

РОЛЬ МОДНЫХ КУКОЛ В УСВОЕНИИ НЕРЕАЛИСТИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ ТЕЛЕСНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ У ДЕВОЧЕК-ДОШКОЛЬНИЦ

О.В. ШАЛЫГИНА, А.Б. ХОЛМОГОРОВА

Усвоение социальных стандартов и ценностей является одним из важнейших аспектов процесса социального познания, который происходит с ранних лет и касается разных сфер жизни, включая представления о физической привлекательности. В статье описываются результаты исследования факторов формирования представлений о внешней привлекательности у девочек дошкольного и младшего школьного возраста. Показано, что пропагандируемые в современном обществе ценности худобы и стройности усваиваются детьми очень рано, и уже 5—6-летние девочки отдают предпочтение ультратонким телесным стандартам, воплощенным в образах современных модных кукол (таких как Барби, Братц, Монстер Хай, Винкс и др.) по сравнению с более реалистичным телесным образом, отраженным в кукле-девочке с обычными пропорциями. По результатам экспериментального исследования на основе авторской методики «Выбор куклы» наименьший рейтинг по количеству выборов с большим негативным отрывом от четырех модных кукол получила именно эта кукла. Обоснованием отвержения чаще всего служили указания на ее полноту и недостаточную длину и худобу ног, а также чрезмерную величину рук. Делается вывод, что воплощенные в образах популярных модных кукол нереалистичные телесные стандарты худобы и стройности могут восприниматься девочками как телесная норма, в то время как реалистичные объемы воспринимаются как чрезмерные и трактуются ими как «толстые», «большие» и «некрасивые». Анализ речевой продукции девочек показывает, что образ модной куклы соотносится у них не только с телесными стандартами, но и с определенным образом жизни, связанным с развлечениями, праздностью и социальной успешностью.

Ключевые слова: телесный стандарт, внешняя привлекательность, недовольство собственной внешностью, модные куклы.

Образ ребенка — всего лишь модальность,
частный случай принятого культурой
нормативного канона Человека.

И.С. Кон

В настоящее время в отечественной психологической науке практически отсутствуют исследования механизмов формирования представлений о телесной привлекательности у девочек дошкольного возраста. Проведенные недавно популяционные исследования молодежных выборов указывают на широкую распространенность феномена недовольства своим телом среди молодежи и тесную связь этого феномена с симптомами депрессии и тревоги [Тарханова, 2011; Тарханова, 2014; Холмогорова, Тарханова, 2014]. Закономерно возникает вопрос, в каком возрасте закладываются столь нереалистичные стандарты телесной привлекательности, которые впоследствии приводят к эмоциональной дезадаптации современной молодежи. Между тем, данные немногочисленных зарубежных исследований свидетельствуют о том, что недовольство собственной внешностью у девочек может появляться очень рано [Dittmar, Halliwell, Ive, 2006]. Так, L. Smolak (2004) считает, что понимание телесных стандартов появляется уже к 3 годам, S. Harter (1999) сообщает об установленной связи между общей самооценкой и восприятием физической внешности у детей в возрасте от 4 до 7 лет. К.К. Davison и L.L. Birch (2002) подтверждают, что самооценка девочек 5—7-летнего возраста страдает при избыточной массе тела и связывают это с социальным давлением: критикой взрослых и насмешками сверстников [Рамси, Харкорт, 2011]. Н. Рамси и Д. Харкорт пишут, что культуральные предубеждения относительно людей с избыточным весом дети усваивают к 5 годам [там же, с. 89]; результаты исследования J. Lowes и M. Tiggemann (2003) показывают, что в среднем уже 5-летние девочки хотели бы иметь более тонкую фигуру, чем есть на самом деле, а к 6—8 летнему возрасту расхождение между реальным и идеальным телесным образом становится значительно более выраженным [Lowes, Tiggemann, 2003].

Некритично усвоенные в раннем детстве идеалы красоты и стройности, пропагандируемые в современной культуре, могут воздействовать на формирование у девочек нереальных представлений о физической привлекательности и зарождают впоследствии недовольство собственной внешностью, что, в свою очередь, является причиной рискованного поведения, наносящего прямой вред как физическому, так и психическому здоровью (чрезвычайно строгие диеты, изнурительные тренировки, курение с целью контроля веса, использование различного рода энергетиков для заглушения чувства голода, бесконтрольный прием лекарственных препаратов для снижения веса, необоснованное обраше-

ние к пластической хирургии). Кроме того, недовольство собственной внешностью — фактор риска эмоциональной дезадаптации и психической патологии. Результаты исследований показывают, что существует высокая положительная корреляция между удовлетворенностью телом и общей удовлетворенностью собой, а также высокая зависимость между выраженным уровнем симптомов депрессии и степенью неудовлетворенности телом [Холмогорова, Гаранян, 1999; Тарханова, Холмогорова, 2011; Тарханова, 2014; Холмогорова, Тарханова, 2014].

Беспокойство по поводу внешности может быть причиной тревоги¹ и ухудшения социального функционирования [Рамси, Харкорт, 2011]. Чрезмерная озабоченность внешним видом, фигурой и весом, а также усилия по ограничениям в питании типичны для таких клинических расстройств как расстройства пищевого поведения, прежде всего нервной булимии и нервной анорексии² [Перре, Бауманн, 2002; Карсон, Минека, Батчер, 2004; Комер, 2007; Скугаревский, 2007]. Плата за стремление соответствовать модному телесному стандарту оказывается очень высокой и зачастую оборачивается потерей здоровья, а иногда и жизни³.

Н. Рамси и Д. Харкорт указывают на очевидность того, что усвоение социальных стандартов, касающихся внешности, начинается в раннем детстве и отмечают крайнюю недостаточность исследований, посвященных данной теме. «Это методологический вызов, — пишут они, — выяснить, на каком точно этапе детства неудовлетворенность телом становится проблемой» [Рамси, Харкорт, 2011, с. 88].

Целью настоящего исследования стало прояснение представлений о внешней привлекательности у девочек дошкольного и младшего школьного возраста. В процессе работы предполагалось ответить на следующие вопросы: как современная культура через повседневную

¹ Например, Д. Харрис и А. Карр (Harris and Carr, 2001), опираясь на результаты собственного исследования, сообщают, что 69 % респонденток в возрасте 18—30 лет были подвержены высоким уровням тревоги по поводу своей внешности (прив. по Рамси, Харкорт, 2011).

² В последнее время в российских СМИ увеличилось количество сообщений о смертельных исходах в результате стремлений школьниц достичь физического совершенства (см., например: Вечерние новости на 1 канале от 25.10.2013. URL: <http://www.1tv.ru/news/health/24479325>; Трагедия в Ярославле — к чему может привести борьба за идеальную фигуру. Новости на 1 канале от 13.01.14. URL: <http://www.1tv.ru/news/health/250010>

³ В частности, G.S. Sullivan (1995) свидетельствует, что из всех расстройств нервной анорексия наиболее часто приводит к летальному исходу и является основной причиной смерти среди женщин 15—24-летнего возраста (приводится по: Мэш, Вольф, 2007, с. 460).

обыденную жизнь может оказывать влияние на формирование представлений о внешней привлекательности у девочек младшего возраста; на каком возрастном этапе стандарты внешности, пропагандируемые в обществе, становятся личными стандартами; каким образом культуральные ценности, касающиеся стандарта телесной привлекательности, транслируются детской популяции; какова роль модных кукол в формировании представлений о телесной привлекательности у девочек дошкольного возраста.

Методологической основой систематизации эмпирических и теоретических данных настоящего исследования послужила разработанная А.Б. Холмогоровой и Н.Г. Гаранян интегративная многофакторная психосоциальная модель расстройств аффективного спектра, которая включает макросоциальный, семейный, личностный и интерперсональный уровни [Холмогорова, Гаранян, 1998].

