

К. В. РАДЧЕНКО

**ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ УКРАЇНСЬКИХ ПЕДАГОГІВ
ЗАЛЕЖНО ВІД РІВНЯ СТЕРЕОТИПНОСТІ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА**

Розкрито деякі особливості проявів традиційних гендерних стереотипів українських педагогів залежно від стереотипності сучасних мас-медіа, виявлені за результатами емпіричного дослідження. Показано ефективність дисперсійного аналізу для визначення впливу мас-медіа на створення зазначених стереотипів у педагогічних працівників.

Ключові слова: гендерні стереотипи, сучасні мас-медіа, українські педагоги, емпіричне дослідження, контент-аналіз.

К. В. РАДЧЕНКО

**ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ УКРАИНСКИХ ПЕДАГОГОВ
В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УРОВНЯ СТЕРЕОТИПНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ
МАСС-МЕДИА**

Раскрыты особенности проявлений традиционных гендерных стереотипов украинских педагогов в зависимости от стереотипности современных масс-медиа, выявленные по результатам эмпирического исследования. Показана эффективность дисперсионного анализа для определения влияния масс-медиа на создание указанных стереотипов у педагогических работников.

Ключевые слова: гендерные стереотипы, современные масс-медиа, украинские педагоги, эмпирическое исследование, контент-анализ.

K.V. RADCHENKO

**THE PECULIARITIES OF GENDER STEREOTYPES OF UKRAINIAN
TEACHERS AND THE STEREOTYPES LEVEL IN MASS-MEDIA**

On the basis of the results of empirical study the author reveals the peculiarities of manifestation of Ukrainian teachers' traditional gender stereotypes depending on stereotyping of modern mass-media. The effectiveness of dispersive analysis for defining the impact of mass media on formation of the mentioned teachers' stereotypes is demonstrated.

Keywords: gender stereotypes, modern mass-media, Ukrainian teachers, empiric research, content-analysis.

Могутніми агентами гендерної соціалізації особистості в сучасному суспільстві є, серед інших, освіта і мас-медіа, ефективність діяльності котрих як інститутів соціалізації має оцінюватися не тільки і не стільки тим, як успішно вони забезпечують висвітлення успадкованих від минулого цінностей і традицій, скільки тим, чи сприяють вони поширенню та засвоєнню нових демократичних цінностей, у тому числі егалітарних, і формують в особистості прагнення до самореалізації в різних сферах суспільного життя, незалежно від традиційних гендерних стереотипів.

Діяльність педагога (вихователя) має неабияке значення у формуванні особистості, розвитку її здібностей та упереджень, створенні здорового суспільства загалом. Окрім широкого світогляду та знання свого предмета, підходу до навчання, вибору методів навчання і виховання учнів, сама особистість педагога відіграє одну з провідних ролей у навчально-виховному процесі. Педагоги є основними агентами соціалізації у школі і значно впливають на формування в учнів уявлень про якості чоловіків і жінок, їхні ролі, професійну діяльність, створення традиційних чи егалітарних гендерних стереотипів тощо. Упередження та погляди педагога, ступінь їхньої стереотипності сприймаються учнями підсвідомо.

Проблема вивчення гендерних стереотипів у педагогічних працівників є дещо новою для вітчизняних дослідників. Окремі питання впровадження гендерного знання у сферу освіти та

формування гендерної компетентності педагогічних працівників стали предметом дослідження багатьох українських учених, зокрема: О. І. Бондарчук, Т. В. Говорун, Л. І. Даниленко, Л. М. Карамушки, О. М. Кікінежді, В. П. Кравця, О. О. Нежинської, В. В. Олійника та ін [1; 2]. Проте більшість робіт цих авторів присвячено особливостям підготовки керівників до реалізації гендерного підходу в управлінні навчальними закладами та формуванню гендерної компетентності цієї категорії педагогічних працівників. Питання ж дослідження впливу мас-медіа на формування гендерних стереотипів у педагогів залишилося поза увагою дослідників. Саме тому емпіричне дослідження особливостей створення гендерних стереотипів засобами масової інформації (ЗМІ) було проведено нами на прикладі українських педагогічних працівників.

