

ству критериев выше у обеих групп детей 6—7 лет. Обратная зависимость наблюдается по критерию «эмоциональной насыщенности продуцируемых образов». Показатели по этому критерию у детей 6—7 лет ниже показателей детей 5—6 лет. Это происходит потому, что в возрасте 5—6 лет начинает бурно развиваться словесное фантазирование у детей. Дети осваивают приемы и средства преобразования своих представлений, совершенствуют их, начинают экспериментировать накопленным в их опыте материалом. Они как бы «открывают» свои новые возможности, образы воображения детей становятся более эмоциональными, богатыми, содержательными. А в 6—7 лет происходит спад, дети «наэкспериментировались», приемы и средства создания новых образов становятся уже более совершенными по сравнению с младшим возрастом, улучшается качество содержания сказок, а его эмоциональная насыщенность снижается.

Из графиков на *рис. 2* видно, что по сравнению с нормально говорящими сверстниками, меньшее количество сказок детей с ФФНР имеет композицию. Дети с ФФНР чаще воспроизводят знакомые сказки, а не сочиняют свои. У них реже встречается описание персонажей. Меньшее количество высказываний представляют собой связное повествование. Образы их воображения менее эмоциональные. Таким образом, дети с нарушениями речи в меньшей степени овладевают приемами и средствами преобразования своих представлений, чем нормально говорящие сверстники. Их сказки по содержанию являются более бедными, менее оригинальными и структурированными; образы воображения менее яркими и эмоциональными.

В результате анализа материалов исследования были установлены следующие особенности воображения детей с ФФНР:

Развитие и воссоздающего, и творческого воображения детей с фонетико-фонематическими нарушениями речи протекает в соответствии с теми же закономерностями, что и развитие воображения детей с нормальным речевым развитием. Но несмотря на это, воображение детей с ФФНР несколько беднее, чем у нормально говорящих сверстников, его продукты менее оригинальны и последовательны, хуже структурированы. Наиболее значимое отличие воображения у таких детей заключается в том, что его образы мало насыщены эмоциями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Виготский Л.С.* Собр. соч.: В 6 т. М., 1982. Т. 2.

Л.Г. Попова, Э.Г. Кугелева

ОБРАЗ ЛЮБИМОГО ТЕЛЕГЕРОЯ У ДЕТЕЙ 8—9 ЛЕТ

Данная работа посвящена изучению влияния телевидения на младших школьников, в частности, анализу образов любимых детьми телегероев.

Анализ литературных источников показывает, что телевидение имеет высокий потенциал влияния на массовое сознание, особенно на сознание детей. Телевидению удалось потеснить личные игровые контакты детей, чтение. Оно изменило направленность и содержание обычных эмоционально-речевых контактов [5].

В литературе существует своеобразная полемика: одни авторы счи-

© Л.Г. Попова, Э.Г. Кугелева, 2000

тают влияние телевидения пагубным, а зрителя — пассивным объектом манипуляции и внушающих воздействий со стороны создателей телепродукции [6; 7], другие видят в зрителе активного участника телекоммуникационного процесса, «берущего» из посылаемой ему информации только ту, которая релевантна его собственному мировоззрению [8; 9]. Полностью перекладывая вину на телевидение, некоторые родители пытаются уйти от ответственности за воспитание своих детей. Однако, несомненным является и тот факт, что определенное воздействие со стороны телевидения все-таки существует, и его эффекты следует изучать.

Одним из способов психологического воздействия телевидения является воздействие через внешнее подражание телегероям. Это особенно актуально для младшего и среднего школьного возраста, когда отождествление с каким-нибудь героем влияет на формирование идеального Я ребенка [1]. Больше всего психологов беспокоит агрессия, которую часто демонстрируют с экранов положительные герои [2; 3; 4]. Обычно примером для подражания становится киногерой, характерные черты которого по той или иной причине привлекательны для ребенка. Сегодня в «привилегированном» положении оказываются герои многочисленных телесериалов: художественных и мультипликационных, которые дети и их родители смотрят почти в каждой семье. Воздействие их образа поведения и системы ценностей особенно сильно, потому что зрители видят их каждый день или каждую неделю в течение нескольких месяцев и даже лет («Санта-Барбара»).