Согласно этой модели культуральные факторы (*макросоциальный уровень*) в виде патогенных стандартов и ценностей транслируются ребенку через разные каналы коммуникации, в первую очередь семью (*семейный уровень*), и затем в форме различных дисфункциональных убеждений и представлений (*личностный уровень*) способствуют нарушениям в отношениях с другими людьми (*интерперсональный уровень*) и разным формам эмоциональной дезадаптации, включая депрессивные и тревожные состояния, а также расстройства пищевого поведения у детей и взрослых.

Были выдвинуты следующие **гипотезы исследования**, соответствующие макросоциальному (гипотеза № 1), личностному (гипотеза № 2) и интерперсональному (гипотеза № 3) уровням модели:

Гипотеза № 1. Современные модные куклы используются торговыми компаниями в качестве агентов патогенных ценностей и установок в виде пропаганды нереалистичных стандартов идеального тела, фиксированности на внешнем облике и изощренных способов его оформления.

Гипотеза № 2. К старшему дошкольному возрасту у большинства девочек уже интернализированы современные стандарты женской внешности, в том числе сформирована ценность худобы и стройности, пропагандируемые в современной культуре.

Гипотеза № 3. Оформление телесного образа на модели кукол может превращаться в специальную деятельность у девочек, вовлеченных в интернет-сообщества⁴, когда детскую дружбу подменяет конкуренция за обладание наиболее красивой куклой и аксессуарами.

⁴ Результаты анализа детских журналов и интернет-ресурсов, выполненного в рамках данного исследования, авторы представят в отдельной статье.

Процедура исследования включала анализ теоретических исследований, эмпирического материала и эксперимент.

Первая гипотеза касается макросоциальных факторов, которые рассматриваются большинством исследователей в качестве основной причины массового распространения явления неудовлетворенности собственной внешностью. Анализ различных работ, а также модных журналов и сайтов, рекламирующих модных кукол-худышек, позволил подтвердить эту гипотезу и выделить следующие значимые факторы формирования нереалистичных и дисфункциональных стандартов внешности:

— телоцентризм современной культуры (Золотоносов, 1996), где «Я» проявляется во многом через демонстрацию тела» [Свендсен, 2012, с. 109];

— визуалистская ориентация культуры, где в основе визуального ряда — «показ человеческого тела и зрительные метафоры, апелляция к телу и его частям, прежде всего в качестве эротической символики» [Тульчинский, 1999, с. 39];

— становление единого информационного коммуникативного пространства, позволяющего повсеместно транслировать поощряемые в современной западной культуре стандарты внешности и поведения;

— современный телесный канон. Для женщин сегодня это утрированный идеал стройности, обладание худым и плоским телом. «Идеал красоты, полностью уникальный для нашего времени — это, судя по всему, кожа и кости [...] норма становится чистой фикцией, но она не теряет при этом нормативной функции» [Свендсен, 2012, с. 124];

— потребление, как главная идеология современного западного общества, где тело тесно связано с целями производства как экономическая опора, как самый прекрасный объект, главный миф этики потребления [Бодрийяр, 2006];

— выделение маркетологами детской аудитории в качестве особого потребительского сегмента. Бренды, предназначенные для детей, разрабатываются с учетом их психологических особенностей, эксплуатируя их эмоциональные нужды [Прихожан, 2010].

Анализ ситуации, связанной с транслированием ценностей современной потребительской культуры, в том числе идеальной внешности детской популяции показывает, что дети не только вынуждено потребляют ту информацию, которая предназначена для взрослых (уличная реклама, бесконтрольный просмотр телепередач и др.), но и подвергаются целенаправленному массированному воздействию через телевидение, рекламу, детские модные журналы, видеопродукцию, интернет и специфические игрушки, прежде всего модные куклы. Взаимодействие с рекламой зачастую осуществляется с участием родителей, которые

включаются в покупки кукол и разных атрибутов, которые предлагаются к ним.

Исследование взаимодействия девочек дошкольного и младшего школьного возраста с модной куклой — «fashion doll», предназначенной для детских игр⁵, стало следующим этапом настоящей работы. Этот выбор продиктован, с одной стороны, тем что модные куклы, воплощающие в себе идеалы потребительского общества (нереалистичные телесные параметры, гламур, успешность, вещизм, нарциссизм), пользуются необыкновенной популярностью у девочек, с другой, той исключительной ролью, которую играет кукла, как феномен культуры в становлении идентичности ребенка, ее возможностью глубоко воздействовать на психику человека [Мухина, 2006], влиять на эмоциональное и нравственное развитие формирующейся личности [Смирнова, Абдулаева, 2006].

Наиболее распространенной куклой в мире сегодня является Барби⁶ — «культурный символ женской красоты» и образец для подражания⁷ [Dittmar, Halliwell, Ive, 2006]. Созданная более 50 лет назад, она была практически точной копией своего прообраза — немки Лилли, героини эротических комиксов для взрослых, публиковавшихся в газете «Bild Zeitung» (Ж. Бодрийяр определяет такую куклу как «сексуализированную» и возлагает ответственность за ее появление на все западное общество) [Бодрийяр, 2006]. Исследователи говорят, что будь Барби из плоти и крови, ее талия была бы на 39 % тоньше, чем у больных анорексией, а вес был бы таким низким, что женщина с такими параметрами не могла бы менструировать [Dittmar, 2012]. В 2001 году Барби по популярности догоняют куклы Братц⁸, обладающие еще более нереалистичными пропорциями, также набирают популярность ультраотонченные куклы Монстер Хай и Винкс. И хотя критика в адрес подобных кукол не нова (так, например, Т. Kutcher и Е. McDonald (2009) высказывали предположение, что телесный образ, который несут в себе модные куклы, впоследствии оказывает влияние на формирование негативного об-

⁵ Наряду с игровыми куклами, существуют также коллекционные «fashion doll» для взрослых, которых мы касаться не будем, хотя разграничение между этими куклами весьма условно.

⁶ 99 % девочек от 3 до 10 лет в США имеют по меньшей мере по одной кукле Барби (Rogers, 1999) (в среднем каждая из девочек обладает 8-ю куклами Барби) и только у 1 % такой куклы нет.

⁷ Так, Tompson et al. (1999) приводят пример двухлетней девочки, которую спросили: «Ты хочешь, чтобы твои волосы, когда они отрастут, были похожи на мамыны?», на что девочка ответила: «Хочу волосы как у Барби» (цит. по Рамси, Харкорт, 2011, с. 88).

⁸ В середине 2000-х MGA продавали по 20-30 миллионов кукол за год. URL: http://dollplanet.ru/fashion_dolls/bratz-10/

раза тела и самооценку маленького ребенка), исследований, которые могли бы подтвердить подобные предположения, долгое время не проводилось⁹.

Впервые изучением влияния игры с куклой Барби на удовлетворенность собственным телом у девочек 5—8 лет занялась группа ученых во главе с Н. Dittmar (это было первое подобное исследование с девочками такого юного возраста). В 2006 году (через полвека после появления Барби) Н. Dittmar, Е. Halliwell и S. Ive представили результаты своего первого экспериментального исследования по данной теме [Dittmar, Halliwell, Ive, 2012]. С тех пор Н. Dittmar и ее коллеги опубликовали несколько научных статей, в которых авторы утверждают, что особое воздействие данные игрушки¹⁰ оказывают в самом раннем возрасте (до 7 лет), когда дети особенно впечатлительны и восприимчивы к эмоционально заряженным образам. Однако если воздействие Барби с возрастом уменьшается, то недовольство своим телом, напротив, возрастает. Исследования позволяют авторам сделать вывод, что интернализация образа худого тела, демонстрируемого Барби, происходит в раннем возрасте вследствие идентификации с ней. Затем, в возрасте примерно 7 лет, следует процесс дистанцирования от этой куклы, когда девочки отказываются от них и проявляют по отношению к куклам агрессивные действия (остригают волосы и т.п.) [Dittmar, Halliwell, Ive, 2006]. Но дело уже сделано: стандарты телесной красоты усвоены, они становятся частью я-концепции; напротив, отвержение вызывает более полное тело, воплощенное в кукле Emme¹¹. Необходимо еще раз подчеркнуть, что информации о подобных исследованиях в России нами обнаружено не было¹².

