

Влияние образов массовой культуры на представления о предпочитаемом образе ученика у детей 6–7 лет

Г.Ф. Янгирова,
преподаватель кафедры психологии
Башкирского государственного
педагогического университета

Рассматривается проблема влияния образов массовой культуры на особенности формирования и развития представлений предпочитаемого образа ученика у детей 6–7 лет при вхождении в учебный процесс. Приводятся результаты трех этапов исследования по оригинальной методике. Представлены исследовательские данные по влиянию этнических образов на становление образа ученика у детей 6–7 лет в ходе психолого-педагогической работы по изучению этой проблемы. Были сделаны выводы о том, что очень мало детей, ассоциирующих себя с учеником/ученицей, с национальными образами: башкиром (башкиркой) – русским (русской). Большинство детей (и мальчиков, и девочек) отдали предпочтение образам героев СМИ, с которыми они встречаются постоянно, чей образ жизни им импонирует. Эти образы настолько крепко «держат» детей, что при вхождении в учебный процесс им бывает очень сложно принять новый образ – ученика или ученицы. Таким образом, можно отметить, что СМИ усложняют процесс вхождения детей 6–7 лет в учебный процесс, навязывая им свои стереотипы, которые мешают детям адаптироваться к школьной жизни, выбирать друзей, понимать истинное значение учебы в школе.

Ключевые слова: вхождение в школьную жизнь, адаптация, внутренняя позиция школьника, готовность к школьному обучению, формальная сторона школьной жизни, влияние СМИ, предпочитаемый образ ученика, влияние национальных образов.

Переход из дошкольного детства в младший школьный период является важным этапом в жизни ребенка. От того, как он подготовлен к школе всем предшествующим дошкольным периодом развития, будут зависеть успешность его адаптации,

вхождения в школьную жизнь, его успехи в учебе, особенности принятия новой социальной позиции школьника с кругом обязанностей и прав, отношение к школе, учебной деятельности, учителям, сверстникам (умение быть принятым новым дет-

ским обществом). Эти качества обеспечивают адаптацию к новым социальным условиям школьной жизни [1].

Внутренняя позиция школьника возникает к концу дошкольного возраста. К.Н. Поливановой выделены основные этапы становления внутренней позиции шестилетнего школьника.

Первый этап характеризуется наличием положительного отношения к школе без ориентации на содержательные моменты школьно-учебной действительности (ребенок хочет пойти в школу, но при этом стремится сохранить дошкольный образ жизни). Школа привлекает детей своими аксессуарами. Дети стремятся перенести дошкольный образ жизни в школу.

На втором этапе развития внутренней позиции школьника появляется ориентация на содержательные мотивы школьной жизни. В это время ребенок выделяет в первую очередь социальные, а не собственно учебные аспекты.

Третий этап развития внутренней позиции школьника – ее полная сформированность – характеризуется сочетанием интереса к социальным и собственно учебным аспектам школьной жизни. Этого уровня достигают в I классе не все дети. Поведение ребенка в школе определяется не просто желанием чувствовать себя взрослым, но и познавательными мотивами.

До тех пор пока этого нет, ребенок будет «играть в школу» [2].

Исследования, проведенные среди детей 6 – 7 лет в детских дошкольных учреждениях и школах республики Башкортостан, показали, что большая часть детей не воспринимают школу как серьезный объект, где не просто «красиво» и «взросло», но еще и надо «работать» – учиться.

При вхождении в учебный процесс большинство из них не очень четко представляют себя в образе классического ученика: им ближе, понятнее и предпочтительнее образы, транслируемые через средства массовой информации (СМИ), те образы, с которыми дети встречаются ежедневно, чей стиль жизни им нравится больше.

Наше исследование было посвящено изучению влияния образов, транслируемых СМИ, на представления детей 6–7 лет о школе в переходный из дошкольного в школьный период*.

В исследовании участвовали дети дошкольных учреждений и школ республики Башкортостан. В эксперименте принимали участие дети первых классов школы № 5 г. Уфы (185 человек) (для сравнительного исследования – дети I класса Баймакской средней школы (17 человек), дети II (26 человек) и III (25 человек) классов школы № 5 г. Уфы).

