. наук

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ

## МЕДІАСОЦІАЛІЗАЦІЯ: ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ СЕРІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

*Стаття містить часткові результати емпіричного дослідження образів персонажів сучасних серіалів, що є основою для гендерної соціалізації особистості. Виділені типові стереотипні серіальні образи. Зроблено висновок щодо викривлень у гендерних моделях поведінки дитини молодшого шкільного віку через медіасоціалізацію.*

*Ключові слова: медіасоціалізація, серіал, стереотипні образи, дитина.*

Процеси розвитку інформаційного суспільства з одного боку, й крах – або, як мінімум, викривлення – сім'ї як інституту розвитку та формування особистості дитини робить дослідження, пов'язані з медіапсихологією, медіакомпетентністю, досить актуальними на сучасному етапі розвитку психологічної науки та суспільно-педагогічної практики. В умовах інформаційного суспільства, що швидко розвивається, медіа займають наразі найголовніше місце у процесі соціалізації дитини, адже на безпосереднє спілкування у сучасних батьків не вистачає особистісних ресурсів. Найбільший ефект медіасоціалізації спостерігається у маленьких телеглядачів, які володіють невеликою альтернативною інформацією, мають бідний життєвий досвід. Педагогічні спостереження й спеціальні дослідження показали сильний вплив масмедійних образів на дитячу свідомість у силу підвищеної вікової сензитивності, що обумовлює ефективність формування соціальних настанов і мотивацію поведінки дитини [1]. Зміст масмедійних образів діє й на дорослу свідомість, приводячи її до певних деформацій.

Екран як сукупний абстрактний дорослий здійснює "телеекранну соціалізацію" (за визначенням В. В. Абраменкової), породжуючи квазі-стосунки. Це пов'язано також зі змінами орієнтації виховання з колективістської на індивідуалістичну модель, послаблення ігрових ін-

терактивних форм спільної діяльності в бік коактивних її форм. Крім того, "ми вступаємо в період, новий для історії, коли молодь з її префігуративних схоплюванням ще невизначеного майбутнього наділяється новими правами" [3, с. 321].

Тому не дивно, що дитина молодшого шкільного віку орієнтована на ті моделі спілкування, що вона бачить в телевізорі, а не ті, що пропонує сім'я. Конструювання гендерних моделей поведінки все частіше відбувається під впливом агентів медіапростору. Комерціалізація сучасного телебачення призводить до появи бурхливого потоку сумнівних кінотекстів, низькопробної медіапродукції, тиражуванню гендерних стереотипів.

*Метою статті є презентація результатів дослідження образів персонажів сучасних серіалів, що є основою для гендерної соціалізації особистості*

Специфіка сприймання екранних образів, за думкою В. В. Абраменкової, така, що інформація, що отримується дитиною з екрану, сприймається нею як істина та має надзвичайну силу вселяння і наслідування [1, с. 367]. Одна з причин цього – телевізійні персонажі є об'єктами ідентифікації дитини та моделлю рольової поведінки, що діти копіюють. Форма ідентифікації може бути і "бажаного", дитина хоче бути схожою на персонаж, поводитися як персонаж. Крім того, дослідниками

описаний феномен "парасоціальної взаємодії", коли діти вступають в уявне міжособистісне спілкування з персонажем, питають у нього поради, хочуть бути часткою його соціального світу, дружити з ним. Ці стосунки викликають почуття близького особистісного та соціального задоволення [2, с. 90].

Наше дослідження стосується впливу ЗМІ на щоденну гендерну поведінку, яка в силу автоматоподібного ритму життя слабо рефлексується й найбільшою мірою залежить від трансльованих парадигм буденності як такої. Вибір феномену телесеріалів в дослідженні обумовлений тим, що цей вид медіапродукції в Україні не розглядався в світлі гендерного аналізу.

