

ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК АБСТРАКТНИЙ АГЕНТ
ПІДКРІПЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПРОСОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ
МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ.

Калашникова Л.В.

КДПУ ім. В. Винниченка

Становлення української державності має відбуватися в тісному взаємозв'язку з процесом цілеспрямованого формування особистості нового типу, характерними рисами якої є творче відношення до дійсності, відповідальність за загальну справу, прагнення враховувати інтереси оточення та суспільства в цілому. Перераховані якості є суттєвими ознаками просоціальної поведінки, під якою розуміємо усталену в певній культурі систему суспільно корисних, соціально позитивних взаємин за умови обов'язковості їх втілення в конкретних поведінкових актах при неспівпаданні суспільних та власних інтересів, відсутності зовнішнього контролю, практичної користі чи винагороди для суб'єкта поведінки.

Базуючись на дії загальної закономірності розвитку вищих психічних функцій, згідно якої будь-яка вища форма поведінки “ з'являється в своєму розвитку на сцені двічі – спочатку як колективна форма поведінки, як функція інтерпсихологічна, а потім як функція інтрапсихологічна, як відомий спосіб поведінки ” [5, 115], науковці намагаються визначити та дослідити закономірності впливу різноманітних підкріплювачів просоціальної поведінки, дієвість яких обумовлюється особливостями їх проникнення на ціннісно-смыслові рівні дитини.

Проблема впливу зразків на процес перетворення дитини із об'єкта в суб'єкт регуляції власної поведінки досить ґрунтовно досліджена в психології. Багаточисельні експериментальні та кореляційні дослідження підтверджують вплив реальних просоціальних моделей на вибір дитиною суспільно корисних форм поведінки [3; 6; 9; 10 та ін.].

Пояснюючи виявлену залежність західні дослідники, як правило, звертаються до основних положень теорії соціального научіння, згідно яким научіння шляхом спостереження спроможне не тільки впливати на побудову внутрішніх моделей зовнішнього світу, але й регулювати поведінку дитини, шляхом наслідування авторитетним зразкам.

На противагу західним російські та вітчизняні психологи розглядають соціальні зразки з змістовно-структурної точки зору – емоційно-когнітивними узагальненнями, а їх наслідування одним із механізмів інтеріоризації зовнішніх соціальних вимог та регуляції поведінки ззовні. Я. Л. Коломенський вказував, що соціальні еталони виконують функції орієнтирів поведінки, що санкціоновані суспільством та викликають певні установки, відношення, позиції [7].

Вивчення ролі зразків у моральному розвитку індивіда в онтогенезі було продовжено Л. І. Божович [2], А. А. Валантинасом [4], О. В. Толстих [12], С.Г.Якобсон, В. Г. Щур [14], які визначили вікову динаміку зміни зразків, мотиви їх вибору в різні періоди, роль та особливості оволодіння ними. До числа досліджень феномену зразків відносяться й роботи, присвячені вивченню особливостей ідеалів школярів, що розглядаються образами, на які дитина орієнтується, будуючи власну поведінку [1; 11; 13 та ін.]. На думку Л. І. Божович „морально-психологічний ідеал ... це не тільки знання чи об'єктивно етична категорія, це – емоційно забарвлений, внутрішньо прийнятий ... образ, який став регулятором ... власної поведінки й критерієм оцінки поведінки інших людей” [1, 329]. Ототожнюючи себе з зразком, співставляючи його та свої вчинки, особистість відчуває задоволення чи незадоволення собою, що в значній мірі може сприяти здійсненню аналогічних вчинків. Якщо на перших порах у ролі джерела виникнення позитивних емоцій, пов'язаних із здійсненням вчинка, корисного оточенню, виступають оцінки референтних дорослих, то з часом це джерело переходить у середину особистості й пов'язується із

усвідомленим збіганням між реальним та ідеальним „Я”, до складу якого входять й усвідомлені особистістю ціннісні орієнтації зразка.