⁹ В частности, Рамси и Харкорт в своей книге «Психология внешности» суют, что пока не имеется информации об исследованиях, в которых бы изучалось влияние игр с куклами, имеющими такую не реалистичную физическую внешность [Рамси, Харкорт, 2011, с. 89].

¹⁰ Н. Dittmar и ее коллеги впоследствии стали изучать не только воздействие телесных образов, воплощенных в современных модных куклах, на формирование негативного образа тела у девочек, но и влияние фигурок мускулистых героев на мальчиков.

¹¹ Кукла Emme — проект, запущенный в 2002 году и одобренный Американской диетической ассоциацией, как воплощающий более положительный образ тела для девочек. Американский размер одежды данной куклы — 16, тогда как у Барби — 2.

¹² При этом существуют единичные исследования, изучающие другие аспекты взаимодействия девочек с куклой Барби (см.: Антонова М.В., Эльконина Л.И. Специфика игры с куклой Барби у детей дошкольного возраста // Психологическая наука и образование. 2002. № 4. С. 38—52; Глазатова И.В. Влияние выбора игрушки на эмоциональное состояние детей дошкольного возраста

Вслед за Dittmar et al. (2006, 2012) мы предположили, что современные куклы типа Барби, Братц, Монстер Хай и другие «fashion dolls», а также их аналоги и подделки могут служить для девочек образцом внешней привлекательности. Взаимодействуя с куклой, ребенок интроецирует тот внешний облик, который она демонстрирует, в качестве внутреннего стандарта красивой внешности.

Проверка **второй гипотезы**, касающейся интериоризации нездоровых стандартов внешности дошкольницами и младшими школьницами, осуществлялась с помощью целенаправленно разработанной экспериментальной методики «Выбор куклы», направленной на выявление представлений о внешней привлекательности у девочек дошкольного возраста.

Экспериментальную группу составили 23 девочки от 4 до 7 лет, посещающие муниципальный детский сад г. Москвы. Из них 2 девочки 4 лет, 7 девочек 5 лет, 13 девочек 6 лет и 1 девочка 7 лет. 10 девочек на тот момент посещали массовую группу детского сада, а 13 — логопедическую.

20 девочек были из полных семей, 3 — из неполных. 19 девочек имеют российское гражданство, 1 девочка — гражданка Турецкой республики, 1 — гражданка Израиля, 1 девочка из смешанной семьи: мама — гражданка России, отец — гражданин Перу. Из 23 девочек подлинно известно о принадлежности к конфессиям только у двух: 1 девочка из православной верующей семьи, 1 — из семьи приверженцев иудаизма. На обследование каждой девочки было получено разрешение родителей и учитывалось желание самого ребенка.

Процедура исследования

Для эксперимента было отобрано 5 кукол (4 из них были выбраны из тех, которые девочки в большом количестве приносят в детский сад: в подавляющем большинстве это куклы Барби и Братц — белокожие блондинки, что уже является отражением девичьих предпочтений). К этим 4 куклам была добавлена одна фарфоровая кукла такого же роста, но с нормальным телосложением.

Обследование девочек проходило в индивидуальном режиме. Перед испытуемой на столе находилось на равном расстоянии 5 кукол. По инструкции девочка выбирала наиболее понравившуюся куклу, и объясняла, что ей больше всего понравилось в этой кукле. После описания ей предлагалось ответить на вопрос: «С этой куклой пришла пора расстать-

та // Развитие человека в современном мире: материалы всероссийской научно-практической конференции / Под науч. ред. О.А. Белобрыкиной, О.А. Шамшиковой. Новосибирск: Изд. НГПУ, 2006. С. 152-161; *Лидин К.Л.* К вопросу о психологической экспертизе игрушек (на примере куклы Барби) // Там же, с.129—141).

ся. Как ты думаешь, куда она отправится?». Потом данная кукла убиралась из поля зрения ребенка, и выбор осуществлялся из оставшихся кукол до тех пор, пока все выборы кукол не будут прокомментированы. Выборы и высказывания девочек фиксировались в протоколе.

Обработка данных включала: 1) анализ порядковых выборов, выявление наиболее и наименее предпочитаемых кукол; 2) анализ комментариев ребенка (учитывались особенности внешности, которые ребенок выделяет как красивое и не красивое); 3) сравнительный анализ высказываний девочек по поводу наиболее и наименее предпочитаемых кукол; 4) анализ признаков идентификации девочек с куклами.

Результаты исследования

Результаты эксперимента показали, что во всех 23 случаях первой девочки выбирали одну из современных модных кукол с преувеличенно выделенными чертами лица, воплощающих в своем образе стандарты нереалистично худой фигуры. Обычная кукла ни разу не была выбрана первой. Более того в 16 случаях из 23 после того, как девочки отдали свои предпочтения четверым другим куклам, она оставалась не выбранной вовсе.

Было произведено ранжирование кукол в зависимости от их популярности: кукла, выбранная первой, оценивалась в 4 балла, второй — в 3 балла, третьей — в 2 балла, четвертой — в 1 балл. Последняя из кукол получала ноль баллов, так как она оставалась фактически не выбранной. Предпочтения девочек в выборе кукол представлены в табл. 1.

Таблица 1

Предпочтения девочек в выборе кукол

№	Название куклы	Выбрали первой (4 балла)	Выбрали второй (3 балла)	Выбрали третьей (2 балла)	Выбрали четвертой (1 балл)	Осталась не выбранной (0 баллов)	Общее количество набранных баллов
1	Братц № 1	8 раз/32 б.	6 раз/18 б.	7 раз/14 б.	2 раза/2 б.	0 раз/0 б.	66
2	Братц № 2	2 раза/8 б.	1 раз/3 б.	6 раз/12 б.	11 раз/11 б.	3 раза/0 б.	34
3	Барби № 1	6 раз/24 б.	7 раз/21 б.	4 раза/8 б.	5 раз/5 б.	1 раз/0 б.	58
4	Барби № 2	7 раз/28 б.	6 раз/18 б.	4 раза/8 б.	3 раза/3 б.	3 раза/0 б.	57
5	Кукла-девочка	0 раз/0 б.	3 раза/9 б.	2 раза/4 б.	2 раза/2 б.	16 раз/0 б.	15

Как видно из табл.1, наиболее предпочитаемой куклой оказалась первая кукла (Братц № 1), отличающаяся от других особо откровенным нарядом, подчеркнута зрелыми формами и атрибутами сексуальности. Эта кукла чаще других была куклой первого выбора, ни разу не остава-

лась не выбранной и превзошла всех остальных по сумме баллов (66 баллов). Наименее предпочитаемой оказалась Кукла-девочка (кукла № 5, внешность которой соответствует образу симпатичной девочки 7—8 лет). Она ни разу не была выбрана первой, 16 раз оставалась не выбранной и в сумме набрала всего 15 баллов.

По инструкции экспериментатора, девочки выбирали куклу, которая нравится больше остальных, а затем комментировали, что именно нравится в кукле. При выборе девочки обращали внимание как на телесные признаки, так и на одежду, украшения, обувь и наличие косметики.