Метою дослідження було здійснення гендерно-психологічної експертизи найпопулярніших в українському медіапросторі телевізійних серіалів з метою виокремлення репертуару гендерно-типізованих моделей поведінки; визначення їх емоційно-оцінної забарвленості й ступеню привабливості; прогнозування можливих наслідків їх впливу на молодь.

*Критерії добору телесеріалів.* Попередні дослідження довели, що найбільш популярними серіалами, які є спільною медіа-подією багатьох сімей, що виховують дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, є "Щасливі разом", "Татові доньки", "Вороніни". Як бачимо, всі ці серіали є гумористичними сімейними серіалами. Вибір для дослідження сімей, що виховують дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, обумовлений тим, що саме цей вік дитини (препубертат) є чутливим віком для формування моделей статевої поведінки.

Отже, в статті ми розглянемо найбільш виражені, за оцінками експертів, якості героїв сучасних сімейних гумористичних серіалів. Загалом у трьох серіалах фігурують в головних ролях 8 чоловіків (цих героїв оцінювали 43 % респондентів) та 14 жінок-героїнь, що підлягали оцінці.

Спільно з Оксаною Миколаївною Скар, кандидатом психол. наук, нами були визначені критерії оцінювання серіальних героїв у фокусі аналізу репрезентацій гендерних стереотипів, розроблено методичне забезпечення дослідження.

*Авторська методика експертної оцінки героїв телесеріалів* містить семантичний диференціал, оцінку ступеня розвитку у героїв серіалів цінностей та відкриті питання, що стосуються образу тіла персонажа, його одягу, аксесуарів, статусних характеристик, дій, навколишньої обстановки, предметів маніпулювання.

В основу семантичного диференціалу покладено теорію статі С. Бем, в якій стверджується, що становлення статі у дітей відбувається на основі існуючих в

культури соціальних стереотипів, і розвиток людської культури висуває статі (статеві відмінності) як найбільш важливу категорію соціального життя, та її тест для визначення психологічної статі людини. Список чоловічих та жіночих якостей був уточнений та доповнений авторськими шкалами, визначеними завдяки спостереженням та дослідженням останнього десятиріччя серед українських респондентів. Так, наприклад, до списку жіночих якостей увійшли – емоційність, пасивність, сором'язливість, м'якість тощо, а до чоловічих – відвага, надійність, незалежність, жага до змагання тощо. Також до списку шкал-якостей увійшли характеристики, що описують зовнішню привабливість героїв – чарівність, красота тощо.

Оцінка ціннісної сфери героїв серіалів відбувалася за рахунок оцінки ступеня розвитку цінностей, визначених М. Рокічем в тесті ціннісної орієнтації особистості, як термінальних, так й інструментальних, що відповідають традиційному поділу на цінності-цілі та цінності-засоби.

*Емпіричне дослідження* проводилося у грудні 2011 – березні 2012 року.

Експертами, які оцінювали серіальних героїв в нашому дослідженні, виступили студенти спеціальності "Психологія" КНУ імені Тараса Шевченка (магістратура, I курс), спеціальності "Соціологія" Київського національного університету культури і мистецтв Інституту міжнародних відносин і журналістики (IV курс). На наш погляд, студенти – завтрашні психологи та соціологи – можуть виступати експертами в силу професійних знань та молодого віку, в якому, з одного боку, вони більш піддані соціальним стереотипам, а з іншого – є більш гнучкими та чутливими до думки, що нав'язується ЗМІ. Загальна кількість експертів у нашому дослідженні – 104, серед них переважна кількість жіночої статі – 74 %, що пояснюється переважанням жінок на цих спеціальностях. Гендерна нерівність виборці в той же час відповідає реальності: споживачами серіалів є, у першу чергу, жінки. Середній вік експертів – 20 років.

Отримані дані піддавалися статистичній обробці (середні значення, факторний аналіз, кореляційний аналіз тощо). На жаль, обмеження обсягу статті не дозволяють нам представити всі результати дослідження. В цьому тексті ми звернемося до результатів факторного аналізу оцінок якостей героїв серіалів задля виділення стереотипних гендерних образів, що транслуються серіальною реальністю.