Водночас із визнанням ефективності впливу реальних просоціальних моделей дослідники намагаються обмежити коло й абстрактних агентів підкріплення суспільно корисної поведінки, серед яких надзвичайно ефективними виступають засоби масової інформації.

Експериментальні дослідження, проведені західними науковцями, показали, що моделі поведінки, які демонструються на телеекрані, можуть зробити юних глядачів більш щедрими, дисциплінованими, толерантними та сприяти позитивній міжособистісній взаємодії [4; 6; 9;15].

У ранніх лабораторних дослідах Брайна та Уолбека [16] діти, як правило, вели себе просоціально (віддавали частину власних призів на благодійні потреби) після перегляду короткого фільму, де дитина демонструвала щедрю поведінку.

Польові дослідження С. Херолд [19], А. Штайна й Л. Фрідріха [17], А.Хюстона [20] продемонстрували валідність гіпотези, згідно якої просоціальний приклад, побачений на телеекрані за певних обставин, сприяє готовності глядачів здійснювати допомогу оточуючим. Зокрема, С. Херолд експериментально довела, що телевізійні просоціальні моделі мають більший вплив на поведінку глядачів, у порівнянні з асоціальними та нейтральними моделями. Проведена нею статистика порівнянь 108 просоціальних програм з нейтральними виявила, що в середньому рівень просоціальності глядачів (хоча б тимчасово) зростає з 50 % до 74 % за умови перегляду ними саме просоціальних програм [19]. Л. Фрідріх та А. Штайн також зафіксували значне зростання схильності 3-5-річних дітей до співробітництва та допомоги оточуючим після перегляду ними на протязі 4 тижнів телепередач з просоціальною спрямованістю (епізодів із телесеріалу „ Mister Roger’s Neighborhood ” – „ Містер Роджерс та його сусіди ”) [17].

Беручи за основу результати розглянутих досліджень, можна передбачити, що вплив телебачення на поведінку глядачів опосередковується конкретними зразками поведінки та інтерпритацією цих моделей дитиною, а не загальним характером передачі або іншими глобальними міркуваннями.

Визнаючи факт існування позитивної кореляції між переглядом телевізійних програм, що демонструють просоціальні моделі та здійсненням глядачами вчинків, корисних оточенню, автори статті ставили за мету виявити „приховані” треті фактори, в якості яких розглядаємо частоту та інтенсивність перегляду телевізійної продукції, що демонструє просоціальні моделі та вплив останніх на систему ідеалів молодших школярів.

Анкетуванням була охоплена група молодших школярів (120 респондентів) та їх батьки. Результати дослідження продемонстрували, що, по-перше, телебачення виступає для більшості молодших школярів (67 %) найулюбленішим видом дозвілля, і, по-друге, дало змогу підтвердити існування впливу кіносмаків на ідеали респондентів.

Кіносмаки молодших школярів виявилися досить різноманітними (табл. № 1).

Таблиця 1

Кіносмаки молодших школярів

Тематика Фільмів	Мультфільми та казки	Комедії	Пригоди та фантастика	Фільми - Жахи	Бойовики
Першокласники	64,8 %	29,7 %	19,7 %	9,8 %	21,9 %
Другокласники	47,5 %	22,3 %	58,6 %	36,3 %	40,3 %
Третьюкласники	20,4 %	31,6 %	37,2 %	76,3 %	69,8 %

За результатами анкетування молодших школярів та опитування їх батьків, тематичний ряд лишається тим же, але кількісні показники вказують на зміну пріоритетів респондентів. Виключення склали мелодрами, до яких ви-

являють стійкий інтерес тільки дівчатка (32 %). У подібних фільмах вони відшуковують свої ідеали, пов'язані з гендерними установками своєї статі.

Перше місце по пріоритетах першокласників належить мультфільмам та казкам, друге – комедіям, що пов'язано із соціальною ситуацією розвитку дітей, а саме: з їх безпосередністю, емоційністю, високим рівнем розвитку уяви та фантазії, прагненням до незвичайного.