Проблема исследования заключалась в том, что большинство детей, приходящих в школу,отягощенные образами, транслируемыми через СМИ. Формы поведения, стереотипы, которые навязываются СМИ, дети переносят в свою жизнь. Это создает новую социальную ситуацию развития – важный фактор в психическом развитии ребенка 6–7 лет, готовящегося стать школьником. Дети приходят в школу с представлениями, которые затрудняют их вхождение в учебный процесс: образы СМИ смещают классические, традиционные образы, в результате чего в сознании ребенка происходит закрепление образов, мешающих учебе, задающих новый стереотип поведения, новые формы отношений.

Целью исследования было изучение степени влияния СМИ на формирование представления образа ученика у детей 6 – 7 лет (исследование уровня идентификации ребенка с образом школьника).

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- 1) выявление предпочитаемых образов героев СМИ у детей 6–7 лет;
- 2) выяснение предпочитаемого образа ученика у детей 6–7 лет;
- 3) изучение характера связей между образами СМИ (мультипликационные герои, телегерои, киногерои) и отношением будущего первоклассника к образу ученика;
- 4) выявление особенностей переноса национальных образов и национального самосознания на выбор образа предпочи-

* Исследование проводилось под научным руководством В.А. Гуружапова (МГППУ).

таемого ученика ребенком младшего школьного возраста.

На основе результатов анкетирования, проведенного среди детей 6 – 7 лет в детских дошкольных учреждениях и школах республики Башкортостан, были установлены предпочитаемые образы героев СМИ и на их основе разработана (совместно с профессором В.А. Гуружаповым) методика **«Предпочитаемый образ ученика»**.

Для проведения этой методики были нарисованы художником-мультипликатором предпочитаемые образы героев СМИ (стилизованные под мультипликационные образы), выявленные в ходе анкетирования в детских дошкольных учреждениях и школах республики Башкортостан: хорошо знакомые детям и горячо любимые ими. Дополнительно были нарисованы классические образы ученика и ученицы (отдельно для мальчиков и для девочек), национальные образы башкира и башкирки, русского и русской с портфелями, чтобы максимально приблизить национальный образ к образу ученика.

Ребенку предлагались на выбор рисунки с изображением героев, из которых он должен был выбрать «ученика», с которым хотел бы сидеть за одной партой. Следующий выбор он должен был сделать, отвечая на такой вопрос: «А если бы выбранный тобой товарищ не пришел в школу, с кем бы ты захотел сидеть за одной партой?» Третий выбор звучал так: «Если по какой-либо причине оба твоих друга не придут в школу, кого бы ты выбрал?»

Учитель (психолог) показывал детям (каждому ребенку по отдельности) набор рисунков с изображениями стилизованных любимых героев в образе учеников и предлагал выбрать наиболее понравившийся (в первую, вторую и третью очередь).

Персонажи для девочек (характеристики героев):

Барби. Кукла, героиня мультипликационных фильмов, глянцевого журналов для девочек. Стройная, красивая блондинка с пышными формами, стремящаяся к красивой и легкой жизни, окруженная красивыми и дорогими нарядами, вещами, безза-

ботная. Ее постоянно окружают «девушки», подобные ей самой, — без проблем, без забот. Своих детей у нее нет, поэтому она постоянно заботится о своих племянниках. Глянцевая жизнь Барби имеет очень мало общего с реальностью. Созданный образ не предполагает приложения усилий для получения тех благ, которыми она окружена. Нет четкой семейной линии.

Мулан. Героиня мультфильмов и журналов. Симпатичная, милая, отважная. Вместо старенького отца (который болеет и может умереть), переодевшись юношей, идет на войну. Побеждает всех «плохих» героев, с которыми она сражается. В благодарность за это весь Китай преклоняется перед ее храбростью. Сильная натура, побеждающая все трудности.

Русалочка. Героиня мультфильмов и журналов. Красивая, добрая, очень женственная и ранимая, любительница приключений, дочка морского царя, мечтающая о земной жизни. Спасает принца во время кораблекрушения и влюбляется в него. Рискованная, готовая идти на любые жертвы ради своей мечты. В обмен на свой голос получает ноги. В итоге выходит замуж за принца, живет долго и счастливо.