На наш погляд, цікаві результати дає факторний аналіз оцінок чоловіків та жінок – героїв серіалів окремо (див. табл. 1-6).

Таблиця 1

Факторні навантаження шкал-якостей чоловіків-героїв серіалів (I фактор – "Грубий чоловік")

| Якість*  | Факторне навантаження |
|--|-----------------------|
| На нее (него) нельзя положиться Надежная(ый)         | 0,782                 |
| Не вызывает доверия Вызывает доверие                 | 0,722                 |
| Фамильярная(ый) Корректная(ый)                       | 0,722                 |
| Спонтанная(ый) Последовательная(ый)                  | 0,656                 |
| Безразличная (ый) Сочувствующая (ый)                 | 0,636                 |
| Неискренняя (ий) Искренняя(ий)                       | 0,608                 |
| Черствая(ый) Внимательная (ый) к потребностям других | 0,611                 |
| Неорганизованная(ый) Организованная(ый)              | 0,615                 |
| Без образования Образованная(ый)                     | 0,573                 |
| Недоверчивая(ый) Доверчивая(ый)                      | 0,573                 |
| "Выражается" Не пользуется грубыми словами           | 0,566                 |
| Не любит детей Любит детей                           | 0,503                 |
| Злонамеренная(ый) Доброжелательная(ый)               | 0,500                 |

\* У таблиці якості подані російською мовою у зв'язку з тим, що у дослідженні застосовувався семантичний диференціал російською мовою (розглянуті серіали на українському телебаченні йдуть російською).

Як бачимо з табл. 1, перший найбільш навантажений фактор, є відображенням образу **грубого чоловіка**, який не має освіти та не викликає довіри. Цікаво, що

крім цього він не любить дітей, і не тільки байдужий до інших, а ще й бажає їм зла. Ось така собі людина з низів, ще не злочинець, але вже на шляху до цього.

Таблиця 2

## Факторні навантаження шкал-якостей чоловіків-героїв серіалів (II фактор – "Слабкий чоловік")

| Якість*   | Факторне навантаження |
|---|-----------------------|
| Неуверенная (ый) Уверенная(ый)                        | 0,825                 |
| Робкая (ий) Смелая(ый)                                | 0,783                 |
| Слабая личность Сильная личность                      | 0,753                 |
| Скованная(ый) Свободная (ый)                          | 0,731                 |
| Не имеет собственного мнения Имеет собственное мнение | 0,628                 |
| Пассивная(ый) Активная(ый)                            | 0,643                 |
| Замкнутая(ый) Открытая(ый)                            | 0,623                 |
| Необаятельная (Обаятельная (ый)ый)                    | 0,550                 |

Другий фактор нам показує **слабкого чоловіка**, непевного, боязкого, скованого, пасивного, і навіть не привабливого з фізичної точки зору. Як бачимо, класи-

чний фактор сили та активності присутній і в оцінці героїв серіалів, він ще й пов'язаний з зовнішністю героїв, вмінням поводитися.

Таблиця 3

## Факторні навантаження шкал-якостей чоловіків-героїв серіалів (III фактор – "Холодний чоловік")

| Якість*  | Факторне навантаження |
|--|-----------------------|
| Надеется только на себя Надеется на помощь других    | 0,675                 |
| Независимая(ый) Ориентирующая(ий)ся на мнение других | 0,671                 |
| Аналитический ум Образное мышление                   | 0,669                 |
| Рациональная (ый) Надеется на интуицию               | 0,617                 |
| Степенная(ый) Суевливая(ый)                          | 0,618                 |
| Сдержанная (ый) Эмоциональная(ый)                    | 0,604                 |
| Расчетливая(ый) Наивная (ый)                         | 0,552                 |

Третій фактор є відображенням образу **холодного чоловіка**, навіть хочеться назвати його егоїстом – він сподівається лише на себе, все наперед розраховує, має аналітичний розум, стриманий у вираженні почуттів і незалежний від думки інших. З іншого боку, це може бути певним ідеальним образом чоловіка, який за до-

помогою розуму рухається по життю, не піддається почуттям, не від кого не залежить.