Мы выделили из высказываний девочек признаки, по которым они оценивали телесную привлекательность наиболее и наименее предпочитаемых кукол (описание одежды и обуви в данном случае опущены). Черты телесной привлекательности, называемые девочками при выборе куклы Братц № 1, представлены в табл. 2.

Таблица 2

Черты телесной привлекательности, называемые девочками при выборе куклы Братц № 1 (наиболее предпочитаемая кукла)

№	Отмечаемый признак	Высказывания	Кол-во упоминаний
1.	Фигура	Фигура ровная, но чуть-чуть кривая / Красивая фигура / Фигура тоже нравится / Фигура нравится — руки на пояс, наверное, гимнастикой занимается / Фигура нравится — она худая... Мне бы хотелось, чтобы у меня была такая фигура / Фигура красивая, талия красивая, тонкая... Вообще форма ее красивая, хорошая, тонкая / Фигура у нее стройная / Худая как я. Просто надо ничего не есть, питаться одними круассанами и хрустиками.	8
2.	Волосы, прическа	Нравятся волосы [5 упоминаний] / Волосы красивые / Красивая прическа / Волосы окрашены / Волосы короткие / Нравятся еще такие кудряшки / Волосы — она ходит распущенная, красивая / Волосы разноцветные / Гладкие волосы.	13
3.	Глаза	Глаза синие / Нравятся ее хитрые глаза, она на кого-то охотиться собирается / Глаза голубые / Глазки — я люблю такие глазки / Красивые синие глаза моего любимого цвета / Глазки черным покрасила / У нее такие умные глаза / Глаза у нее — там черненькое. Она покра-	18

№	Отмечаемый признак	Высказывания	Кол-во упоминаний
		сила красиво / Глаза побольше, чем у этой / Красивые глаза / Голубые глаза / У нее глаза как у ангела из мультфильма / Нравится как у нее глаза раскрашены / Глаза / Глазками мне нравится / Глаза выразительные.	
4.	Губы	Губы красивые / Красивые губы — хорошей розовой помадой накрасилась / Нравятся губы / Губки / Губы розовые / Красивая розовая помада / Губы накрашены / Рот розовый / Губы накрашенные / Нравится помада / Губы / Губы накрашены.	12
5.	Лицо	Лицо	1
6.	Руки	Руки как зигзаг сделала / Руки, что она делает вот так / Почему она сделала рукой вот так? / Нравится как она рукой вот так сделала / Руки, как она их сгибает / Ручки тоненькие.	6
7.	Ноги	Коленки скривились — это некрасиво / У нее ножки тоненькие / Красивые тоненькие ножки [при сравнении куклы № 5 с данной] / Ножки длинные.	3
8.	Ресницы	Реснички черные	1
9.	Брови	Брови коричневые / Нравятся бровки	2
10.	Ногти	Ногти накрашены	1
11.	Уши	Ушки / Ей можно сережки в уши вставить.	2
12.	Попа	Попа большая — хорошо / Еще мне нравится вот здесь овалом / Мне нравится как она попу подвинула.	3
13.	Талия, разница ОТ/ОБ	Вот здесь втянутое, а здесь большое / Талия красивая тонкая / Нравится пояс такой [показывает на талию].	3
14.	Грудь	Еще вот тут нравится [проводит пальцем по груди].	1
15.	Щеки	Щеки	1
16.	Пальцы	Ей можно колечко надеть — тут на пальчике есть дырочка.	1
17.	Внешность полностью	Ей кажется, что она красивая, умная / Вообще форма ее красивая, хорошая, тонкая / Как будто она фотографируется. Чтобы ее в журнале... / Красивая / Она танцует что ли? / Вс она красивая / Она красивая, мне все нравится / По красоте — эта первая: накрашенная; я тоже у мамы тушь краду и крашусь.	8

№	Отмечаемый признак	Высказывания	Кол-во упоминаний
18.	Косметика как единственный телесный признак	Тени и помада	1
Отказ или отсутствие комментариев — нет			
Итого			86

Как видно из табл. 2, девочки выделили в телесном образе самой предпочитаемой куклы (Братц № 1) в общей сложности 18 признаков. Наиболее часто ими выделялись глаза — 18 упоминаний, волосы — 13 упоминаний, губы — 12 упоминаний, фигура — 8 упоминаний, внешность в целом — 8 упоминаний. Общая сумма комментариев по поводу телесной привлекательности данной куклы — 86, из них лишь 1 — негативно окрашенный.

Черты телесной привлекательности/непривлекательности, выделяемые девочками при описании Куклы-девочки, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Черты телесной привлекательности, называемые девочками при описании Куклы-девочки (наименее предпочитаемой)

№	Отмечаемый признак	Высказывания	Кол-во
1.	Фигура	Толстенькая / Эта толстенькая / Не нравится, у нее туловище толстое / У нее фигура больше / Тело толстенькое / Нормальная, как должны быть все, не худая. Упитанная. Как говорит бабушка: «Надо быть упитанной».	6
2.	Волосы, прическа	Волосы нравятся — кудряшки / Прическа хорошая / Хвостики завертушками / У нее прическа мне нравится / Красивые волосы / Волосы / Нравятся волосы / У нее хвостики / Хвостики / Красивые волосы.	10
3.	Глаза	Хотя у нее глаза голубые, как у этой [Барби № 1], у Барби они сверкают, а у нее нет / Красивые глаза / Тоже голубые глаза / Глаза все голубые / Красивые голубые глаза / [нравятся] глаза / Глаза синие / Глаза не нарисованные, а по-другому сделанные / У нее глазки блестят голубые / Голубые глаза как я люблю.	9

№	Отмечаемый признак	Высказывания	Кол-во
4.	Губы	Губы не очень обычные / Губы какие-то желтые, а у этой [Барби № 1] — яркие / Нравятся губы.	3
5.	Лицо	Лицо хорошее / Не выбрала, потому что у нее грустное лицо.	2
6.	Руки	У нее руки по размеру больше, чем у этих, а мне нравятся маленькие ручки и длинные / Толстенские ручки	2
7.	Ноги	Конечно, у этой некрасивые толстые ноги, а вот у этой [Братц № 1] красивые тоненькие ножки / Ноги у нее короче, вот видите, у нее вот здесь заканчиваются ноги, а у этих вот здесь / Толстенские ножки.	3
8.	Ресницы	Реснички черные	1
9.	Кожа	Чистая кожа	1
10	Внешность полностью	Она некрасивая, вид у нее некрасивый / Все нравится / Она не женщина, она еще девочка / Эта девочка первоклассница, ей еще только 7 лет. Но она все равно мне нравится / Нравится такая куколка / У этой ничего не отломается, она большая. Я люблю больших кукол.	6
Отказались или не дали комментариев — 3 девочки			
Итого			43

Из данных табл. 3 видно, что у куклы-девочки были выделены и прокомментированы 10 телесных признаков. Наиболее привлекательной чертой внешности этой куклы девочки считают прическу (10 упоминаний) и глаза (9 упоминаний). Третье место по количеству комментариев занимает признак «фигура» (6 упоминаний), но в этом случае все высказывания негативные. При описании внешности (признак «внешность полностью») девочки отмечают среди прочих — «возраст куклы» (2 комментария из 6), ее «некрасивость» (1 комментарий из 6) и размер (1 комментарий из 6).