Глюкоза. Певица, персонаж мультипликационных видеоклипов. Очень популярная, модная, поет песни, предназначенные в основном для детей и подростков, демонстрирует косметику и одежду, раскованная максималистка, образ девочки-подростка, подражающей взрослым, которой очень легко, весело и просто в этой жизни. Весьма легко относится к взрослым, серьезным проблемам, показывает всем видом, песнями и действиями, что жить надо здесь и сейчас, а то будет поздно. В своих песнях пропагандирует свободные отношения, секс.

Наталья Орейро. Певица, актриса, модель. Героиня многочисленных подростковых бразильских сериалов. Красивая, стройная, сексуальная, всегда интересно и модно одетая. Образ девушки, у которой есть всё, о чем мечтает каждая вторая девочка: интересная работа (модель, актриса, певица), отличная фигура, много денег и красивой одежды, известность, поклонники.

Красная Шапочка. Сказочный персонаж, героиня мультипликационных фильмов. Веселая, добрая, отважная девочка из сказки, которая пошла через лес к своей бабушке и чуть не была съедена страшным волком. Ее неосторожность — классический пример того, как нельзя вступать в разговор с посторонними и что может из этого получиться.

Золушка. Сказочный персонаж, героиня мультипликационных фильмов. Трудолюбивая, скромная, сдержанная, милая девушка, которая в конце концов выходит замуж за принца. Характерные черты: порядочность, честность, способность прийти на помощь в любой момент. Предпочитает подчиняться, нежели быть лидером.

Модница. Модель. Рекламный образ модной молодой девушки с обложки глянцевого журнала. Стильная, всегда красиво одета, окружена множеством поклонников, купается в славе, жизнь такой девушки представляется легкой и интересной, без забот и хлопот.

Девушка-башкирка. Скромная, сдержанная, трудолюбивая, уважающая взрослых и знающая во всем чувство меры. Очень терпеливая. Хранительница очага. Покорная, тактичная. Изучает культуру своего народа и строит свою жизнь согласно его традициям и обычаям.

Русская девушка. Открытая, милая, трудолюбивая, мастерица, гостеприимная, добрая, красавица и умница. Уважает традиции своего народа. Хранительница домашних традиций. Богатая духовно, гордая, общительная, благодарная, способная всегда помочь людям.

Школьница. Стандартный, классический образ ученицы, желающей ходить в школу и получать знания. Опрятно и аккуратно одета. Добрая, открытая, интересная, веселая, воспитанная. Умница.

Персонажи для мальчиков (характеристики героев):

Дядя Федор. Герой мультипликационных фильмов. Самостоятельный, хозяйственный, домовитый. Организовал свое собственное жилище. Имеет организаторскую жилку.

Черепашка-ниндзя. Герой мультипликационных фильмов и журналов. Храбрый, решительный, сначала делает, потом думает. Количество силы преобладает над количеством мозгов. Воюет с врагами всегда и везде. Враги у него есть всегда, поэтому работой он обеспечен. В его распоряжении много спецтехники, оружия.

Аладин. Сказочный персонаж, мультипликационный герой. Очень интересный, молодой, красивый, умный, хитрый, коммуникабельный. Разбогатев с помощью волшебной лампы, женится на дочери султана. Совершает разные подвиги, используя ум, хитрость и смелость. Много раз спасает город от чудищ. В этом ему помогают его друзья — обезьянка Абу, Джинн и попугай.

Человек-паук. Киногерой. Очень пластичный, умный, смелый. Получает большие возможности, перевоплотившись из парня «ботаника» в человека-паука (летает, прыгает, действует как молния). Таким образом он борется со своими комплексами неполноценности. Рискуюя своей жизнью и действуя инкогнито, помогает всем, кто нуждается в помощи. Выступает один против зла.

Робокоп. Киногерой. Робот-полицейский, борец за справедливость. Всегда оказывается в нужном месте в нужный час. Борется со злом, очень сильный и смелый. При выполнении задач использует все методы — хорошие и плохие. Придерживается принципа: «Один раз отрежь, потом можешь подумать, если останется время». Пройдет через огонь и воду.