Факторний аналіз жіночих серіальних образів виявив такі фактори – сильна або слабка жінка, статусна жінка, поступлива жінка. Розглянемо їх більш детально (див. табл. 4-6).

Таблиця 4

## Факторні навантаження шкал-якостей жінок-героїнь серіалів (I фактор – "Слабка жінка")

| Якість*                          | Факторне навантаження |
|----------------------------------|-----------------------|
| Робкая (ий) Смелая(ый)           | 0,800                 |
| Неуверенная (ый) Уверенная(ый)   | 0,776                 |
| Скованная(ый) Свободная (ый)     | 0,750                 |
| Слабая личность Сильная личность | 0,680                 |
| Не увлекает Увлекает             | 0,564                 |
| Замкнутая(ый) Открытая(ый)       | 0,538                 |
| Пассивная(ый) Активная(ый)       | 0,537                 |

Ключовими якістьями у цьому факторі, на наш погляд, є **сила** та **активність**. Сильна жінка приваблює, вона відкрита, впевнена, вільна, смілива; слабка жінка – навпаки. Отже, жінку – героїню сучасного сімейного серіалу – визначають насамперед через чоловічі якості або їх відсутність.

Як бачимо, другий фактор оснований на соціальному статусі жінки: на одному полюсі це – низькостатусна жінка,

що не має освіти, мало заробляє, навіть не вміє готувати й не любить дітей, на іншому – статусна жінка, надійна, освічена, коректна (див. табл. 5). Але в цьому образі не має лідерських якостей. Мабуть лідерство залишається все ж таки чоловікам. А жінка з високим статусом є в той же час успішною домогосподаркою, з багатьма дітьми. Й освіта тут не до чого. Мабуть в цьому факторі втілений стереотип ідеальної жінки для сучасного чоловіка.

Таблиця 5

## Факторні навантаження шкал-якостей жінок-героїнь серіалів (II фактор – "Статусна жінка")

| Якість*  | Факторне навантаження |
|--|-----------------------|
| Без образования Образованная(ый)                   | -0,841                |
| Неорганизованная(ый) Организованная(ый)            | -0,823                |
| Спонтанная(ый) Последовательная(ый)                | -0,795                |
| На нее (него) нельзя положиться Надежная(ый)       | -0,794                |
| Низкий социальный статус Высокий социальный статус | -0,793                |
| Не готовит Умеет готовить                          | -0,785                |
| Фамильярная(ый) Корректная(ый)                     | -0,657                |
| Мало зарабатывает Хорошо зарабатывает              | -0,652                |
| Не любит детей Любит детей                         | -0,536                |

Третій – мінімально навантажений фактор є відображенням владних відносин в гендерному контексті (див. табл. 6). Він показує нам ідеальну жінку – підлеглу, поступливу, виконавчу, без амбіцій. Мабуть можна

розглядати як її недоліки те, що вона легко відступає та важко приймає рішення, але підлеглий й не повинен приймати рішення...

Таблиця 6

## Факторні навантаження шкал-якостей жінок-героїнь серіалів (III фактор – "Поступлива жінка")

| Якість*  | Факторне навантаження |
|--|-----------------------|
| Напористая (ый) Легко отступает(ий)                | -0,708                |
| Лидер Склонна (нен) подчиняться                    | -0,706                |
| Быстрая (ый) в принятии решений Нерешительная (ый) | -0,650                |
| Властная (ый) Исполнительная (ый)                  | -0,633                |
| Агрессивная (ый) Податливая (ый), уступчивая (ый)  | -0,604                |
| Честолюбивая (ый) Без амбиций                      | -0,489                |