Разница в общем количестве комментариев на тему телесной привлекательности наиболее и наименее предпочитаемых кукол составляет 43 единицы (количество высказываний о внешности куклы Братц № 1 в два раза больше, чем о внешности куклы № 5). Такая разница в общем количестве высказываний позволяет нам сделать предположение о заинтересованности участниц эксперимента в том утрированном образе телесной привлекательности, который воплощен в модных куклах, о его предпочтении более правдоподобному телесному образу, демонст-

рируемому куклой-девочкой. Более того, во всех 6 высказываниях, касающихся фигуры куклы-девочки, дошкольницы характеризуют ее как «толстенькую», «большую» или «упитанную». Зачастую отзывы о ней ярко негативно окрашены: «Она некрасивая, вид у нее некрасивый» (М., 5 лет), «Не нравится, у нее туловище толстое» (М., 6 лет), «Конечно, у этой некрасивые толстые ноги, а вот у этой [Братц № 1] красивые тоненькие ножки» (Н., 6 лет), «У нее фигура больше, у нее руки по размеру больше, а мне нравятся маленькие ручки и длинные, и ноги у нее короче, вот видите, у нее вот здесь заканчиваются ноги, а у этих вот здесь» (К., 6 лет).

Одна из девочек неожиданно дает позитивный комментарий по поводу отвергаемой всеми Куклы-девочки: «Нормальная, как должны быть все, не худая. Упитанная. Как говорит бабушка, надо быть упитанной». Однако из последующих выборов и комментариев к ним видно, что это дань социальной желательности и подстройка к мнению взрослого, озабоченному проблемами в питании ребенка. Выбрав в качестве наиболее понравившейся куклы Братц № 1, эта девочка так объясняет свой выбор: «Худая как я. Просто надо ничего не есть, питаться одними круассанами и хрустиками» (Д., 7 лет). Здесь идеал тонкой фигуры уже усвоен, теперь намечается стратегия как его сохранить. Эта же девочка по поводу Братц № 2 говорит: «Тоже худая. Зачем делать кукол толстыми? Чтобы девочки были толстыми?».

Анализ речевой продукции показывает, что 16 девочек из 23 прокомментировали телосложение кукол. В отношении фигур модных кукол использовались такие оценки, как хорошая, красивая, тонкая, хрупкая, худенькая, ровная, стройная (всего 21 комментарий), в отношении же телесного образа куклы-девочки употреблялись такие определения, как толстенькая, толстая, большая, некрасивая, упитанная (всего 9 комментариев).

Во многих высказываниях девочек содержится прямое указание на эмоции: «нравится», «я люблю такую», «я бы хотела, чтобы у меня была такая». В некоторых случаях девочки идентифицируют себя с куклами. В качестве критериев идентификации нами были выбраны: позитивно окрашенная эмоциональная насыщенность описания, указание на личностную значимость того или иного признака и сравнение с собой.

Помимо признаков телесной привлекательности, девочки придают большое значение наличию косметики на лице: 21 участница из 23 прокомментировала «make up» кукол (в общей сложности было сделано 65 замечаний на эту тему). Так, М., 5 лет отмечает наличие косметики у трех кукол: «Глаза очень красивые, тени голубые, губы бархатно накра-

Таблица 4

Комментарии к модным куклам, указывающие на идентификацию с ними

№	Кукла	Высказывания девочек	Количество
1	Братц № 1	Мне бы хотелось, чтобы у меня была такая фигура / Вся она красивая: и волосы разноцветные, а я знаю, как так можно сделать, и глаза выразительные. Когда мы выступали, нам воспитательница тоже такой грим делала. И фигура у нее стройная, и ножки длинные и ручки тоненькие / Красивые синие глаза моего любимого цвета.	3
2	Братц № 2	Назвала куклу своим именем / Волосы красивые с резинкой как у меня, губы и глаза.	2
3	Барби № 1	Она сама вся красивая: лицо, брови, глаза. Губы как красная малина бордовые, глаза узкие красивые, у меня такие же глаза, только не синие, а немножко голубые / Волосы кудрявые, у меня тоже волосы вьются, только у меня длиннее, чем у нее / Она красивая, у нее красивые глаза и губы... Тоже можно сережки вставлять. А у меня тоже есть сережки в ушах, мне папа купил.	3
4	Барби № 2	Волосы пушистые, глаза голубые как у меня, только у меня немного темноватые / Голубые глаза как у меня, я специально выбираю по своим глазам, такие же волосы, цвет волос и пушистые, бабушка мне их моет шампунем. И брови красивые, реснички и волосы / У нее самые длинные волосы. У меня такие же длинные волосы, если их распустить, они будут до попы.	3
5	Кукла — девочка	Отсутствуют	0

шены красной помадой» (Барби № 1), «Красивые губы, хорошей розовой помадой накрасилась» (Братц № 1), «Розовая помада очень хорошая и фиолетово-зеленые тени» (Братц № 2). Другая 5-летняя девочка, отмечая «красоту» Братц № 1, говорит о ней: «Нравятся губы, реснички черные, брови коричневые, глаза голубые, ногти покрашены, волосы». Эта же участница говорит о Барби № 1 следующее: «Накрашенные губы, реснички, брови», а о кукле Барби № 2 (на лице куклы нарисован

макияж, но не такой вычурный, как у предыдущих кукол) говорит: «Она не накрашенная, это нехорошо».

Именно макияж, по мнению многих девочек, делает лицо куклы красивым. Так, М., 6 лет, выбрав в качестве самой красивой куклы Барби № 1, говорит: «У нее красивое лицо. Глаза... У нее длинные ресницы и загнутые. Еще у нее накрашенные глаза и губы. Губы яркие, малиновые», тогда как о не выбранной ею Кукле — девочке отзывается: «Не нравится, у нее туловище толстое и губы какие-то желтые, а у этой [Барби № 1] — яркие, и хотя у нее глаза голубые как у этой, у Барби они сверкают [имеются ввиду блестящие тени], а у этой нет». Как мы можем увидеть, современные модные куклы опосредованно рекламируют декоративные косметические средства и в вопросе оформления внешнего облика могут служить для девочек образцом для подражания.

Интересно отметить, что самая маленькая участница — К., 4 лет, единственная отметила неприятное выражение лица 3-й куклы (Барби № 1): «Не нравится, что она некрасиво смотрит. Фу, не смотри на меня, отвернись!». В этом коротком комментарии проявляются, как нам кажется, еще не замутненная навязанными представлениями о красоте интуиция ребенка. Эта же девочка назвала самой красивой 4-ю куклу (Барби № 2), выбрав ее по улыбке: «Она красивее всех, потому что она улыбается».

Одежда кукол, украшения, обувь, аксессуары также привлекают пристальное внимание девочек. Особенно ими отмечаются блестки, кристаллы, серебряные завязки, узоры и т.п. Всего по поводу данного оформления внешнего вида дошкольницами был отмечен 321 признак (это лишь немного меньше числа упоминаний о собственно телесном образе (336 упоминаний)), что указывает на включение не только телесных признаков в представления девочек-дошкольниц о внешней привлекательности.

Примечательно, что делая свои предположения по поводу возможных занятий кукол, девочки чутко чувствуют их социальные роли и предназначение, иными словами, их интенциональность, — то внутреннее побуждение вещи, которая диктует способы обращения с ней. Социальные роли и предназначение «fashion dolls» по мнению девочек: веселиться, развлекаться, вызывать восхищение других, без всякого указа на род занятий и профессию. То есть внешний облик в представлении девочек напрямую связывается с определенным образом жизни, который в современной массовой культуре пропагандируется как успешный.

Как мы видим из табл. 5, модные куклы ассоциируются у девочек с гламурным образом жизни, с ценностями общества потребления, тогда как Кукла-девочка — с более земными и реальными делами и заботами.

