



הצעות ודרישות עבודה

בתי הספר

צור קשר

פורום

צוות הפיקוח

הודעות מפמ"ר

על האתר

דף הבית

ילדים, טלוויזיה ותפקידי מין

מאת: אלנה ביזלי

חיפוש

חממת קולנוע צעיר

סקירה ביקורתית של העדויות הקיימות בנוגע להשפעה האפשרית של הטלוויזיה על התפתחות ההבנה של תפקידי מין וזהות מינית בקרב ילדים

החברה שבה אנו חיים ממלאת תפקיד עצום בעיצוב הגישות וההתנהגות של כל אלה שמהווים חלק ממנה. כיצורים חברתיים, אנו מופגזים כל העת במידע סביבתי שעשוי להשפיע על הצורה שבה אנו תופסים את העולם וכן לעצב את גישותינו ואמונותינו, ולהפוך כל אחד ואחד מאיתנו בהדרגה לחברים "מקובלים" בקהילה. בעבר, מקורות ההשפעה הללו, המכתיבים לנו כיצד עלינו להתנהג בחברה "נורמלית", היו הקהילה, המשפחה ובית הספר. עם זאת, בעולם של ימינו, ההשפעה שיש למוסדות הללו הולכת ונחלשת, ככל שהחברה המשתנה שלנו הולכת ומסתגלת לעידן טכנולוגי יותר. להתפתחות תקשורת ההמונים נודעה השפעה משמעותית על חיי כולנו, והטלוויזיה, בפרט, נהפכה למדיום חזק במיוחד.

בחברה של ימינו, מכשיר הטלוויזיה, שממלא תפקיד כה מרכזי בבתי רבים, אינו מהווה רק מקור לבידור, אלא גם מקור חשוב למידע. לאור נתונים עדכניים לפיהם ילדים מקדישים, בממוצע, 3.3 שעות ביום לצפייה בטלוויזיה (B.A.R.B 1987), נראה שאין להימנע מהתפקיד החשוב שממלאת הטלוויזיה כמקור מידע המסייע לנפשם ה"פגיעה" והנוחה-להתרשם של ילדים לפתח תפקידים חברתיים מסוימים והתנהגויות שונות.

הטלוויזיה מציגה בפני קהל הצופים המרותק שלה דימוי מסוים של העולם, ובכך מספקת מסגרת שמאפשרת להבין מה מקובל ומה אינו מקובל בחברה, וכן משגרת מסרים גלויים וסמויים על מהות העולם. באופן שבו היא מציגה חיים "נורמליים", היא משקפת תפקידים חברתיים חשובים רבים, ואחד מהחשובים והרווחים מתוכם הוא זה של ה"מין" (ג'נדר). הטלוויזיה יכולה ללמד ילדים כיצד גברים ונשים מתנהגים בחברה, ולעצב את השקפתם על מה שמצופה מהם בחברה, כגברים או כנשים. אף שגאנטר ומק'אליר (1990) מעוררים ספקנות באמנם שהטלוויזיה לבדה "מעצבת את מושגי המין (ג'נדר) של צופים רבים ותמימים" (עמ' 61), הרי שמקובל לחשוב שמה שילדים רואים בטלוויזיה עשוי להשפיע על גישותיהם והתנהגויותיהם בתחום המין.

הטלוויזיה יכולה למלא תפקיד משמעותי באמונות ובגישות המתפתחות של הילד על משמעות החיים כגבר או כאשה בעולמו. (Evra Van 112:1990)

מחקרים מקיפים על הטלוויזיה הראו שהגברים הם ששולטים במדיום, ומספרם עולה על מספר הנשים בשיעור ממוצע של 3:1. במובן זה, הטלוויזיה משקפת עולם גברי מאד, וכפי שמציינים הודג' וטריפ, היא משקפת את "חשיבות הגבריות". לכך יש השלכות מדאיות