Отже, факторний аналіз експертних оцінок героїв та героїнь серіалу показав, що чоловіки оцінюються, по-перше, через їх *ставлення до інших*, по-друге, для оцінок критерієм є їх *сила* або слабкість, а по-третє, – через їх емоційність, точніше її відсутність, й *холодний розум*. А жінок, як бачимо, оцінюють через *силу-слабкість* – в першу чергу, через їх *статус* та їх ділові якості та *владні відносини*. Як ми розуміємо, в сучасному серіальному світі відбувається підміна понять жіночого та чоловічого: якості, найбільш важливі для жінок – чуйність, турбота про інших, емоційність тощо, є призмою, через яку оцінюється чоловік-герой серіалу, а основними якостями серіальної жінки є сила, статус та якості ідеального підлеглого (нагадаємо, що дія серіалів, герої яких піддавалися оцінці, від-

буваються переважно вдома!). Таким чином, у дитини формується установка, що головне – це робота, яка є мірою сили, визначає соціальний статус, в залежності від цього дитина починає оцінювати людей (і соціальний світ взагалі) без огляду на їх особистісні якості та взаємодію з іншими.

Факторний аналіз дозволив нам виділити типові стереотипні серіальні образи, чоловічі – "*Грубий неосвічений чоловік*", "*Слабкий чоловік*", "*Холодний чоловік*", та жіночі – "*Слабка жінка*", "*Статусна жінка*", "*Поступлива жінка*".

Тепер поглянемо на результати факторного аналізу без гендерного фільтру. Що є спільним при оцінці й серіальних чоловіків й жінок (див. табл. 7-9)?

Таблиця 7

## Факторні навантаження шкал-якостей героїв серіалів (I фактор – "Ненадійна неосвічена людина")

| Якість*   | Факторне навантаження |
|---|-----------------------|
| На нее (него) нельзя положиться – Надежная(ый)        | 0,788                 |
| Неорганизованная(ый) – Организованная(ый)             | 0,739                 |
| Спонтанная(ый) – Последовательная(ый)                 | 0,731                 |
| Без образования – Образованная(ый)                    | 0,739                 |
| Глупая(ый) – Умная(ый)                                | 0,705                 |
| Фамильярная(ый) – Корректная(ый)                      | 0,701                 |
| Низкий социальный статус – Высокий социальный статус  | 0,698                 |
| Не готовит – Умеет готовить                           | 0,660                 |
| Мало зарабатывает – Хорошо зарабатывает               | 0,613                 |
| Не любит детей – Любит детей                          | 0,588                 |
| Не вызывает доверия – Вызывает доверие                | 0,583                 |
| Черствая(ый) – Внимательная(ый) к потребностям других | 0,554                 |
| Безразличная(ый) – Сочувствующая(ый)                  | 0,491                 |

Аналіз факторних навантажень доводить, що основні визначені якості – це надійність, освіта, статус та чуйне ставлення до інших. Ми схильні до думки, що цей фактор відображає образ чоловіка з низьким соціальним статусом, неосвіченого, ненадійного та байдужого до інших. Це дуже близько до образу Геннадія з серіалу "Щасливі разом". З іншого боку, ми бачимо ідеальну

людину: розумну та освічену, успішну, багату, ввічливу та уважну до інших. Отже, на погляд сучасної молоді, успішність йде поруч зі співчуттям, високий соціальний статус визначається коректністю. Цікаво, що успішні та багаті люди ще й люблять дітей, і є вправними господарями та кулінарами.