Мета статті: висвітлення особливостей проявів традиційних гендерних стереотипів українських педагогічних працівників залежно від стереотипності сучасних мас-медіа за результатами проведеного нами емпіричного дослідження.

Мас-медіа є не лише загальнодоступним джерелом нової інформації, а й методом поширення та закріплення настанов і стереотипів у суспільстві, тобто засобом формування світогляду й одним із найсильніших агентів соціалізації людини. Відповідно заклади освіти, як важливі інститути соціалізації взагалі й гендерної зокрема, також відіграють дуже велику, якщо не головну роль у гендерній освіті дітей. Дитина проходить через низку установ, створених суспільством: дошкільні, загальноосвітні, вищі навчальні, позанавчальні заклади (центри, клуби, бібліотеки) тощо.

На шкільні роки припадає основний період формування гендерної культури, громадянських цінностей, самоусвідомлення себе чоловіком або жінкою. «У школах і університетах ми знаємо, хто є важливим для суспільства, а хто – ні, хто вплинув на хід історії, на розвиток науки, мистецтва, літератури, які можливості та яка відповідальність існує для різних людей у суспільстві. Освітні заклади разом з рештою агентів гендерної соціалізації визначають наші можливості особистого, громадянського і професійного вибору. Зрештою, школа вчить нас на власному прикладі. Сама організація освіти, як і панівні тут гендерні ролі, вбудовують у нас модель «нормального» життя і диктують нам жіночі й чоловічі статусні позиції» –, зазначає О. Р. Ярська-Смірнова [3, с. 94].

Завданням загальноосвітнього навчального закладу (ЗНЗ) є створення необхідних умов для формування егалітарної свідомості, вільної від гендерних стереотипів, а також поваги до особистості незалежно від статі та відповідальності за свої міжособистісні взаємини в соціумі. Навчально-виховна робота зі школярами передбачає не лише володіння методикою і технологією впровадження гендерного підходу в освітній процес (поширення гендерних знань, формування гендерної культури, трансформації стереотипів, що перешкоджають реалізації гендерної рівності, тощо), а й потребує від педагога відповідного рівня особистої гендерної культури. Під гендерною культурою педагога ми розуміємо сукупність статоворольових характеристик його поведінки, які виражаються у виборі стилю спілкування, способів педагогічної діяльності та освітніх пріоритетів, що відображенні в соціальних і гендерних стереотипах.

Протягом трьох років на базі державного вищого навчального закладу «Університет менеджменту освіти» (м. Київ) та інститутів післядипломної педагогічної освіти 14 областей України нами було проведено емпіричне дослідження особливостей створення гендерних стереотипів сучасними мас-медіа серед українських педагогічних працівників ЗНЗ, в якому загалом взяли участь 364 особи.

За результатами опитування педагогів було здійснено їхній розподіл за статтю, віком, стажем роботи, типом навчального закладу, освітою, посадою, місцем проживання.

Привертають увагу насамперед три показники такого розподілу. Перший – із загальної кількості опитуваних значну більшість становили педагоги-жінки (88,9%). Нерівність за статевою ознакою зумовлена незначною представленістю чоловіків у педагогічній сфері вже протягом багатьох років. Другий – за типом навчального закладу, де працюють педагоги. У ЗНЗ нового типу (ліцях, гімназіях, коледжах) кількість педагогічних працівників серед опитаних майже вдвічі менша (33,7%), ніж у традиційних навчальних закладах (66,3%). Третій показник показує домінування педагогів-гуманітаріїв (76,5%) над математиками, фізиками (23,5%) та ін.

У дослідженні ми гіпотетично припустили, що рівні проявів гендерних стереотипів українських педагогів пов'язані з рівнем стереотипності ЗМІ, яким вони віддають перевагу.

Мета і гіпотеза дослідження визначили його завдання: 1) визначити рівні проявів гендерних стереотипів у педагогічних працівників; 2) виявити відмінності в рівнях проявів гендерних стереотипів українських педагогів залежно від рівнів продукування гендерних стереотипів мас-медіа, яким вони віддають перевагу.