Спецназовец. Солдат, герой телефильмов и передач. Боец, который выполняет особо трудные задания по спасению людей. Храбрый, смелый, решительный, никого не боится, всегда побеждает врага. Трусости и робости нет места в его характере. При выполнении задач использует все методы — хорошие и плохие.

Саша Белый. Киногерой. Современный молодой человек, состоящий в группе себе подобных. Решает любые проблемы любыми способами, иногда даже нарушая закон. Обеспеченный, «крутой», уважаемый, смелый, современный. Постоянно носит оружие. Преданный друг.

Модник. Рекламный образ модного молодого человека. Подросток с необходимым набором, который соответствует имиджу модника: сотовый телефон, плеер, наушники, модные очки, брюки и джемпер. В дополнение ко всему – «крутая» сумка. Всегда одет по моде, у него раньше, чем у других, появляются все современные штучки, поддерживающие его имидж. На первом месте у него – внешний вид, на втором – учеба.

Башкир. Молодой человек в национальной одежде. Чит традиции своего народа. Храбрый, трудолюбивый, добрый, любит волю и свободу. Привязан к родному краю, любит и постоянно воспевает его.

Русский. Молодой человек в национальной одежде. Очень смелый, отважный. Мастер на все руки. Из любых ситуаций выходит победителем. Характерны чувство справедливости, доброта и гостеприимность.

Современный школьник (стандартный образ). Умный, желающий всё знать. Интеллектуал, специалист в разных областях знаний. Всегда хочет знать больше. С радостью приходит в школу. Общительный, компанейский. Хороший друг и товарищ.

Обработка результатов

Составляется таблица и отмечается выбор каждого ученика в первую, вторую и третью очередь. Потом подсчитывается общее число выборов по персонажам. Набравший наибольшее число персонажей характеризуется большей котировкой среди детей этой группы. Выбор определенного персонажа по очередности характеризует наибольшую его предпочтительность данным ребенком.

Выбор ребенком персонажа в национальной одежде указывает на влияние национальных образов и национального сознания на представления образа ученика ребенком младшего школьного возраста и идентификацию его с представителем данной нации или народности.

Выбор ученика или ученицы говорит о высокой учебной мотивации ребенка.

Выбор персонажей военно-боевого типа указывает на присутствие элементов агрессии в психике данного ребенка.

Выбор определенного персонажа показывает степень влияния телевидения на формирование представления образа ученика у ребенка; наличие симпатии к его характерным чертам; уровень развития личностной и интеллектуальной готовности к школе, а также степень вхождения в учебный процесс.

Проведение методики предполагалось осуществить в четыре этапа:

первый этап – август 2004 г.;

второй этап – октябрь (конец месяца) 2004 г.;

третий этап – конец апреля – май 2005 г.;

четвертый этап – сентябрь 2005 г.

На первом и втором этапах наиболее предпочитаемыми детьми образами учеников у девочек (95 человек – 285 выборов на каждом этапе) оказались:

Башкирка – 3/7;

Глюкоза – 60/44;

Русалка – 72/68;

Золушка – 53/60;

Русская – 3/3;

Наталья Орейро – 6/13;

Красная Шапочка – 4/3;

Ученица – 4/5;

Мулан – 19/15;

Барби – 47/50;

Модница – 14/17.

Результаты исследования показали, что наиболее предпочитаемыми у девочек являются ученики в образе Русалки (72/68), Золушки (53/60), Барби (47/50), Глюкозы (60/44). Это свидетельствует о сильном влиянии СМИ на становление образа ученицы у девочек. Они не прочь учиться, будучи в образе этих героинь. Стандартный образ ученицы выбрали всего 4/5 девочек. Преимущественная ориентация на внешние моменты школьной действительности девочек свидетельствует о несформированности их внутренней позиции и социально-психологической неготовности к обучению в школе. Девочки не до конца осознают свои школьные обязанности и мотивы обучения в школе. В ходе индивидуальной работы специалисту надо обратить внимание на характеристики наиболее предпочитаемых детьми персонажей,

образы которых им очень близки и с которыми, как правило, дети ассоциируют себя.

Русалка – рискованная девушка, готовая идти на любые жертвы ради исполнения своего сокровенного желания.

Золушка – скромная, сдержанная, конформист (до поры до времени), предпочитает подчиняться, нежели быть лидером; порядочная, готовая прийти на помощь в любой момент.