Таблиця 8

## Факторні навантаження шкал-якостей героїв серіалів (II фактор – "Сила-слабкість особистості")

| Якість*   | Факторне навантаження | Якість*  | Факторне навантаження |
|---|-----------------------|--|-----------------------|
| Неуверенная (ый) Уверенная(ый)                          | -0,788                | Лидер – Склонна(нен) подчиняться                       | 0,662                 |
| Не имеет собственного мнения – Имеет собственное мнение | -0,741                | Быстрая(ый) в принятии решений – Нерешительная(ый)     | 0,631                 |
| Робкая(ий) – Смелая(ый)                                 | -0,739                | Напористая(ый) – Легко отступает                       | 0,613                 |
| Слабая личность – Сильная личность                      | -0,725                | Властная(ый) – Исполнительная (ый)                     | 0,547                 |
| Скованная(ый) – Свободная (ый)                          | -0,690                | Независимая(ый) – Ориентирующая(ий)ся на мнение других | 0,500                 |
| Пассивная(ый) – Активная(ый)                            | -0,668                | Агрессивная(ый) – Податливая(ый), уступчивая(ый)       | 0,503                 |
| Замкнутая(ый) – Открытая(ый)                            | -0,515                |  |                       |

Як бачимо, другий фактор є двополюсним, він пов'язаний з владними відносинами та лідерськими якостями, навіть агресивністю, представляє сильну та слабку особистість. На наш погляд, він є відображенням ідеалу сильного лідера-чоловіка, та слабкої, невпевненої, пасивної жінки.

Третій фактор, на наш погляд, містить серіальний *стереотип фізичної привабливості* – образ наївної,

емоційної, довірливої красуні, яку треба рятувати. (Відомий стереотип фізичної привабливості містить такий сенс: фізично привабливу людину інші схильні оцінювати як більш добру, розумну та успішну). Виходить, що неприваблива людина скоріше за все є замкнутою, незалежною, стриманою, раціональною з аналітичним розумом. Якщо людина неприваблива – ніхто не буде її рятувати, ніхто не допоможе, треба розраховувати лише на себе.

Таблиця 9

Факторні навантаження шкал-якостей героїв серіалів (III фактор – "Некрасива людина, що сподівається лише на себе")

| Якість*  | Факторне навантаження |
|--|-----------------------|
| Некрасивая (ый) Красивая (ый)                        | 0,655                 |
| Необаятельная (ый) Обаятельная (ый)                  | 0,650                 |
| Надеется только на себя Надеется на помощь других    | 0,620                 |
| Аналитический ум Образное мышление                   | 0,629                 |
| Отталкивающая (ий) Располагающая (ий)                | 0,611                 |
| Недоверчивая(ый) Доверчивая(ый)                      | 0,588                 |
| Не увлекает Увлекает                                 | 0,582                 |
| Рациональная (ый) Надеется на интуицию               | 0,581                 |
| Расчетливая(ый) Наивная (ый)                         | 0,575                 |
| Сдержанная (ый) Эмоциональная(ый)                    | 0,563                 |
| Степенная(ый) Суетливая(ый)                          | 0,526                 |
| Независимая(ый) Ориентирующая(ий)ся на мнение других | 0,513                 |
| Замкнутая(ый) Открытая(ый)                           | 0,499                 |

Напевно цей фактор несе в собі відбиток образу "білявки", що розповсюджений в сучасному народному гуморі. Або можна розглядати джерелом такого стереотипу колективне несвідоме: відомий усім образ жінки-красуні, яку рятують від чудовиська справжній чоловік. З іншого боку, сучасні медіа надають нам яскраві приклади образів протилежних. На сьогодні в медіаконтенті з'явилося багато героїнь-жінок з розвинутою маскуліністю – молодих, привабливих, активних, воїнів, досить вправно володіючих зброєю та бойовими мистецтвами (крім "Вбити Біла" та серіалів "Ксена – принцеса-воїн", "Баффі – володарка вампірів" та "Мисливці за стародавностями" можна назвати ще купу фільмів з подібними героїнями, що стають зразком для наслідування дівчаток нашого соціуму), а також займаючих високу посаду, що хоробро справляються з багатьма чоловіками-підлеглими та міцно тримають їх в кулаку (або під каблуком – серіал "Маргоша").