מגמות הלימוד

■ מבנה מגמות טכנולוגיות חוזי

■ ביבליוגרפיה

■ מגמת מדיה ופרסום

■ אודות המגמה

■ מקצוע תקשורת וחברה

■ תוכנית הלימודים

■ מערכים בתקשורת וחברה א

■ מערכים בתקשורת וחברה ב

■ מערכים בתקשורת וחברה ג

■ מבניות בתקשורת וחברה ג

■ מאמרים תיאוריים

■ מאמרים בנושא עיתונות

■ מאמרים בנושא רדיו

■ מאמרים בנושא טלוויזיה

■ מאמרים בנושא פרסום

■ موضوع الاعلام والمجتمع

■ תקשורת אלקטרונית

■ פרסום ויחסי ציבור

■ ביבליוגרפיה

■ בתי הספר במגמה

■ שאלונים ומחזונים

■ מגמת טכנולוגיות תקשורת

■ פורטל היצירה הצעירה

■ תמונות מהווי המגמה

■ סרטוני המגמה

■ בחינות חיצוניות

■ בחינת מפמ"ר ארצית

■ פרויקטי גמר

■ קולנוע וטלוויזיה י"ג - י"ד

■ רשימת קישורים

■ העשרה והרחבת ידע

■ מה חדש ?

מרחבי לימוד מתוקשבים

■ המבניות בתקשורת וחברה ג'

■ מערכי שיעורים בתקשורת

■ מבנית בצילום ותאורה

■ מבנית פס קול

■ מבנית מעשית בהפקות

■ מבנית מדעי הטכנולוגיה

■ סיכום פיצ'ינג דוקומנטרי

■ תיק הפקה עילית

■ תיק הפקה דוקומנטרי

■ תסריטים להפקות

■ אמנות המבע הצילומי

על

תפיסת עולמן של הנשים. העובדה שרוב קולות הקריינים בטלויזיה הם של גברים, העובדה

שקיימים יותר קרייני חדשות ממין זכר והעובדה שמרבית הבמאים הם גברים כל אלו מעידים על כך שהגברים הם בעלי המרות והשליטה בעולם הטלויזיה. הדבר גם נותן בידי

הגברים הזדמנות להציג בפני הצופים את העולם כפי שנוח להם, באמצעות מה שמכונה "המבט

הגברי". מונח זה מתייחס לעובדה שמה שמוצג על מרקע הטלויזיה מועבר לעתים קרובות

דרך עיני הגברים השולטים בהפקה, דבר שמוביל לעתים קרובות להצגת גברים דומיננטיים

ונשים כנועות. תופעה זו מוכרת לנו מסרטים ומפרסומות: בסרט "שתיקת הכבשים", למשל,

ג'ודי פוסטר משחקת סוכנת אף-בי-איי קשוחה, אך היא עדיין נדחקת תכופות לעמדות שבהן

היא חשה נחותה מגברים. הדבר מומחש פעמים רבות כייצוג פיזי, כמו בסצנה שבה היא פוגשת לראשונה בחניבעל לקטר, ונאמר לה לשבת בעת שהוא עומד ו"שולט" בה. מה שחשוב

כאן הם המסרים הסמויים שמועברים באמצעות תיאור מסוג זה לצופים צעירים ונוחים-להשפעה גברים הם עליונים ובעלי סמכות, בעוד שהנשים הן נחותות וכנועות.

עם זאת, בנוסף למסרים סמויים, הטלויזיה גם משגרת כלפינו מסרים מפורשים רבים בדבר

האופן שבו מתנהגים גברים ונשים בחברה. הדבר נעשה בעיקר באמצעות האופן שבו הטלויזיה עדיין מאמצת השקפה מסורתית מאד על החברה, ובעשותה כן, נוטה

לייצוג-חסר

של הנשים ולהצגת הגברים כדמויות דומיננטיות. מחקרים רבים הראו שהטלויזיה דבקה עדיין בסטריאוטיפים של תפקידי מין, לפיהם הנשים הן עקרות בית תלותיות ורגשניות,