За частотою звернення досліджуваних до певних видів мас-медіа та рівнем продукування ними гендерних стереотипів було визначено гіпотетичний вплив мас-медіа в контексті створення гендерних стереотипів у досліджуваних. Ми вважали, що низький рівень створення гендерних стереотипів мас-медіа можна констатувати за незначної кількості звернень до певного виду мас-медіа та низького рівня продукування гендерних стереотипів у змісті матеріалів; високий – за частого звернення до цього виду мас-медіа і високого рівня продукування гендерних стереотипів у змісті матеріалів. В інших випадках вплив мас-медіа у створенні гендерних стереотипів уважався середнім.

На першому етапі проведеного нами емпіричного дослідження в результаті опитування педагогічних працівників і контент-аналізу змісту матеріалів, що подавалися в сучасних мас-медіа, визначалася частота звернень досліджуваних до таких їх видів: газет, журналів, радіо, телебачення, Інтернет.

Зважаючи на велику роль телебачення й Інтернету в наш час, саме ці різновиди мас-медіа, на нашу думку, мали би домінувати над іншими видами, проте аналіз відповідей педагогічних працівників на запропонований нами опитувальник показав дещо іншу картину.

Так, найпопулярнішим мас-медіа педагогічні працівники назвали радіо (57,8 % опитаних зазначили, що слухають радіо дуже часто). Респонденти пояснюють це тим, що радіомовлення – найдоступніший спосіб отримання інформації. Окрім того, пасивне слухання не відволікає їх від основного заняття.

Друге місце за популярністю посіли журнали (34,8 % опитаних повідомили, що послуговуються журналами дуже часто). 88,9 % респондентів становлять жінки. Відповідно, найпопулярнішими для них журналами є жіночі видання («Наталі», «Ліза», «Отдохни», «Единственная»), наповнені традиційними стереотипними уявленнями про роль жінки і чоловіка в суспільстві.

Газети є менш популярними (34,3 % опитаних читають ці видання зрідка). Характерно, що педагогічні працівники віддають перевагу місцевим регіональним газетам, зокрема «Факты и комментарии», «Сегодня».

Щодо телебачення, то 40,9 % опитаних педагогів переглядають телевізійні програми досить рідко. Це переважно новини, розважальні телешоу («Танці з зірками», «Міняю жінку», «Україна має таланти» тощо) і телесеріали («Інтерни», «Татусеві дочки», «Свати» та ін.). Майже всі зазначені телепередачі транслюються у прайм-тайм, тобто у найзручніший час, коли частотність та обсяг транслювання рекламних повідомлень, переповнених стереотипними образами жінки, є найбільшими.

Інтернетом дуже рідко користуються 27,6 % респондентів, а дуже часто – 24,3 %. Дані опитування свідчать про те, що Інтернет є дуже популярним видом мас-медіа, але через новизну та відносно високу вартість для сільських мешканців ще не є легкодоступним. Люди старшого віку також менше звертаються до Інтернету в зв'язку з поганою обізнаністю в методах роботи з технічними засобами, що забезпечують доступ до мережі. Молодь і жителі міст, навпаки, називають Інтернет одним із основних джерел нової інформації. Їх приваблює швидкість і ненав'язливість роботи з цим видом мас-медіа, можливість ознайомитися з кількома поглядами на одну проблему та самостійно обрати більш-менш об'єктивний підхід до певної новини. При цьому найпопулярнішими електронними сайтами серед педагогічних працівників є пошукові сервери: www.google.com, www.yandex.ru, www.meta.com, www.wikipedia.org і соціальні мережі: www.odnoklasniki.ru, www.vkontakte.ru.

За результатами опитування учасників експерименту визначено найпопулярніші періодичні видання серед педагогічних працівників, що не пов'язані з їхньою професійною роботою: «Факты и комментарии», «Сегодня»; журнали «Наталі», «Отдохни», «Единственная».