Барби – кукла – уменьшенный образ женщины, героиня гляцевых журналов для девочек, мультфильмов. Стройная, яркая блондинка с пышными формами, стремящаяся к красивой и легкой жизни. Беззаботная, окруженная красивыми и дорогими вещами. Около нее постоянно находятся подружки, подобные ей самой: без проблем, без дел. Созданный образ не предполагает приложения усилий для получения тех благ, которыми она окружена. Нет четкой семейной линии.

Глюкоза – раскованная максималистка, в своих песнях пропагандирует свободные отношения и секс, подражает взрослым, которым живет, по ее мнению, легко и свободно.

При исследовании степени влияния национальных образов на становление образа ученика у девочек 6–7 лет было выявлено, что на первом и втором этапах ученицу-башкирку выбрали 3/7 детей, ученицу-русскую – 3/3 ребенка. Из этого следует, что национальные образы и национальное сознание очень мало влияют на степень вхождения ребенка в учебный процесс и на становление у него образа школьника.

Результаты выборов у мальчиков (90 человек – 270 выборов на каждом этапе):

Человек-паук – 84/72;
Саша Белый – 1/7;
Робокоп – 81/66;
Аладин – 9/11;
Дядя Федор – 3/6;
Спецназовец – 11/20;
Черепашка-ниндзя – 73/73;
Модник – 5/6;
Русский – 1/5;
Башкир – 2/4;
Ученик – 0/0.

Исследование показало, что наиболее предпочитаемыми у мальчиков являются ученики в образе Человека-паука (84/72), Черепашки-ниндзя (73/73) и Робокопа (81/66). Это свидетельствует о сильном влиянии СМИ на становление образа ученика у мальчиков. Дети предпочли бы видеть себя в образе этих героев. То, что большинство мальчиков хотят иметь друга-героя, сидеть с ним за одной партой, означает, что их привлекают характер, действия и поступки данных персонажей. Стандартный образ ученика не выбрал ни один ребенок. Из этого следует, что у большинства детей недостаточная личностная готовность. Дети не совсем готовы к новым формам общения, новому отношению к окружающему миру, самому себе, обусловленным ситуацией школьного обучения.

В ходе индивидуальной работы по изучению степени сформированности внутренней позиции школьника и выявлению характера ориентации на школьно-учебную деятельность специалисту надо обратить внимание на характеристики наиболее предпочитаемых детьми персонажей, образы которых им очень близки и с которыми, как правило, дети ассоциируют себя.

Человек-паук – молодой человек–«ботаник», преодолевает свои комплексы неполноценности, перевоплотившись в человека-паука с неограниченными возможностями, помогает всем, кто попадает в беду, один противостоит злу.

Черепашка-ниндзя – герой мультипликационных фильмов и журналов. Храбрый, решительный, сначала делает, потом думает. Сила и смелость преобладают у него над разумом. Воюет с врагами всегда и везде, поэтому работой он обеспечен постоянно. В его распоряжении много спецтехники, оружия.

Робокоп – робот-полицейский, борется со злом, преступниками, используя для этого все возможные методы: как хорошие, так и плохие.

При исследовании степени влияния национальных образов на становление образа ученика у мальчиков 6–7 лет было выявлено, что ученика-башкира выбрали 2/4 че-

ловека, а ученика-русского – 1/5 детей. Из этого следует, что национальные образы и национальное сознание очень мало влияют на степень вхождения ребенка в учебный процесс и на становление у него образа школьника. Несмотря на весь объем проделанной работы по этой проблеме, картина на втором этапе изменилась незначительно.