בעוד שהגברים הם ה"מפרנסים" התומכים בהן. להצגת החברה בצורה שכזו יש השלכות קשות

על תפיסת עולמם של ילדים. הצגת המינים בתפקידים מיושנים ו"מסורתיים" עלולה לא רק

להשפיע על בחירת הצעצועים או הבגדים של ילדים, אלא חשוב מכך, גם "להשפיע בצורה

חזקה על ההזדמנויות שילדים רואים לעבודה עתידית ועל תחושת הכבוד העצמי והגאווה שלהם" (Evra Van 112:1990). ואן אברה מציינת גם שייצוג תפקידי המין בטלויזיה

שכיח מאד, ושלא ייתכן שאינו משפיע על השקפותיהם של ילדים בגיל הרך.

סטריאוטיפיזציה של תפקידי מין היא האמונה שהמצב הטבעי והראוי הוא שגברים ונשים ידבקו בדפוסים מסורתיים של תפקידי מין. (Gross 689:1993)

הצהרות מסוג זה מעידות על הצורך החשוב שהטלויזיה, בהיותה אמצעי לימוד, תציג עולם

מאוזן וחיוני שבו שורר שוויון הזדמנויות. אף שבאחרונה מורגש אמנם שינוי במובן זה, הרי שהטלויזיה עדיין מסרבת להסתגל באופן מלא לעולם המשתנה, והיא ממשיכה

לשקף

תפקידים מסורתיים וסטריאוטיפיים לגברים ונשים בתחומים רבים, כמו באופרות סבון, ובמיוחד בפרסומות. כיוון שילדים יש סף קשב נמוך יחסית, הפרסומות נוטות לתפוס

את

תשומת-לבם ולמשוך אותם יותר מאשר תוכניות ארוכות. מבחינה זו, ניתן לומר שנודעת להן

השפעה חזקה אף יותר על הילדים. מחקרים רבים נערכו בתחום הפרסומות בטלויזיה במהלך

שנות הששים והשבעים, ומחקרים כגון זה שערכו הנסי וניקולסון (1972) הראו ש"צופים רבים חשו שדמויות הנשים בפרסומות היו משפילות וחד-צדדיות... הנשים הוצגו כמעט

אך

ורק כעקרות-בית ו"תלויות בגברים" (Condry 190:1989). מחקר מקיף אחר של שייבה

(1983), אשר בדקה יותר מאלפיים פרסומות, המחיש שעולם הטלויזיה מציג גברים המפרסמים מכוניות ושירותים פיננסיים, בעוד שהנשים מוגבלות למוצרי טיפוח וניקיון.

היא

גם מצאה שהנשים הוצגו לעתים קרובות כ"חסרות ישע, חסרון אוניו או כזקוקות לאישור

או

לתגמול" (Condry 192:1989). ייצוג זה של נשים העוסקות בעבודות בית פשוטות

ומציגות

מוצרים לבית רווח בפרסומות רבות. ואן אברה מציינת כי:

דומה שמפרסמים רבים בטלוויזיה... דבקים בעקשנות בדימוי של הנשים כיצורים שנכנסים

לאקסטאזה למראה יכולת הניקוי של חומר חדש, שעולמם מצומצם ומוגבל לבית ושלעולם

אינם דנים בשום דבר... מסובך או מעניין. (117:1990)

סוג זה של עדויות מהווה מקור לדאגה, כיוון שילדים הרואים את המינים כשהם מוצגים באופן זה, מטמיעים את המידע שהם קולטים ומקבלים רמזים לדרך ההתנהגות המצופה מהם,

כשהם אינם מודעים לכך שהם מקבלים השקפת עולם מוטה ומעוותת. אטקין ומילר (1975)

הם רק שניים מהחוקרים שגילו כי פרסומות בטלוויזיה מסוגלות לעצב את האופן שבו ילדים

תופסים תפקידי מין. במחקרם, הם גילו שלאחר שילדים נחשפו לפרסומות בהן הוצגו נשים

בתפקידים לא-מסורתיים, הם תפסו את התפקידים הללו כהולמים וכמתאימים יותר לנשים,

בהשוואה לילדים שלא צפו בפרסומות אלה. מכאן עולה שלטלוויזיה יש בכל זאת השפעה על

האופן שבו תופסים ילדים את עולם המציאות, ולדבר נודעת גם חשיבות בבואנו לבחון את

ההשפעה האפשרית שיש לייצוגים סטריאוטיפיים שכאלה על סיכויי הקריירה של אלה שצופים בהם.