На наступному етапі дослідження за частотою звернення досліджуваних до певних видів мас-медіа та рівнем продукування ними гендерних стереотипів було визначено гіпотетичний вплив мас-медіа в контексті створення гендерних стереотипів у досліджуваних педагогів. Із проведеного нами аналізу випливає, що високий рівень впливу на створення традиційних гендерних стереотипів у педагогів мають «жіночі» журнали (48,4 %); середній – телебачення (62,1 %) і рекламні ролики (51,3 %); низький – Інтернет (71,9 %), газети (44,2 %) і радіо (89,9 %).

За результатами опитувальника Т. В. Говорун і О. М. Кікінежді «Поширеність гендерних стереотипів» [1] і контент-аналізу співвідношення традиційних і егалітарних стереотипів в уявленнях досліджуваних за результатами методики «Хто Я?» М. Куна – Т. МакПартланда (у модифікації Т. В. Рум'янцевої) [2, с. 82–103] було визначено п'ять рівнів вираженості гендерних стереотипів у досліджуваних педагогів: низький (11,9 %), нижчий за середній (39,5 %), середній (21,5 %), вищий за середній (15,8 %), високий (11,3 %).

За наведеними даними, у найбільшій кількості досліджуваних рівень прояву гендерних стереотипів є нижчим за середній (39,5 %), значна кількість освітян мають середній (21,5 %) і вищий за середній (15,8 %) рівні проявів гендерних стереотипів.

За результатами дисперсійного аналізу нами було також виявлено особливості прояву гендерних стереотипів у досліджуваних залежно від статі, віку, посад, типу загальноосвітніх навчальних закладів і місця проживання педагогічних працівників.

Зокрема, не було встановлено статистично значущих відмінностей у вираженості гендерних стереотипів залежно від статі педагогічних працівників, хоча можна говорити про дещо більшу вираженість гендерних стереотипів у чоловіків порівняно із жінками.

Натомість, установлено статистично значущі відмінності у вираженості гендерних стереотипів педагогічних працівників залежно від їхнього віку. З віком значно зростають прояви гендерних стереотипів у досліджуваних ($p < 0,05$). Найменший їх прояв відзначено в молодих педагогів обох статей до 30 років, проте дещо вищим він виявився у жінок. Після 40 років спостерігається постійне зростання проявів гендерних стереотипів у чоловіків і жінок, але у чоловіків-педагогів воно помітно вище на всіх вікових етапах. Найвищий стрибок зростання проявів гендерних стереотипів зафіксовано в педагогів віком від 50 до 60 років. Пік вираженості гендерних стереотипів у жінок становить 3,5 середнього бала, а у чоловіків – 4 бали. Подібні результати констатовано і щодо стажу педагогічної діяльності досліджуваних учителів.

Заслужують на увагу результати вираженості гендерних стереотипів педагогічних працівників залежно від їхніх посад, зокрема керівників ЗНЗ і вчителів. Так, жінки, що працюють на керівних посадах, виявляють значно нижчий рівень гендерних стереотипів (середній бал їх вираженості становить 2,3) порівняно з керівниками-чоловіками (за середнього бала вираженості гендерних стереотипів 3,1), тоді як серед учителів і чоловіки, і жінки мають практично рівні високі показники проявів гендерних стереотипів ($p < 0,05$).

Окрім того, досліджено рівні гендерних стереотипів педагогічних працівників залежно від їхнього фаху. Констатовано, що гуманітарії мають вищий рівень традиційних гендерних стереотипів порівняно із педагогами – представниками природничо-технічних спеціальностей ($p < 0,05$).

Було також проаналізовано прояви гендерних стереотипів педагогів традиційних і нових типів ЗНЗ. За результатами дисперсійного аналізу встановлено (на рівні тенденції), що більш виражені гендерні стереотипи в учителів – і чоловіків, і жінок, які працюють у традиційних ЗНЗ (школах), порівняно з тими, що працюють у ЗНЗ нового типу (гімназіях, ліцеях, колегіумах). Якщо в традиційних навчальних закладах у чоловіків-педагогів виявляється значно вищий рівень гендерних стереотипів порівняно із жінками (відповідно 3,08 і 2,88), то в закладах нового типу цей показник, навпаки, набагато вищий у жінок (2,69 до 2,45 у чоловіків).