Таблица 5

Предполагаемые занятия кукол

№	Куклы	Предполагаемые занятия кукол (предположения девочек)
1.	Братц № 1	Пойдет на вечеринку / Будет кататься на водяных горках / Собралась на бал танцевать, найдет себе жениха / Пойдет на дискотеку / В зоопарк / На концерт. Сама будет выступать! Такая красивая! / Она хочет станцевать / Она танцует / Будет заниматься танцем живота Как будто танцует / Фотографируется для журнала / Будет танцевать / На дискотеку / Она танцует или идет на спорт / Пойдет на бал танцевать / С друзьями в клуб веселиться Потанцует, потом пойдет собирать цветочки / Она собралась на пляж купаться, нырять в воду и строить замки из песка и лежать на солнышке / Пошла бы на танцы / На бал танцевать с принцем / Она выступает, поет песню на английском языке / На праздник Новый Год / С любимым в ресторан, на бал, на дискотеку.
2.	Братц № 2	Собирается на вечеринку / Пойдет в парк / Она собралась в гости / Пойдет с подружками на дискотеку / Пойдет на выставку / В театр, не самая нарядная, но все же / На работу. Идет смотреть малыша / Пойдет на фигурное катание / Будет кататься на велосипеде или роликах / Будет помогать первой фотографироваться — подавать наряды / Тоже будет танцевать, бегать, прыгать, ходить / Она уходит учить детей поднимать высоко ногу, прям до носа / Собирается быть певицей / Играть или бегать или кататься на горке / В жемчужный зал надевать платье и туфли / Пошла бы танцевать, поэтому так нарядилась / Чистить машину от снега / Домой готовить / Пойдет кататься на скейтборде / Пойдет гулять со своей подружкой / На прогулку.
3.	Барби № 1	Побежит навстречу парню, которого любит / Пойдет в ресторан / Будет выходить замуж / Пойдет на дискотеку / Гулять / На бал танцевать / На представление в театр / Идет рисовать / Поедет в развлекательный центр / Пойдет куда-нибудь с подружками / Будет фотографироваться для журнала / Она делает ласточку, она выступает в зале: шпагат делает / Поедет на море / Она бы пошла к сокровищам, потому что ей нравятся сокровища / В клуб или с друзьями в кафе / На бал танцевать / На праздник / В бар пить чай и есть торт / Она злится. Потому что ее дети не послушали и бежали: « Успокойтесь, дети, сейчас я вам дам по шоколадке и включу телевизор» / В ресторан собралась / Пойдет покупать себе туфли и сапоги / В гости или в кино.
4.	Барби № 2	Полетит на воздушном шаре / Пойдет на свидание / Пойдет на дискотеку / Пойдет в магазин покупать еду / В театр, то-

№	Куклы	Предполагаемые занятия кукол (предположения девочек)
		же выступать / В магазин за едой / Пойдет слушать музыку / На бал какой-нибудь или праздник / Пойдет делать прическу / Будет красить тех, кто фотографируется для журнала / Собралась на вечеринку, будет там веселиться: плясать, танцевать, прыгать, бегать / На свадьбу к принцу / У нее нету папы и она идет жениться / Будет гимнасткой / Собралась играть со своими друзьями / Она пошла бы на танцы / На день рождения / В ресторан кушать / На танцы, на бал / Наверное, пойдет на фигурное катание / Пойдет с подружкой на каток.
5.	Кукла-девочка	Пойдет обедать / Пойдет домой писать письмо своей бабушке / Эта будет убираться / Будет сидеть дома, когда все на дискотеке / Пойдет в школу / На работу / Няней работать. Она всем дает игрушки / В деревню поедет / Останется дома / Она еще в первый класс ходит, она в школу собралась / Скучно мне с ней: «Ты пойдешь в детский садик!» / Она бы поехала на бал танцевать / Она бы играла дома с игрушками / В магазин за медом / Идет в замок кататься на лошадке / На бал танцевать / Она домой собирается — готовить, она земляничку любит / Пойдет в первый класс / Писать письмо Деду морозу / Она могла бы пойти в детский сад, в школу, с подругами в кино.

Третья гипотеза, касающаяся негативного влияния рекламы кукол на нтерперсональные отношения девочек, проверялась на основе анализа модных журналов для детей и содержания коммуникации девочек разного возраста (8—10 лет) на сайтах, направленных на рекламу модных кукол. Подробное описание результатов этого анализа стало предметом отдельной статьи, здесь укажем самые основные результаты проведенного анализа.

Изучение ситуации, связанной с развлекательными журналами для девочек дошкольного и младшего школьного возраста, позволяет констатировать, что десятки наименований подобных изданий, выпускающихся огромными тиражами (от 30 000 до 500 000 экз. ежемесячно) создаются по тем же законам и преследуют те же цели, что и глянцевые журналы для взрослых: похожие рубрики, реклама, незатейливые истории из жизни звездных персонажей. Звездами здесь чаще всего выступают нарисованные Барби, Братц, Монстер Хай, Винкс и др. (в зависимости от того, каким куклам посвящен журнал). Анализ визуальной информации показывает, что просматривая любое из подобных изданий, ребенок десятки, а то и сотни раз сталкивается с изображениями, демонстрирующими нереально худые телесные образы героинь (так, в од-

ном из журналов «Winx» (№ 6, 2012) мы насчитали более 200 изображений ультратонких длинноногих волшебниц).

Насколько нереалистичны телесные стандарты, которые усваиваются девочками, можно судить по тем рисункам, которые они присылают в качестве обратной связи¹³. Анализ интернет-ресурсов, посвященных «fashion dolls», показал, что количество визуальной информации, производимой утрированный телесный идеал в интернет-пространстве возрастает многократно, так как в доступе для детской аудитории широкий ассортимент продукции, включающий мультфильмы, компьютерные игры, видеоклипы, мюзиклы, рекламу и снятые самими детьми видеоматериалы с участием модных кукол. Во всех случаях кукольная внешность оценивается в превосходных формах и зачастую связывается с успешностью в жизни, гламуром, славой и богатством.

Интернет-пространство связано с появлением новых специфических форм общения, не существовавших ранее. Реклама товара здесь превращается в целевой контакт с целевыми клиентами, где используются не только новые технические возможности, но и хорошее знание особенностей психического развития в детском возрасте. Доверительное эмоциональное общение, личная заинтересованность в товаре (многие из ведущих подобных сайтов говорят, что сами коллекционируют кукол, демонстрируя тем самым общность интересов со своей аудиторией), возможность оперативной обратной связи делают продвижение брендовых кукол саморазрастающейся сетью — ведь девочки, сами затем снимают и выкладывают ролики в You Tube о своих куклах, подобно калке с ведущих комментируют их внешность и одежду.

Важной составляющей темой подобных видео является вопрос, как отличить «настоящую» куклу от подделки. Девочки, выкладывающие ролики с «ненастоящими» куклами, подвергаются остракизму. Эти домашние видео с подробным перечислением мельчайших деталей внешности кукол собирают десятки тысяч просмотров, что позволяет предположить, что девочки тратят значительное количество времени на съемки и просмотр таких видео.

Обсуждение результатов

Особенности психического развития детей дошкольного возраста могут создавать условия, при которых кукла становится для маленькой девочки социокультурным образцом для подражания как на созна-

¹³ Очень красноречивы в этом отношении рисунки Насти Р. (9 лет), Кати Б. (7 лет), Милы Б. (9 лет), Аружан Б. (7 лет), Алины С. (7 лет), Миланы (5 лет), Полины В. (7,5) лет, опубликованные в этом же журнале «Winx» № 6, 2012, на страницах 64—66.

тельном, так и на неосознаваемом уровнях. К таким особенностям относятся:

а) характер процесса восприятия в данном возрасте, когда ребенок «фиксирует внимание на внешней видимости вещей, которая сама бросается в глаза, а не на более глубоких структурах» [Бруннер, 2005, с. 124], когда образ воспринимается им «диффузно и глобально» (там же);

б) отсутствие в силу возраста идентичности и поиск фигур для подражания; в) ведущий характер игровой деятельности, во время которой ребенок зачастую идентифицируется с игрушками, в которые играет.