חוקרים, אם כן, זיהו שהטלוויזיה מציגה בפנינו "תמונה מעוותת וסטריאוטיפית של אפשרויות התעסוקה הפתוחות בפני נשים" (Evra Van 118:1990). צ'רי (1983) ציינה את

המקצועות העיקריים של נשים שהיא זיהתה בטלוויזיה: דוגמנית, אחות, מזכירה או עוזרת

בית, והן מוצגות גם לעתים קרובות כדיילות מכירות או כמטפלות. ייצוג זה אינו תואם את המציאות החברתית וכללל, הוא מוגבל מאד; ה-C.R.T.C. (הוועדה {הבריטית} לבדיקת תכנים

בטלוויזיה המתר) (1982) קובעת ש"מה שמדאיג כה רבים מאיתנו היא ההשפעה המצטברת

של דימויים שכאלה, כשהם מוצגים שוב ושוב". כיום מקובל לחשוב שהטלוויזיה עשויה להוות

מקור חשוב וחזק למידע על מעמד מקצועי, יותר מאשר תרבות כללית או מגעים אישיים. דה-פלר ודה-פלר (1967) סבורים כי, ללא ספק, "ילדים שואבים מהטלוויזיה מידע חשוב על

מקצועות" (Evra Van 118:1990). הדבר מעיד על התפקיד החשוב שממלאת הטלוויזיה בהכתיבה לילדים הכרעות על עתידם, ומחקרים כגון זה של בף (1974) מאששים זאת. תוצאות המחקר הזה הראו שילדים שנטו לצפות בטלוויזיה שעות ארוכות העדיפו בחירות מקצוע סטריאוטיפיות יותר מאשר ילדים שנטו לצפות פחות. רוטשילד (1983) גילה גם שלתלמידים אשר צפו יותר בטלוויזיה היו תפיסות סטריאוטיפיות יותר של תפקידי מין, במונחי הפעילויות בהן הם השתתפו והערכים והגישות אותם אימצו. העדויות ממחקרים אלה

מאששות את "תאוריית הטיפוח", על פיה ילדים שנוטים לצפות שעות ארוכות בטלוויזיה תופסים את העולם שמוצג בפניהם על המסך הקטן כתואם את עולם המציאות. בדרך זו, ילדים

צופים בייצוגים המוטים על מסך הטלוויזיה ומטמיעים אותם כנורמה, ובכך מפתחים גישה והשקפה סטריאוטיפית על החיים והחברה.

יש ראיות רבות אשר תומכות בתאוריית הטיפוח, דבר שמעיד על נטייה אפשרית של ילדים

לתפוס את התפקידים שמוצגים בפניהם על המסך כנורמה.

מייקל מורגן (1982) ערך מחקר אורך בכדי לבחון אם קיימת זיקה משמעותית בין צפייה

בטלוויזיה לבין גישות כלפי תפקידי מין לאורך תקופת זמן. הוא ליקט נתונים מקבוצה של בני נוער על משך הזמן שהם מקדישים לצפייה בטלוויזיה, על המידה שבה הם חושבים על

תפקידי מין בצורה סטריאוטיפית ועל שאיפותיהם המקצועיות לאורך תקופה בת שנתיים. ממצאיו "מאששים את התפיסה לפיה הטלוויזיה מטפחת תפיסות מסוימות בדבר תפקידי מין"

(McAleer & Gunter 64:1990), אף שהוא גילה שהתופעה היתה רווחת במיוחד בקרב בנות

מהמעמד הבינוני. הוא גילה שנערות שמקדישות זמן רב לצפייה בטלוויזיה נטו לאמץ את התפקידים המסורתיים שראו על המסך הקטן יותר מאשר הנערים.