В своем исследовании мы поставили цель проанализировать те образы любимых героев, которые формируются в сознании детей младшего школьного возраста при просмотре телесериалов. Работа проводилась на базе средней общеобразовательной школы № 119 и гимназии № 47 города Екатеринбурга. В исследовании приняли участие 37 родителей и 20 детей (учащихся 2-го класса). Для решения поставленных задач использовались следующие методы психологического исследования: анкетный опрос, беседа и контент-анализ. Исследование состояло из двух этапов.

Первый этап состоял из анкетирования родителей и первой беседы с детьми. Вопросы анкеты были направлены на выявление наиболее популярных среди детей 8—9 лет телепередач, а также на выяснение того, отслеживают ли родители влияние просмотренного материала на поведение и эмоциональное состояние ребенка. Первая беседа позволила выделить те качества любимых героев, которые детям нравятся либо не нравятся.

Второй этап включал в себя демонстрацию детям двух фильмов, последующую беседу и контент-анализ как беседы, так и самих фильмов. Фильмы для второго этапа экспериментального исследования были отобраны согласно данным, полученным из анкеты и первой беседы. Это телесериал «Удивительные странствия Геракла» и мультсериал «Вуди и его друзья». В десятке самых популярных сериалов они заняли третье место (анализ полученных анкет показал, что их смотрят 27 % детей, среди них примерно равное количество мальчиков и девочек), также эти сериалы упоминались детьми как любимые в первой беседе.

Метод контент-анализа был использован следующим образом: фильмы, которые предлагались детям, были для удобства разделены на смыс-

ловые эпизоды. Каждый эпизод с участием главного героя, был проанализирован с точки зрения той ролевой позиции, в которой герой находился в нем. Была выделена обобщенная категория контент-анализа. Ею стало понятие ролевой позиции. Эта категория подразделялась на подкатегории (или частные категории) соответственно названиям выявленных ролевых позиций. В кодировочной инструкции (см. ниже) даны развернутые описания соответствующих подкатегорий. Использовался метод сплошного подсчета частоты встречаемости подкатегорий в ответах детей, то есть регистрировались все указания на соответствующую подкатегорию. Полученные результаты представляют интерес с той точки зрения, насколько полно представлены различные частные категории в протоколах детских бесед. Анализировалось также, какая категория представлена наиболее полно и почему.

Далее приводятся кодировочные инструкции к анализу работ по обоим фильмам.

1. *«Удивительные странствия Геракла»*. Главный персонаж фильма — герой древнегреческого эпоса Геракл, обладающий невиданной силой полубог, который путешествует по Греции и спасает людей от произвола злых богов. Нам удалось вычлнить 7 ролевых позиций, в которых он находился в различных эпизодах фильма:

1) *Сильный, ловкий, смелый спаситель*. Учитывалось любое указание на сражение и победу над кем-либо ради защиты людей, а также на требующиеся для этого особые качества и способности.

2) *Сын, отец, муж*. Любые указания на семью Геракла.

3) *Хороший, надежный друг*. Упоминание сцены спасения друга, мести за друга, указание на важность дружбы для Геракла.

4) *Геракл в ярости*. Упоминание эпизодов, в которых Геракл проявлял свою ярость, описание его как агрессивного и жестокого.

5) *Геракл в скорби*. Указания на грустные для героя минуты, на его скорбь о погибшей семье.

6) *Геракл в раздумьях о своем предназначении*. Упоминание ситуаций, когда Геракл раздумывает о сути своей жизни, о предназначении, решает не изменять себе.

7) *Геракл, мстящий за свою семью*. Указание на тот факт, что многие действия Геракла в этой серии продиктованы идеей мести.

2. *«Вудди и его друзья»*. Главный герой — озорной дятел Вудди. Все животные персонажи этого мультфильма антропоморфны, и отношения между ними напоминают отношения в человеческом обществе. Для Вудди было выделено также 7 ролевых позиций (совпадение случайно):

1) *Храбрец*. Указание на смелость Вудди, на то, что он ничего не боится.

2) *Победитель, ловкий и сообразительный*. Указание на изобретательность и находчивость Вудди, которые помогают ему справиться с врагами.

3) *Насмешник, притворщик*. Указание на то, что приемы и манеры Вудди забавны, смешны.

4) *Нарушитель спокойствия*. Указание на тот факт, что Вудди дерзко ведет себя по отношению к окружающим.

5) *Пострадавший*. Указание на то, что и Вудди порой не везет.

6) *Мститель*. Указание на то, что Вудди мстит своим обидчикам.