Учні других класів на перше місце ставлять пригоди та фантастику, які демонструють сміливих та відважних героїв. Опитування показало, що за зовнішньою “могутністю” та “силою” переважна більшість респондентів не розуміють внутрішній світ та особливості мотивації поведінки телевізійних героїв. А якщо додати, що в більшості кінофільмів подібні “герої”, як правило, перемагають та одержують схвалення оточення, то стає зрозумілим, якими бажаними виглядають подібні моделі в очах маленьких глядачів.

Як з'ясувалося, фільми жахів та бойовики приваблюють як хлопчиків, так і дівчаток у молодшому шкільному віці. Саме їм третьокласники віддають перевагу. Можливо, подібну динаміку зміни рейтингу фільмів жахів та бойовиків й можна пояснити дієвістю гіпотези катарсиса, згідно якої перегляд драм зі сценами насилля допомагає дітям звільнитися від внутрішньої агресії. Не заперечуючи ймовірності того, що через фільми жахів та бойовиків молодші школярі намагаються подолати свої страхи, і через ідентифікацію з героями цих фільмів відчутти свою силу та значущість, зауважимо, що подібний стан речей може бути викликаний новими тенденціями на телебаченні, де переважна більшість телефірного часу віддається саме фільмам зі сценами насилля. Р.Кайл [6, 306] зауважує, що навіть у мультфільмах кожні три хвилини демонструється акт насилля. Д. Кун стверджує, що в Сполучених Штатах програми, які вміщують насилля, займають біля 200 телевізійних годин у тиждень [8].

Нажаль, ситуація з розподілом телефірного часу в нашій країні мало чим відрізняється від ситуації на заході. За підрахунками авторів роботи 68 %

телеефірного часу на основних каналах українського телебачення віддається повідомленням про асоціальні події, зокрема: про війни, вбивства, акти насилля та вандалізму, словесних баталій тощо. Якщо відкинути час, що відводиться на нейтральні повідомлення, а саме: про біржеві новини, прогнози погоди, спортивні результати, нові закони, то лише близько 10 % телеефірного часу відводиться для повідомлень про просоціальні вчинки: виявлення альтруїзму, благодійності, допомоги тощо.

Розмірковуючи з приводу подібних підрахунків Дж. Гербнер констатує, що в історії людства були й більш криваві епохи, однак жодна з них не була до такої міри насичена образами насилля. Й хто знає, куди нас віднесе цей страхітливий потік спостерігаемого насилля, який приходить у кожний дім через мерехтіння екранів телевізорів у вигляді сцен жорстокості, які бездоганно відрежесовані [18].

Інформація, яка споживається, найчастіше викликає у юних глядачів яскраві емоції та пов'язується з уявою, яка, створюючи чуттєві образи, може призвести до імітації поведінки телегероїв, особливо коли останні залишаються непокараними, або виправдовуються сюжетом. Проекція часто відбувається мимовільно й суттєво може вплинути на систему ідеалів юних глядачів та на спрямованість їх поведінки. 33,3 % обстежуваних у ролі ідеалів обрали телевізійні образи, що мають асоціальну спрямованість: “ Я хочу бути схожим на Джека Чана, бо він швидкий і гарно б'ється ” (Іван Ц., учень 2 класу); “ Я мрію стати Шварценеггером, бо він усіх вбиває ” (Микола К., учень 3 класу).

Подібний стан речей потребує суттєвих змін з боку держави та референтного оточення. Розв'язання означеної задачі суттєво ускладнюється за рахунок того, що переважна більшість батьків молодших школярів (73 %) виявляють слабкий інтерес або взагалі не цікавляться телевізійними уподобаннями власних дітей. До розряду небажаних вони відносять лише еротичні фільми. Фільми ж бойовики та жахи вони відносять до розряду відпочиваючих та цікавих й часто дивляться їх разом із власними дітьми.

Викликає насторогу й той факт, що в більшості сімей (за свідченням респондентів таких сімей виявилось 81%) батьки не пояснюють дітям, що телебачення зображає оточуючий світ нереалістично, що агресія є неефективним способом розв'язування конфліктних ситуацій, що вона виступає небажаною формою поведінки.