טאניס מקבת ויליאמס (1985) ערך מחקר בקנדה כדי לבדוק את השפעת הטלוויזיה על קהילה שקודם לכן לא קלטה שידורים כלשהם. הוא בדק את הגישות של מספר ילדים שחיו

בקהילה בה לא נקלטו שידורי טלוויזיה כלשהם זמן קצר לפני בואה של הטלוויזיה, ושוב שנתיים מאוחר יותר. הוא גילה שילדים בקהילה שבה כבר נקלטו שידורי טלוויזיה נטו יותר

לסטריאוטיפיזציה של תפקידי מין מאשר הילדים בקהילה שלא קלטה שידורי טלוויזיה, וכן

גילה שלאחר שהשידורים החלו להיקלט בקהילה זו, שנתיים מאוחר יותר, מידת הסטריאוטיפיזציה בגישותיהם כלפי שני המינים היתה גבוהה במובהק. סוג זה של עדויות

מראה ש"לאורך זמן, הטלוויזיה בהחלט עשויה לעצב את גישות הילדים כלפי תפקידי מין"

(McAleer & Gunter 64:1990).

ההנחה לפיה הטלוויזיה עשויה להשפיע על ילדים לאמץ תפקידי מין סטריאוטיפיים הובילה

חוקרים רבים לבחון את השאלה, אם ילדים יאמצו תפיסות מנוגדות לו ייחשפו למידע מסוג

זה. בארה"ב, תוכנית בשם "פריסטייל" הושקה בכמה בתי ספר; בתוכנית זו, הוצגו נשים העוסקות בתפקידים מקצועיים לא-מסורתיים. במחקר אחד, קבוצה של ילדים בני 9-12 נחשפו לסדרה, ולאחר מכן נבדקו גישותיהם כלפי תפקידי מין. המחקר הראה שלבנים בקבוצה היו גישות הגיוניות יותר כלפי נשים בתפקידים לא-מסורתיים, ושהבנות בקבוצה גילו התעניינות רבה יותר בתפקידים הלא-סטריאוטיפיים בהם צפו.

קווין דרקין (1983) ביקש אף הוא לבחון שינוי באמונות של קבוצת ילדים בדבר תפקידי מין. בניסוי שערך, השתתפו 52 ילדים, אותם פיצל לשלוש קבוצות. קבוצה אחת צפתה בתחזית מוקלטת של מזג האוויר, קבוצה שנייה לא צפתה בדבר וקבוצה שלישית צפתה בתוכנית בשם "קשת", בה הוצג סיפור על איש משפחה שאיבד את משרתו ונאלץ להישאר בבית

כדי לדאוג לילדים בעת שאשתו יצאה לעבודה. החוקר שאל את הילדים בדבר אמונות תפקידי

המין שלהם, הן לפני הצפייה בקלטת והן לאחריה, בכך שהציג בפניהם סדרה של תפקידים

סטריאוטיפיים של גברים ונשים ושאלם, מה הסיכויים לכך שגבר או אשה ימלאו את התפקידים הללו. תוצאות המחקר הראו שהן הבנים והן הבנות בקבוצה שצפתה בתוכנית "קשת"

שינו את דעותיהם במידה משמעותית, דבר שהעיד על "התרחקות קצרת-טווח מהעמדה הסטריאוטיפית". עם זאת, מחקר מסוג זה לוקה בבעיות רבות. הוא אינו אומר לנו אם לתוכנית היתה השפעה ארוכת-טווח על גישות הילדים כלפי תפקידי מין, והעובדה שהיה זה

מחקר בהיקף קטן אינה מתירה לנו להכליל מהממצאים. כמו כן, עצם העובדה שהיתה זו סיטואציה מחקרית מעוררת מספר קשיים, שכן הילדים נמצאו במצב מלאכותי, שבו אינם נוהגים בדרך כלל לצפות בטלוויזיה, וכמו כן, יש להם נטייה לקלוט "רמזים" מסוימים מהנסיין אודות טבעו של המחקר, ולפיכך להשיב לשאלות בהתאם לרצונו של הנסיין.