Привертає увагу також відсутність статистично значущих відмінностей у проявах гендерних стереотипів освітян залежно від місця проживання, хоча ми відзначали, що чоловіки, які проживають у місті, мають дещо більше виражені гендерні стереотипи порівняно із жінками, тоді як у селі відмінності у вираженості стереотипів залежно від статі є згладженими.

На заключному етапі дослідження виявлено особливості вираженості гендерних стереотипів залежно від типу гендерної ідентичності. Так, жінки і чоловіки фемінінного типу виявляють гендерні стереотипи майже на однаковому рівні, тоді як жінки маскулінного типу

мають значно нижчий рівень гендерних стереотипів порівняно з чоловіками маскулінного типу. Характерним при цьому є те, що і жінки, і чоловіки андрогінного типу мають суттєво нижчий рівень традиційних гендерних стереотипів порівняно з чоловіками і жінками маскулінного і фемінінного типів. Особливо низький рівень гендерних упереджень у чоловіків андрогінного типу ($p < 0,05$). Невизначений тип гендерної ідентичності (тобто без виражених якостей маскуліності та фемініності) зафіксовано на рівні 2,7 середнього бала вираженості гендерних стереотипів у жінок, що є для нас неочікуваним, оскільки, як ми вважали, усі учасники дослідження мають статус досягнутої ідентичності і вже сформований тип: маскуліний, фемініний або андрогінний.

Для визначення впливу мас-медіа на створення гендерних стереотипів у педагогічних працівників було використано дисперсійний аналіз як один із найефективніших статистичних методів аналізу результатів, які залежать від якісних ознак.

Можна говорити зокрема про дещо більший вплив журналів і радіопередач на створення гендерних стереотипів у жінок і газет – у чоловіків. Створення гендерних стереотипів через журнали значно різниться у чоловіків і жінок як за рівнями (від низького до високого), так і за середнім балом вираженості (від 1,7 до 2,8). Якщо у жінок вони є високими на всіх трьох рівнях (з однаковим балом вираженості гендерних стереотипів, що становить приблизно 2,7), то у чоловіків – найвищими на низькому (бал вираженості – 2,8) і середньому (бал вираженості – 2,75) рівнях і дуже низькими – на високому рівні.

Щодо особливостей гендерних стереотипів досліджуваних залежно від рівня стереотипності газет, то вони є високими як у чоловіків, так і в жінок, із незначною перевагою у чоловіків. Проте, як показали результати аналізу експериментального дослідження, рівні (всі три) створення гендерних стереотипів через газети у жінок спостерігаються із різким зростанням від низького (за середнього бала вираженості гендерних стереотипів 2,2) до високого (середній бал вираженості гендерних стереотипів – 2,8). Стосовно педагогів чоловічої статі, то створення гендерних стереотипів починається із середнього рівня за низького бала їх вираженості (2,0), а закінчується високим рівнем і високим показником середнього бала вираженості гендерних стереотипів (3,0).

Особливо чітко простежується вплив телебачення на створення гендерних стереотипів у досліджуваних педагогів. Рівні створення гендерних стереотипів через телепередачі та середні бали вираженості гендерних стереотипів кардинально відмінні в досліджуваних педагогів-чоловіків і педагогів-жінок. Спільним є лише те, що створення гендерних стереотипів через телебачення зафіксовано на всіх трьох рівнях і у чоловіків, і у жінок, тоді як середні бали вираженості гендерних стереотипів демонструють значні відмінності. Як випливає з аналізу, спостерігається значне зростання рівнів створення гендерних стереотипів у чоловіків – від низького (1,5 бала вираженості) до високого (3,4 бала). Водночас у жінок при фіксації всіх трьох рівнів створення гендерних стереотипів середні бали їх вираженості є майже однаковими на низькому (2,5) і високому (2,6) рівнях і дещо вищими на середньому рівні (2,8).

Отже, з підвищенням рівнів створення гендерних стереотипів на телебаченні збільшується вираження традиційних гендерних стереотипів у досліджуваних ($p < 0,05$). При цьому констатовано сильніший вплив передач телебачення на створення гендерних стереотипів у чоловіків, ніж у жінок ($p < 0,01$). Натомість, відзначено більший вплив рекламних роликів на жінок, ніж на чоловіків ($p < 0,05$).