При учете перечисленных особенностей становятся очевидными опасные последствия широкого распространения кукол, воплощающих в себе ценности потребительского общества, включая нереалистичные телесные стандарты. Их яркость и вездесущность, широкая поддержка кукол в виде сопутствующей продукции (мультфильмов, книг, журналов, компьютерных игр, рекламы, одежды и вещей для них и др.), одобрение этих кукол со стороны общества, родителей и сверстников не оставляют шансов для большинства детей остаться в стороне от их влияния и закладывают основу для захлестнувшей современное общество эпидемии психических расстройств, связанных с недовольством собственным телом.

В процессе исследования возможного влияния современных кукол на формирование образа тела у девочек, мы столкнулись с другими, не менее серьезными вопросами, касающимися последствий взаимодействия ребенка с модной куклой, в частности, с навязыванием идеологии гламура и вещизма. Так, приобретение куклы для девочки-дошкольницы зачастую является первым шагом, за которым следует приобретение множества «необходимых» для игры с ней вещей: наборов одежды, обуви и аксессуаров; мебели, бытовой техники и транспортных средств; любимых животных, друзей и родственников. Главной функцией человека здесь подразумевается потребление, не только как присвоение товаров, но и как образ жизни, что «отчуждает человека от самого себя, лишая его собственно человеческих смыслов» [Мухина, 2006, с. 23]. Проблема еще и в том, что сама игра зачастую подменяется накопительством вещей, слишком конкретных и функционально однозначных, что обкрадывает развитие ребенка, лишая его простора для творческого воображения (вспомним здесь о появлении в детской игре предметов-заместителей, характеризующих важный этап в развитии мышления). В повседневной деятельности, через игру, идентифицируясь с куклой, ребенок познает социальный мир, его законы, ценности и стандарты, касающиеся всех сторон жизни, в том числе и телесной привлекательности. Эта тема — предмет дальнейших, более глубоких исследований.

Данные нашего исследования позволяет сделать ряд выводов относительно макросоциальных, личностных и интерперсональных факторов роста недовольства свои телом, в свою очередь влекущий за собой нарушения пищевого поведения и эмоционального благополучия у детей и взрослых в современном обществе:

1. Современные модные куклы используются торговыми компаниями в качестве агентов патогенных ценностей и установок в виде пропаганды нереалистичных стандартов идеального тела, фиксированности на внешнем облике и изощренных способов его оформления.

2. Уже в дошкольном возрасте девочки отдают предпочтение нереальным стандартам женской привлекательности, воплощенным в образах «*fashion dolls*», прежде всего худобе и стройности, что подтверждают их выборы (во всех 23 случаях девочки выбирали первой одну из модных кукол) и комментарии, касающиеся красоты тонкой фигуры, талии, тонких рук и ног. Во время эксперимента было зафиксировано 11 случаев идентификации девочек с модными куклами при отсутствии проявлений идентификации с куклой-девочкой, хотя ее образ ближе к испытуемым по возрасту и внешнему виду. Наибольшее предпочтение девочками было отдано кукле, отличающейся от других особо откровенным нарядом, подчеркнута зрелыми формами и атрибутами сексуальности, образ которой они связывают также с праздным, гламурным времяпрепровождением и всеобщим восхищением.

3. Дети подвергаются огромному информационному давлению через различные СМИ в виде навязывания им патогенных ценностей общества потребления. В современных условиях дети становятся целевой аудиторией маркетологов, потребляющей как явную, так и скрытую рекламу и зачастую сами начинают рекламировать модных кукол и сопутствующий им товар, овладевая таким видом деятельности как съемки и выкладывание в интернет «обзоров на кукол». В специфическом виртуальном общении социальный статус девочек определяется количеством «лайков», зависит от брендовости кукол и их количества и подменяет игровую деятельность и процесс живого общения, стимулируя нарциссические тенденции (быть самой красивой, модной, быть принцессой, звездой и т.п.). Подобная деятельность может занимать у девочек значительное количество времени и способствовать закреплению конкурентных установок в общении со сверстниками.

ЛИТЕРАТУРА

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / М.: Культурная революция; Республика, 2006. 269 с.

- Бруннер Дж. О действенном и наглядно-образном представлении мира ребенком // Общая психология. Тексты: В 3 т. Т.3: Субъект познания. Книга 1. Изд. 2-е, испр. и доп. / Отв. ред. В.В. Петухов. М.: УМК «Психология»; МПСИ, 2005. С. 117—126.
- Золотоносов М. Телоцентризм // Вечерний Петербург, 29 марта 1996. с. 4.
- Карсон Р., Минека С., Батчер Дж. Анормальная психология/ Науч. ред. пер. с англ. Б.В. Овчинников. 11-е изд. СПб.: Питер, 2004. 1168 с.
- Клиническое руководство по психическим расстройствам / Под ред. Д. Барлоу. 3-е изд. СПб.: Питер, 2008. 912 с.
- Клиническая психология и психотерапия / под ред. М. Перре, У. Бауманна. 2-е междунар. изд. СПб.: Питер, 2002. 1312 с.
- Комер Р. Патопсихология поведения. Нарушения и патологии психики / 4-е изд. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. 640 с.
- Мухина В.С. Возрастная психология. Феноменология развития: учебник для студ. высш. учеб. заведений / М.: «Академия», 2006. 608 с.
- Прихожан А.М. Влияние электронной информационной среды на развитие личности детей младшего школьного возраста [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2010. N 1(9). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 05.11.2013г).
- Рамси Н., Харкорт Д. Психология внешности / СПб.: Питер, 2011. 256 с.
- Свендсен Л. Философия моды / М.: Университетская книга, 2012. 254 с.
- Скузаревский О.А. Нарушения пищевого поведения / Минск: БГМУ, 2007. 340 с.
- Смирнова Е.О., Абдулаева Е.А. Куклы нашего времени // Вестник практической психологии образования. 2006. № 2. С. 81—85.
- Смирнова Е.О., Абдулаева Е.А., Соколова М.В. Игрушки детей Европы [Электронный ресурс] // Психологическая наука и образование psyedu.ru. 2010, № 5. С. 106—117. URL: http://psyjournals.ru/psyedu_ru/2010/n5/Smirnova_Abdulaeva_Sokolova.shtml (дата обращения: 14.10.2013).
- Тарханова П.М. Исследование влияния макро — и микросоциальных факторов на уровень физического перфекционизма и эмоционального благополучия у молодежи // Культурно-историческая психология. 2014. № 1. С. 89—95.
- Тарханова П.М., Холмогорова А.Б. Социальные и психологические факторы физического перфекционизма и неудовлетворенности своим телом // Психологическая наука и образование. 2011. № 5. С. 52—60.
- Тульчинский Г.Л. Слово и тело постмодернизма. От феноменологии невменяемости к метафизике свободы // Вопросы философии. 1999. № 10. С. 35—53.
- Холмогорова А.Б., Гараян Н.Г. Многофакторная модель депрессивных, тревожных и соматоформных расстройств // Социальная и клиническая психиатрия. 1998. № 1. С. 94—102.
- Холмогорова А.Б., Гараян Н.Г. Эмоциональные расстройства и современная культура // Московский психотерапевтический журнал. 1999. № 2. С. 61—90.
- Холмогорова А.Б., Дадеко А.А. Физический перфекционизм как фактор расстройств аффективного спектра в современной культуре [Электронный ресурс] // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. 2010. N 3.

URL: http://www.mprj.ru/archiv_global/2010_3_4/nomer/nomer13.php. (дата обращения: 14.06.2013)

- Холмогорова А.Б., Тарханова П.М.* Стандарты внешности и культура: роль физического перфекционизма и его последствия для здоровья подростков и молодежи // Вопросы психологии. 2014. № 2. С. 52—65.
- Dittmar H.* Dolls and Action Figures // Encyclopedia of Body Image and Human Appearance / Edited by Thomas F. Cash New York: Elsevier, 2012. Pp. 386—391.
- Dittmar H., Halliwell E., Ive S.* Does Barbie make girls want to be thin? The effect of experimental exposure to images of dolls on the body image of 5—8-year-old girls // Developmental Psychology. 2006. Vol. 42 (2). Pp. 283—292.
- Lowes J., Tiggemann M.* Body dissatisfaction, dieting awareness and the impact of parental influence in young children // British journal of health Psychology. 2003. Vol. 8 (2). Pp. 135—147.