**Висновки.** Емпіричне дослідження показало, що сучасний серіальний світ характеризується сильним зміщенням рольових позицій жінки й чоловіка. Факторний аналіз оцінок персонажів сімейних гумористичних серіалів виявив три стереотипних образи, які визначають серіального персонажа: "ненадійна неосвічена людина", "сильна (слабка) особистість", "некрасива людина, що сподівається лише на себе". Основою для стереотипізації є такі якості як освіченість, сила/слабкість особистості, привабливість.

Зрозуміло, що стереотипні образи є спрощеними, плоскими, без різноманіття відтінків, що притаманні реальним людям. Серіальні образи, що є основою гендерної соціалізації дитини молодшого шкільного світу зводяться

до таких: "Грубий неосвічений мужик", "Слабкий чоловік", "Холодний чоловік", та жіночі – "Слабка жінка", "Статусна жінка", "Поступлива жінка". І постає питання, до чого дійде наше суспільство за умови таких викривлених гендерних моделей поведінки? Що засвоюють діти, які через десять років будуть будувати власні стосунки, формувати сім'ї та виховувати дітей? Чи можемо ми довірити сучасним серіалам соціалізацію дитини? Адже за оцінками експертів, діти у віці від 5ти до 8ми років відчують задоволення від вербального гумору, це ще більш сильно виражено у дітей 8–12 років. Вони дивляться гумористичні серіали і будуть дивитися надалі, несвідомо засвоюючи гендерні стереотипи. Медіа є нашою реальністю, від цього не заховасяшся.

На наш погляд, єдиною відповіддю на всі ці питання є медіаосвіта – формування медіакомпетентності, і не лише підростаючого покоління, а й їхніх батьків, які сьогодні заохочують дитину до медіасоціалізації, несвідомо віддаючи медіа перше місце і в своєму житті.

#### Список використаних джерел

1. Абраменкова В. В. Социальная психология детства : Учебное пособие / В. В. Абраменкова. – М. : ПЕР СЭ, 2008. – 431 с.
2. Лемеш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей / Д. Лемеш / Пер. с англ. С. Д. Грековой. – М. : Поколение, 2007. – 304 с.
3. Мид М. Культура и мир детства: Изб. произв. / М. Мид / Пер. с англ. и коммент. Ю. А. Асеева. – М. : Наука, 1988. – 429 с.
1. Abramenkova V. V. Social psychology of childhood : Textbook / V. V. Abramenkova. – M. : PER SE, 2008. – 431 p.
2. Lemish D. Victims screen. The impact of television on children's development / D. Lemish. – M. : Generation, 2007. – 304.
3. Mead M. Culture and the world of childhood: the huts / M. Mead. – Moscow : Nauka, 1988. – 429 p.

Надійшла до редколегії 13.10.13

Е. Вознесенская, канд. психол. наук  
Институт социальной и политической психологии НАПН Украины, Киев

### МЕДИАСОЦИАЛИЗАЦИЯ: ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ СЕРИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

*Статья содержит частичные результаты эмпирического исследования образов персонажей, которые являются основой для гендерной социализации личности. Выделены типичные стереотипные сериальные образы. Сделан вывод об искажениях в гендерных моделях поведения ребенка младшего школьного возраста, возникающих из-за медиасоциализации.*

*Ключевые слова: медиасоциализация, сериал, стереотипные образы, ребенок.*

O. Voznesenska, Ph.D.  
Institute of social and political psychology NAPS of Ukraine, Kyiv

### MEDIA-SOCIALIZATION: GENDER STEREOTYPES OF SERIAL REALITY

*This article contains partial results of the empirical study of images of characters, which have crucial influence on gender socialization. Typical stereotypical images of soap opera heroes are selected. It is concluded that distortions in gender behavioral models among children of primary school age occur due to the specifics of the media socialization process.*

*Keywords: media socialization, soap opera, stereotypical images, child.*