Крім того, на рівні тенденції доведено вплив Інтернету на створення гендерних стереотипів у педагогів. Незважаючи на те, що формування гендерних стереотипів через Інтернет на високому рівні є фактично однаковим у чоловіків і жінок (при середньому балі прояву 2,7 у жінок і 2,8 – у чоловіків), особливо помітним є їх розрив (1,2 бала) на низькому рівні. З підвищенням рівня стереотипності матеріалів, поданих в Інтернеті, зростає рівень вираження традиційних гендерних стереотипів у досліджуваних. При цьому констатовано більший вплив таких матеріалів на чоловіків порівняно із жінками ($p < 0,05$).

Нами також виявлено, що існують певні відмінності у виборі мас-медіа залежно від статі, особливо у виборі періодичних видань. Якщо переважна більшість жінок обирають жіночі журнали, украй наповнені традиційними гендерними стереотипами, то чоловіки послуговуються

спеціалізованими періодичними виданнями («Дім, сад, город», «Футбол», «Техника молодежи», «Военное обозрение» тощо), в яких традиційні гендерні стереотипи виражені не так чітко.

Отже, мас-медіа справді відіграють важливу роль у формуванні традиційних гендерних стереотипів у педагогів. Більшість інформації підсвідомо сприймається реципієнтами і в багатьох випадках їм не притаманні критичний аналіз при її сприйнятті. Результати дослідження свідчать про високий рівень традиційних гендерних стереотипів у більшості українських педагогів – і жінок, і чоловіків. Установлено, зокрема, статистично значущі відмінності ($p < 0,05$; $p < 0,01$) між рівнями вираженості гендерних стереотипів у педагогів залежно від впливу того чи іншого виду мас-медіа. На створення гендерних стереотипів у жінок-педагогів більше впливають журнали, радіопередачі, рекламні ролики, а в чоловіків-педагогів – газети, телебачення, Інтернет.

Таким чином, підтверджено гіпотезу нашого дослідження щодо створення та поширення гендерних стереотипів серед педагогічних працівників ЗМІ і залежність рівнів створення гендерних стереотипів українських педагогів від рівнів стереотипності мас-медіа, яким вони віддають перевагу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Говорун Т. В. Гендерна психологія : навч. посібник / Т. В. Говорун, О. М. Кікінежді. – К. : Вид. центр «Академія», 2004. – 308 с.
2. Румянцева Т. В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре : учеб. пособие / Т. В. Румянцева. – СПб. : Речь, 2006. – 176 с.
3. Ярская-Смирнова Е. Р. Одежда для Адама и Евы : очерки гендерных исследований / Е. Р. Ярская-Смирнова ; – М. : ИНИОН РАН; Саратов : Поволж. межрегион. учеб. центр, 2001. – 252 с.

УДК 070:37(07)

І. В. ЧЕЛИШЕВА

МЕТОДИКА ОРГАНІЗАЦІЇ МЕДІАОСВІТНІХ ЗАНЯТЬ : ТРАДИЦІЇ ЕСТЕТИЧНО ОРІЄНТОВАНОЇ МЕДІАОСВІТИ

Розглядаються проблеми організації медіаосвітнього процесу в шкільній і студентській аудиторіях, найбільш характерні для практики естетично орієнтованої медіаосвіти. Охарактеризовано основні форми і засоби роботи в шкільній та вузівській медіаосвіті.

Ключові слова: медіаосвіта, методика медіаосвітніх занять, естетична концепція медіаосвіти, творчі завдання на матеріалах медіа.

И. В. ЧЕЛЬШЕВА

МЕТОДИКА ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ: ТРАДИЦИИ ЭСТЕТИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Рассматриваются проблемы организации медиаобразовательного процесса в школьной и студенческой аудиториях, наиболее характерные для практики эстетически ориентированного медиаобразования как целостной системы. Дана характеристика основных форм и средств работы в школьном и вузовском медиаобразовании.

Ключевые слова: медиаобразование, методика медиаобразовательных занятий, эстетическая концепция медиаобразования, творческие задания на материалах медиа.