THE ROLE OF FASHION DOLLS IN THE ADOPTION OF UNREALISTIC SOCIAL STANDARDS OF BODILY ATTRACTIVENESS BY PRESCHOOL GIRLS

O.V. SHALYGINA, A.B. KHOLMOGOROVA

Assimilation of social standards and values is one of the most important aspects of social cognition. The process of social cognition occurs at an early age and covers various areas of life and includes ideas about physical attractiveness. The article describes the results of an experiment dedicated to the study of the formation of ideas about visual appeal for girls of preschool and early school age. It is shown that promoted in today's society values of thinness and slimness children learn very early. 5—6 year old girls prefer the ultra-thin standards embodied in the image of a modern fashion dolls (such as Barbie, Bratz, Monster High, Winx et al.) in comparison with the more realistic body image doll with normal proportions. The author has created a technique of "The Choice of a Doll". According to the results of this technique the lowest rating in the number of choices with a large negative margin of four fashion dolls got exactly this doll. The reasons for her rejection more often is an indication of its corpulence and insufficient length and thinness of her legs and arms. It is concluded that the unrealistic standards of thinness and physical harmony may be perceived by girls as the corporal norm, while realistic volumes are perceived as "fat", "big" and "ugly". Analysis of girls' speech production girls shows that the image of fashion dolls correlates them with physical standards and a certain way of life, with entertainment, idleness and social success.

Keywords: corporal standard, visual attractiveness, self appearance's discontent, fashion dolls.

Bodriiar Z. Obshchestvo potrebleniia. Ego mify i struktury. Moscow: Kul'turnaia revoliutsiia; Respublika, 2006. 269 p.

- Brunner D.* O deistvennom i nagliadno — obraznom predstavenii mira rebenkom. Obshchaia psikhologiya. Teksty: V 3 t. T.3: Sub"ekt poznaniia. Kniga 1. Izd. 2-e, ispr. i dop. /Otv. red. V.V.Petukhov. Moscow: UMK "Psikhologiya"; MPSI, 2005. Pp. 117—126.
- Zolotonosov M.* Telotsentrizm. Vechernii Peterburg. 1996, p. 4.
- Karson R., Mineka S., Batcher D.* Anormal'naia psikhologiya / Nauch. red. per. s angl. B.V. Ovchinnikov. 11-e izd. Saint Petersburg: Piter, 2004. 1168 p.
- Klinicheskoe rukovodstvo po psikhicheskim rasstroistvam / Pod red. D. Barlou. 3-e izd. Saint Petersburg: Piter, 2008. 912 p.
- Klinicheskaiia psikhologiya i psikhoterapiia / pod red. M. Perre, U. Baumann; 2-e mezh-dunar. izd. Saint Petersburg : Piter, 2002. 1312 p.
- Komer R.* Patopsikhologiya povedeniia. Narusheniia i patologii psikhiki. 4-e izd. Saint Petersburg: Praim-EVROZNAK, 2007. 640 p.
- Mukhina V.S.* Vozrastnaia psikhologiya. Fenomenologiya razvitiia: uchebnik dlia stud. vyssh. ucheb. zavedeniia. Moscow: "Akademiia", 2006. 608 p.
- Prikhozhan A.M.* Vliianie elektronnoi informatsionnoi sredy na razvitie lichnosti detei mladshogo shkol'nogo vozrasta. Psikhologicheskie issledovaniia: elektron. nauch. zhurn., 2010. no.1(9). Available at: <http://psystudy.ru> (Accessed : 05.11.2013). 0421000116/0002.
- Ramsi N., Harkort D.* Psikhologiya vneshnosti. Saint Petersburg: Piter, 2011. 256 p.
- Svensden L.* Filosofiya mody. Moscow: Universitetskaia kniga, 2012. 254 p.
- Skugarevskii O.A.* Narusheniia pishchevogo povedeniia. Minsk: BGMU, 2007. 340 p.
- Smirnova E.O., Abdulaeva E.A.* Kukly nashego vremeni. Vestnik prakticheskoi psikhologii obrazovaniia, 2006. no. 2, pp. 81—85.
- Smirnova E.O., Abdulaeva E.A., Sokolova M.V.* Igrushki detei Evropy [European Children Toys]. Psikhologicheskaiia nauka i obrazovanie psyedu.ru. [Psychological Science and Education www.psyedu.ru], 2010. no. 5, pp. 106—117. (Accessed 14.10.2013).
- Tarkhanova P.M.* Issledovanie vliianiia makro- i mikrosotsial'nykh faktorov na uroven' fizicheskogo perfektsionizma i emotsional'nogo blagopoluchiia u molodezhi [Effects of Macro- and Micro-social Factors on Physical Appearance Perfectionism and Emotional Well-Being in Young People]. Kul'turno-istoricheskaiia psikhologiya [Cultural-Historical Psychology], 2014. no. 1, pp. 89—95.
- Tarkhanova P.M., Holmogorova A.B.* Sotsial'nye i psikhologicheskie faktory fizicheskogo perfektsionizma i neudovletvorennosti svoim telom. Psikhologicheskaiia nauka i obrazovanie [Psychological Science and Education], 2011. no.5, pp. 52—60.
- Tul'chinskii G.L.* Slovo i telo postmodernizma. Ot fenomenologii nevmeniaemosti k metafizike svobody. Voprosy filosofii. 1999. no.10, pp. 35—53.
- Holmogorova A.B., Garanyan N.G.* Mnogofaktornaia model' depressivnykh, trevozhnnykh i somatofornnykh rasstroistv [Multifactor model of affective depression anxiety and somatiform disorders]. Sotsial'naia i klinicheskaiia psikhiiatriia [Social and Clinical Psychiatry], 1998. no.1, pp. 94—102.
- Holmogorova A.B., Garanyan N.G.* Emotsional'nye rasstroistva i sovremennaia kul'tura. Konsul'tativnaia psikhologiya i psikhoterapiia [Counseling Psychology and Psychotherapy], 1999. no.2, pp. 61—90.

- Holmogorova A.B., Dadeko A.A.* Fizicheskii perfektsionizm kak faktor rasstroistv affektivnogo spektra v sovremennoi kul'ture [Physical perfectionism as risk factor of affective disorders in modern culture]. *Meditsinskaia psikhologiya v Rossii* [Medical Psychology in Russia], 2010. no. 3. Available at: http://www.mprj.ru/archiv_global/2010_3_4/nomer/nomer13.php. (Accessed 14.06.2013)
- Holmogorova A.B., Tarkhanova P.M.* Standarty vneshnosti i kul'tura: rol' fizicheskogo perfektsionizma i ego posledstviia dlia zdorov'ia podrostkov i molodezhi . *Voprosy psikhologii*, 2014. no. 2, pp. 52—65.
- Dittmar H.* Dolls and Action Figures // *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* / Edited by Thomas F. Cash New York: Elsevier, 2012. Pp. 386—391.
- Dittmar H., Halliwell E., Ive S.* Does Barbie make girls want to be thin? The effect of experimental exposure to images of dolls on the body image of 5—8-year-old girls // *Developmental Psychology*. 2006, vol. 42 (2). Pp. 283—292.
- Lowes J., Tiggemann M.* Body dissatisfaction, dieting awareness and the impact of parental influence in young children // *British journal of health Psychology*. 2003, vol. 8 (2). Pp. 135—147.