מחקרים על סוגיית תפקידי המין שערכו תאורטיקנים מגישת ההתפתחות הקוגניטיבית הראו,

שההשפעה האפשרית של הטלוויזיה על תפקידי מין תלויה בגילו של הילד ובשלב ההתפתחות

הקוגניטיבית שבו הוא מצוי. שלב "קביעות המין" שבו ילדים מבינים שזהותם המינית קבועה

ואינה משתנה לאורך זמן נקבע בסביבות גיל שש או שבע, וזוהי הנקודה שבה הילדים גם מתחילים לזהות את ההתנהגות המצופה מהם מתוקף זהותם המינית, ומבקשים להשיג מידע כדי לתמוך בהתנהגות זו. מחקר מעניין שערכו קורדואה ושות' (1974) הראה שילדים בני שבע ושמונה כבר יש תפיסות מגובשות על תפקידי מין. במחקר זה, הוצג בפני קבוצה של ילדים סרט שבו הופיעו גבר ואשה במקצועות אופייניים למין השני אח ורופאה. לאחר הסרט, כשנשאלו הילדים מי מילא איזה תפקיד בסרט, התגלתה נטייה של ילדים לדווח שהגבר דווקא היה הרופא, בעוד שהאשה היתה האחות. הדבר מראה כיצד הם הצליחו לשנות באופן פעיל את הזיכרון של מה שראו, וכי זכרון זה עוות בכיוון של תפקידים סטריאוטיפיים. מכאן עולה שילדים מודעים לסטריאוטיפים כבר מגיל מוקדם, ומחקר שערכה ואן אברה (1984) מאשש זאת אף הוא. ממצאי המחקר הראו שילדים בגיל הרך תופסים את הייצוגים הסטריאוטיפיים בטלוויזיה כדומים למציאות, בעוד שילדים בגיל מאוחר יותר נוטים להכיר בטבעם הסטריאוטיפי. עם זאת, העובדה שהילדים בגיל הרך מאמינים לתפקידים שראו בטלוויזיה מעידה על הצורך בהצגת דוגמאות טובות לתפקידי מין במדיום זה. סלאבי ופריי (1975) גילו שילדים בני שש נוטים להקדיש תשומת-לב רבה יותר לשחקנים בני מינם בטלוויזיה, בעוד שקוהלברג (1966) קובע שעם גיבוש מושג "קביעות המין", ילדים מתחילים גם לחקתם. הוא סבור שזוהי תולדה של רכישת קביעות המין, ולא שהחיקוי הוא שמאפשר את הקביעות.

זוהי ההשקפה המקובלת על אנשי אסכולת הלמידה החברתית. תאורטיקנים אלה סבורים שכל היבטי ההתנהגות האנושית נרכשים כתוצאה מצפייה וחיזוק, ושהחיקוי והמידול ממלאים בכך תפקיד מרכזי. בנדורה (1966) הסיק מסדרה של ניסויים שילדים נוטים יותר לחקות את בני אותו המין, ושהחיקוי מתחזק בהינתן תגמול. על פי גישה זו, הילד צופה בטלוויזיה בדמות בת אותו המין המתנהגת בצורה מסוימת (כלומר, "בנות מטפלות בבובות שלהן, ובנים משחקים במשחקי הרפתקאות" (Fleming 59:1996)) ומחקה אותה, דבר שמתקבל לאחר מכן באהדה מצד אחרים בסביבתו, וכך מקבל הילד עידוד לעשות זאת שוב. עם זאת, הראיות התומכות בתאוריה זו סותרניות למדי. וולף (1973) מצא אמנם ראיות המאששות את גישתו של בנדורה, כשגילה שילדים נוטים יותר לחקות דמויות בנות אותו המין, אפילו כשהתנהגותן אינה תואמת את מינן. הדבר מעיד על כך שהמין מהווה גורם של זיהוי ולא של התנהגות. בארקלי ושות' (1972) גילו שההיפך הוא הנכון. הם הסיקו ממחקרם שילדים מחקים התנהגות ההולמת את מינם ללא כל קשר למינו של מודל החיקוי תוך הסתמכות על העובדה שהילדים כבר למדו מהי ההתנהגות שהולמת את מינם. גרוסק וברניקר (1972) גילו שילדים מקדישים את אותה תשומת הלב לכל הדמויות, אך מחקים דמויות בנות מינם כיוון שהתנהגות זו נענית בחיזוק. ואולם גרוס מציין שהדבר אינו מתקבל על הדעת כיוון שבחיים האמיתיים "אין עדויות רבות לכך שילדים מקבלים בפועל תגמול בעבור חיקוי דמויות בנות אותו המין" (689:1993).