Щоб змінити виявлену тенденцію та створити сприятливі умови для включення саме просоціальних моделей до кола ідеалів молодших школярів, автори статті залучили учнів експериментальних класів до роботи гуртка “Юний глядач”, де діти не тільки знайомилися зі спеціальною добіркою телевізійних фільмів, казок, мультфільмів, в яких демонструвалися просоціальні моделі, але й залучалися до обговорення та дискусій з приводу переглянутого.

Вибір подібних методів роботи гуртка обумовлюється тим, що в їх основу покладено принцип діалогу, який передбачає орієнтацію учасників спілкування один на одного та розвиток взаєморозуміння, що можливе при відповідній децентрованій спрямованості уваги та соціальної перцепції.

Поступово серед учнів експериментальних класів почали яскраво виявлятися тенденції зміни змістовних відношень не тільки до предмету обговорення, але й до міжособистісних взаємин. Зміни першого типу відношень полягають у збільшенні обсягу знань дітей про просоціальні імперативи, у виробленні молодшими школярами позитивного особистісного й емоційного ставлення до них та їх носіїв. Свідченням подібних змін є й значне зростання (з 7% до 36%) вмісту просоціальних моделей в складі ідеалів молодших школярів експериментальних груп у порівнянні з контрольними групами.

Зміни другого типу відношень виявляються не тільки в розвитку діалогічної культури та рівня комунікативності учасників дискусії, але й – в демонстрації прагнення вчинити просоціально. Здатність обмінюватися думками, сприймати альтернативний погляд на проблему, враховувати зауваження розвиває взаєморозуміння та конструктивну взаємодію учасників

гуртка. Поступово починає зменшуватися психологічна відстань між ними та зростає прагнення зрозуміти та поліпшити стан іншого.

Щоб закріпити позитивні зміни, паралельно було організовано роботу з батьками молодших школярів, яка зводилася до бесід, де аргументовано пояснювався той факт, що хоча телевізійне насилля й не виступає першопричиною агресивної поведінки дітей, однак воно все ж здатне спровокувати вияв агресії. Пам'ятаючи, що діти, як правило, моделюють батьківські уподобання в галузі телевізійних програм та використовують в якості керівництва реакцію батьків на певні передачі, батькам було запропоновано наступний алгоритм дій:

1. Обмежте загальну кількість часу, відведеного для перегляду телепередач, щоб телебачення не відіграло домінуючої ролі в формуванні образу навколишнього світу у вашої дитини. Якщо треба, складіть розклад годин, коли можна дивитись телевізор.

2. Уважно слідкуйте за тим, що дивиться ваша дитина. Переключіть на інший канал або виключіть телевізор, якщо вважаєте програму шкідливою. Будьте готові запропонувати дитині гру або заняття, які стимулюють її уяву та творчість.

3. Самі знаходьте програми, які можуть сподобатися вашій дитині, особливо ті з них, які дають зразки конструктивної поведінки та позитивних соціальних відношень

4. Дивіться телевізор разом з дитиною, щоб мати можливість корегувати вплив телепередач. Допмагайте вашій дитині навчитися відрізнати телевізійні фантазії від реальності. Вказуйте на спотворення дійсності та стереотипи, коли вони з'являються на телеекрані

5. Обговорюйте з дитиною конфліктні ситуації та акти насилля, які демонструються по телебаченню. Спонукайте дитину до знаходження інших, розумних і позитивних варіантів реакцій на подібні ситуації.

6. Своїм осудом демонструйте дитині власну незгоду та неприйняття агресивних форм поведінки телегероїв. Наголошуйте на тому, що агресивні телевізійні герої – це не те, кому треба наслідувати. Пам'ятайте, якщо діти ідентифікують себе з агресивними телевізійними персонажами, вони стають більш агресивними [4, 761].