7) *Дятел*. Упоминание способностей Вудди, связанных с тем, что он «обычный» дятел.

Под «указанием» или «упоминанием» имеется в виду элемент содержания текста, состоящий из слова, нескольких слов или предложения, посвященного данному герою.

Рассмотрим результаты, полученные на первом и на втором этапах исследования. Анализ анкет показал, что современные младшие школьники проводят у телеэкранов значительную часть своего свободного времени. Следовательно, влияние телевидения на них велико. Большинство опрошенных родителей (89 %) стараются отслеживать это влияние, снимать его негативные эффекты и углублять позитивные посредством совместного обсуждения передач или запрещения просмотра некоторых из них.

Далее, анализируя анкету и первую беседу, мы выяснили наиболее любимые детьми этого возраста телепередачи. Ими оказались мультфильмы (60 % опрошенных детей) и художественные фильмы (55 %). Из жанров художественных фильмов детям больше всего нравятся комедии (89 %) и боевики (62 %), причем мальчики достоверно чаще смотрят боевики, чем девочки (коэффициент углового преобразования Фишера $\varphi'=2,35$).

В целом при исследовании данной выборки наиболее яркие тенденции проявились именно в предпочтениях мальчиков. Например, им больше нравятся «военные» сериалы с командой агрессивных, смелых и мужественных героев. Своими любимыми телегероями мальчики в 100 % случаев называли персонажей с выраженной маскулинностью (например, Геракл, герои Ж.-К. Ван Дамма). Девочки же выбирают либо комических, почти бесполох персонажей, либо пары разнополох героев. На женственных персонажей приходится только 10 % всех ответов девочек. Отсюда мы сделали вывод о том, что мальчикам в данном возрасте более свойственна идентификация с героем по половому признаку, чем девочкам.

Беседа с детьми позволила выделить ряд характерных свойств, которыми обладает образ любимого ими телегероя:

1. Образ настолько конкретен в сознании ребенка, что он затрудняется в расчленении его на положительные и отрицательные качества;

2. Образ любимого героя почти не содержит отрицательных качеств. Если же ребенок называет какие-то отрицательные качества, то в его сознании они связаны с определенной ситуацией (например, любопытство попало в число отрицательных качеств, так как в одной из серий герой из-за него потерпел неудачу);

3. Наряду с качествами характера большую роль для ребенка играют также внешние атрибуты и те качества героя, которые связаны с характеристикой внешности и поведением в конкретных ситуациях (например, летательный аппарат героя, мускулы, способность драться, цвет волос).

Данные выводы удалось подтвердить и расширить, анализируя результаты второго этапа исследования. Во второй беседе дети характеризовали понравившихся им героев фильма (в данном случае это Геракл и Вудди). Была подсчитана частота встречаемости соответствующих подкатегорий (по кодировочной инструкции) в протоколах беседы.

В *табл. 1* представлены данные, полученные при характеристике Геракла.

Таблица 1

ЧАСТОТА ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ РОЛЕВЫХ ПОЗИЦИЙ ГЕРАКЛА В ОТВЕТАХ ДЕТЕЙ

Рольевые позиции	Кол-во упоминаний во всех протоколах	Среднее кол-во упоминаний
Сильный, ловкий, смелый спаситель	41	3,15
Сын, отец, муж	1	0,08
Хороший, надежный друг	2	0,15
Геракл в ярости	1	0,08
Геракл в скорби	0	0
Геракл в раздумьях о своем предназначении	5	0,38
Геракл, мстящий за свою семью	2	0,15

Из табл. 1 видно, что Геракл, испытывающий сильные эмоции (ярость, скорбь, желание отомстить), почти не упоминается. Также игнорируется Геракл-семьянин. Создается впечатление, что дети, во-первых, не хотят видеть своего любимого героя в этических сомнениях, а во-вторых, воспринимают его как человека, независимого от внешних обязательств (семьи), а значит, беспристрастного.

На первом месте в ответах стоит подкатегория №1 «Сильный, ловкий, смелый спаситель» (41 упоминание) — этой роли Геракла дети отдают предпочтение. В данном качестве Геракл выступает явным образом как минимум в 3-х эпизодах фильма, также эта роль Геракла часто проговаривается другими героями. Этот факт, в первую очередь, послужил причиной столь частого упоминания данной рольевой позиции в ответах детей. Но, вероятно, есть и другая причина: эта рольевая позиция героя сугубо положительна, в ней почти нет нюансов. Когда Геракл пребывал в других ролях в этой серии (например, в роли мужа, в скорби или мести) ему свойственны были сомнения в своем предназначении, неверные, даже «плохие» поступки под влиянием сильных эмоций, и только принимая на себя роль спасителя, он всегда действовал «правильно» и без колебаний.