В результате проведенных исследований можно сделать определенные выводы: очень мало детей, ассоциирующих себя с учеником/ученицей, с национальными образами. Большинство детей (и мальчиков, и девочек) отдали предпочтение образам героев СМИ, с которыми они встречаются постоянно, чей образ жизни им импонирует. Дети начинают «жить» жизнью своих героев и иногда настолько входят в образ, что забывают о своей реальной жизни (группа мальчиков-первоклассников так правдоподобно искала на перемене «следы» Человека-паука, упорно доказывая учительнице, что «он есть, его только надо найти», что учительница вынуждена была всю группу «сыщиков» привести к психологу, испугавшись за их психическое состояние). Дети начинают путать такие понятия, как «мужество» и «драка», «героизм» и «сила» и т. д. Мальчики объясняют свое агрессивное поведение желанием постоять за себя, исключая вариант мирных соглашений путем беседы со своим «противником». Они зеркально повторяют действия и образ мыслей «любимого героя». Так как редко какой предпочитаемый детьми герой выбирает мирный путь решения проблемы, очень мало детей, желающих разрешить ситуацию с помощью переговоров, «без военных действий». Например, в одной из уфимских школ мальчик-первоклассник на каждой перемене превращался в героя любимого мультсериала – Рейнджера (солдата-робота) и «воевал» с одноклассниками, объясняя свое поведение словами: «Я за-

щищаюсь от врагов». Когда учительница сказала: «Это же твои одноклассники, друзья, их нельзя обижать», ребенок ответил: «Это на уроке они мои одноклассники, а на перемене они роботы – мои враги, а я – робот Рейнджер, который с ними воюет!»

«Эта большая агрессивность со стороны представителей мужского пола объясняется некоторой биологической основой, но вместе с тем надо отметить, что эта основа создает лишь готовность к обучению агрессии, и она так ярко не проявлялась бы, если бы в традиционном обществе агрессия не выступала как желаемая для мужчин и не ассоциировалась с сильной волей и соревновательными тенденциями» [3, с. 126]. То, что агрессивное поведение и есть истинное «мужское» поведение, СМИ подкрепляют постоянно.

Выбор девочек тоже показывает большое влияние СМИ на их мировоззрение и предпочтения. Образы предпочитаемых героинь (Русалка, Золушка, Барби, Глюкоза) сопровождают их везде, не составляют исключения и школа. Школьные принадлежности: пенал, обложки тетрадей, альбомов, дневников и т.д. пестрят изображениями «любимых» персонажей, не давая девочкам даже в школе забыть о себе, «любимой и необходимой». Любимые героини становятся, можно сказать, «членами семьи». Эти образы настолько крепко «держат» девочек, что при вхождении в учебный процесс им бывает очень сложно принять новый образ – ученицы, обязанной занять достойное место в ряду предпочитаемых образов юной школьницы.

Таким образом, можно отметить, что СМИ усложняют процесс вхождения детей 6–7 лет в учебный процесс, навязывая им свои стереотипы, которые мешают детям адаптироваться в школьной жизни, выбирать друзей, понимать истинное значение учебы в школе.

Литература

1. Волков Б.С., Волкова Н.В. Детская психология: Логические схемы. М., 2004.
2. Поливанова К.Н. Такие разные шестилетки. М., 2003.
3. Репина Т.А. Проблема полоролевой социализации детей. М., 2004.

The Influence of Mass Culture Images on the Preferred Image of a Pupil in Children Aged 6–7 Years

G.F. Yangirova,

Teacher at the Psychology Department at the Bashkir State University of Pedagogy

The author raises the question of mass culture influence on the development of the preferred image of a pupil in children of 6–7 years beginning their education. The article describes the results of a three-stage research study using an original technique. It gives the research data on the influence of ethnical images on the development of a pupil's image in children aged 6–7 years which was collected in the process of psychological and pedagogical work. The author concludes that very few children associate themselves with a pupil or with any nationality images (Russian, Bashkir etc.). Most of them (both girls and boys) prefer mass media images of heroes, whose way of life they actually adore. These images have such a strong "hold" on children that it can be quite difficult for them to accept a new image of a pupil when they enter school.

Thus the author states, that mass media make the process of entering school difficult for children of 6–7 years imposing their cliches upon children and interfering with the school adaptation. So children are often brought up against difficulties in making friends and in understanding the meaning of school education.

Keywords: entering school, adaptation, the inner position of pupil, school readiness, the formal aspect of school life, mass media influence, preferred image of a pupil, nationality images influence.

References

1. *Volkov B.S., Volkova N.V.* Detskaya psikhologiya / Logicheskie shemy. M., 2004. Str. 226.
2. *Polivanova K.N.* Takie raznye shestiletki. M., 2003.
3. *Repina T.A.* Problema polorolevoi socializacii detei. M., 2004.