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна констатувати існування позитивної кореляції між переглядом телепродукції, що демонструє просоціальні моделі та зростанням вмісту просоціальних вчинків в поведінці учасників гуртка „ Юний глядач ” ($t = 2,69, p < 0,05$). Ефект впливу фактора статі був незначним. Крім того було виявлено, що референтні дорослі, контролюючи та регулюючи кіносмаки власних дітей, можуть сприяти включенню просоціальних моделей до системи їх ідеалів. Практичне значення проведеного дослідження значно зросте за умови вивчення впливу фактора експериментальних умов та інтенсивності зростання просоціальності поведінки в повсякденному житті молодших школярів після перегляду ними телепродукції, що демонструє суспільно корисні моделі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте. – М.: Просвещение. – 1968. – 464 с.
2. Божович Л. И., Конникова Т. Е. О нравственном развитии и воспитании детей // Вопр. психологии. – 1975. - № 1. – С. 80-89.
3. Бронфенбренер У. Два мира детства. – М., 1976. - 165 с.
4. Валантинас А. А. Взаимосвязь эмпатии и усвоения нравственных норм детьми младшего школьного возраста. Автореф.: дис. ... канд. псих. наук. – Вильюнас, 1988. – 24 с.
5. Выготский Л. С. Проблемы возрастной периодизации детского развития // Вопр. психологии. – 1972. – № 2. - С.114 - 123.
6. Кайл Р. Детская психология: Тайны психики ребенка / Серия «Психологическая энциклопедия». – СПб.: прайм. – ЕВРОЗНАК, 2002. – 416 с.

7. Коломенский Я. Л. Социальные эталоны как стабилизирующие факторы „социальной психики” // *Вопр. психологии.* – 1972. - № 1. – С. 99 - 110.
8. Кун Д. Основы психологии: Все тайны поведения человека. – СПб., 2002. – 864 с.
9. Майерс Д. Социальная психология. 6-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2002. – 752 с.
10. Субботский Е. В. Исследование проблем взаимопомощи и альтруизма в зарубежной психологии // *Вопр. психологии.* – 1977. – № 1. – С. 164 - 174.
11. Чудаков Н. И. Нравственный идеал и формирование личности школьника // *Вопр. психологии.* - 1973. - №3. – С. 104 - 113.
12. Толстых А. В. Роль нравственного идеала в формировании личности // *Вопр. психологии.* - 1979. - №5. – С. 156 - 160.
13. Чудновский В.Э. Нравственная устойчивость личности: Психологическое исследование. – М. : Педагогика, 1981. – 203 с.
14. Якобсон С. Г. , Щур В. Г. Психологические механизмы усвоения детьми этических норм // *Психологические проблемы нравственного воспитания детей.* – М. : Изд –во АПН РСФСР, 1977. – С. 59 - 108.
15. Bryan J. H. Children’s reactions to helps: Their money isn’t where their mouths are. In J. Macauley & L. Berkowitz (Eds.). *Altruism and helping behavior.* New York: Academic Press, 1970.
16. Bryan J. H. , Walbek N. H. Preaching and Practicing Generosity: Children’s Actions and Reactions // *Child Development.* 1970, v. 41, № 2.
17. Friedrich L .K. & Stein A. N. Aggressive and prosocial television programs and the natural behavior of preschool children. *Society for Research in // Child Development.* 1973, 38.
18. Gerbner G. The politics of media violence: Some reflections. In C. Hamelink & O.Linne (Eds.), *Mass communication research: On problems and policies* Norwood, N J: Ablex. 1994. (p. 464).

19. Hearold S. A synthesis of 1,043 effects of a television on social behavior / In G. Comstock (Ed.), Public communications and behavior (Vol. 1, pp. 65-133). New York: Academic Press, 1986.

20. Huston A. C. & Wright J. C. Mass media and childre's development / In W. Damon (Ed.), Hand-book of child psychology (Vol.4). New York: Wiley, 1998.

В статье рассматриваются вопросы влияния средств массовой информации, в частности телевидения, на направленность поведения и систему идеалов младших школьников.

Раскрываются взгляды зарубежных и отечественных психологов на роль образцов в процессе превращения ребенка из объекта в субъект собственного поведения. Описываются результаты исследования, проведенного с группой младших школьников и их родителей в рамках данной проблемы.