Сравним полученные данные с характеристикой Вудди (табл. 2):

Таблица 2

ЧАСТОТА ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ РОЛЕВЫХ ПОЗИЦИЙ ВУДДИ В ОТВЕТАХ ДЕТЕЙ

Рольевые позиции	Кол-во упоминаний во всех протоколах	Среднее кол-во упоминаний
Храбрец	4	0,21
Победитель, ловкий и сообразительный	21	1,1
Насмешник, притворщик	24	1,26
Нарушитель спокойствия	0	0
Пострадавший	0	0
Мститель	5	0,26
Дятел	7	0,37

Из табл. 2 видно, что Вудди воспринимается уже не так упрощенно, как Геракл. Вероятно, это связано с тем, что озорной Вудди, возраст которого определить невозможно, более близок детям 8—9 лет, чем взрослый и серьезный Геракл.

Рольевая позиция спасителя у Геракла в чем-то сходна с позицией победителя у Вудди: их объединяет то, что герою требуется победить каких-то врагов. Но между ними есть и разница. У Геракла роль победителя занимает первое место с явным преимуществом по отношению к другим позициям, у Вудди почти столько же упоминаний приходится

еще на одну роль — «насмешник, притворщик». Вудди побеждает своих противников изобретательно и с юмором, и для детей это важно. В его арсенале гораздо больше «приемчиков» (выражение ребенка), чем просто рукопашный бой. Позиция насмешника не является ни только положительной, ни только отрицательной, что, на наш взгляд, добавляет в образ Вудди больше жизненности.

На основе сказанного можно заключить, что Геракл и Вудди являются героями-антагонистами, несмотря на то, что обоих дети считают своими любимыми героями. Геракл — положительный герой, а Вудди — герой развлекающий, он не положительный и не отрицательный. В итоге напрашивается вывод, что существует как минимум два типа любимых детьми героев телесериалов. Герои каждого из этих типов по-разному представлены в сознании ребенка и, вероятно, по-разному на него влияют. У этой дифференциации более сложное основание, чем то, что описывается в терминах «положительный герой/отрицательный герой». Можно предположить, что она связана с теми функциями, которые выполняют полюбившиеся детям герои. Возможно, Вудди отводится функция развлечения, а Геракл выполняет функцию судьи, давая четкие понятия о добре и зле, о справедливости.

Данные исследования могут быть продолжены в плане изучения возрастной динамики изменения представлений о любимом герое.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М., 1986.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М., 1991.
3. Дети и насилие на телевидение // «АПА Монитор». 1998. № 6.
4. Дроздов Ю.А. На экране и вне его: социально-психологические аспекты влияния телевидения // Психол. газета. 1998. № 10.
5. Социально-психологические и лингвистические характеристики форм общения и развития контактов между людьми. Л., 1970.
6. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.
7. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Пер. с англ; Науч. ред. Я.Н.Засурский. М., 1980.
8. Eco, U. Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message. Working Papers in Cultural Studies. 1972. 2.
9. In McQual, D. & Windhal, S. Communication Models for the Study of Mass Communication. 2nd Edition. Longman, 1993.

Л.Г.Попова, А.Е.Ильина

САМООЦЕНКА ПОДРОСТКОВ

Самооценка — сложное личностное образование. В самом общем виде это — оценка личностью самой себя, своих возможностей, качеств и места среди других людей. Подростковый возраст — период интенсивного развития самосознания и самооценки. Целью данной работы является исследование самооценки у подростков.

В психологических исследованиях проблема самооценки не обделена вниманием. Наиболее полную разработку понятия «самооценка» получило в трудах российских психологов А.В.Захаровой, И.С.Кона, С.Р.Пантилеева, И.И.Чесноковой, а также зарубежных — Р.Бернса, С.Куперсмита, М.Розенберга и др. [1—7]. Общим теоретическим основанием во всех исследованиях является рассмотрение самооценки как важнейшего личностного образования, которое принимает непосредствен-

© Л.Г.Попова, А.Е.Ильина, 2000