לפיכך, העדויות העומדות לרשותנו בדבר השפעת הטלוויזיה על התנהגות תפקידי מין חד-משמעיות. חלק ניכר מתוכן מצביע על העובדה שיש לה יכולת לשקף דימוי מסוים של המינים, דבר שבכל זאת נראה שיש לו השפעה, ולו בטווח הקצר, על הגישות של ילדים עם זאת, יש להביא בחשבון את העובדה שמידת ההשפעה של הטלוויזיה שקולה כנגד

גורמים
אחרים בסביבתו של הילד. דרקין (1985) חש שמיוחסת חשיבות מופרזת למחקרים שבדקו את השפעת הטלוויזיה על תפקידי מין לאור השפעתם של מקורות כגון בית הספר, ספרים, אחים וחברים. הוא מדגיש גם את הנקודה שלא ניתן לראות בילדים "כלי קיבול סבילים", וכ ילדים אינם פשוט קולטים מידע מהטלוויזיה; הם מעבדים אותו באופן פעיל ומכילים עליו את פרשנויותיהם וציפיותיהם האישיות (1984; מצוטט ב-Evra Van 129:1990).

חלק ניכר מהמחקרים גם הזניחו את ההשפעה האפשרית של המשפחה על התפתחות תפקידי המין של ילדיה. מלבד העובדה שהמשפחה נמצאת סביב הילדים כל העת, ונותנת להם דוגמאות ספציפיות לתפקידים המצופים מהם, יש לה גם השפעה אפשרית על מה שהילדים מבינים ממה שראו בטלוויזיה. הקלט שהורים ואחים יכולים לתת לילדים בעת הצפייה בטלוויזיה עשוי לעתים קרובות להיות חשוב אף יותר מהתוכנית עצמה. אם ההורים משבחים כל העת את מעשיהן של דמויות המייצגות תפקידים "מסורתיים", סביר להניח שגם הילד יאמץ את האמונות הללו ויתנהג באותה הצורה. כמו כן, גרבנר וסיניורלי (1979) קובעים שהתפיסות החברתיות של משפחות עשויות להשפיע בצורה ישירה על התייחסויותיהן למידת ה"מסורתיות" של הייצוגים על המסך הקטן. הם מציעים את התאוריה שיש משפחות שיראו את הטלוויזיה כמייצגת עולם מסורתי יותר מזה שבו הן חיות, בעוד שאחרות יתפסו אותה כפחות מסורתית. משמעות הדבר היא שההשפעה האפשרית של הטלוויזיה תלויה בסגנונות החיים ובפרשנויות של יחידים, ושלא ניתן להגיע להכללות גורפות כלשהן.

חלק ניכר מהעדויות במאמר הנוכחי מקורן בעידן שנות הששים והשבעים, שנראה כיום מעט מיושן. אופן ההצגה הסטריאוטיפי של תפקידי מין בטלוויזיה השתנה בהדרגה במהלך השנים, אם כי לא במידה שנתפסת עדיין בחברה כריאליסטית. אף שנשים מתחילות להיות מוצגות בתפקידים מקצועיים יותר, הגברים ממלאים רק לעתים נדירות תפקידים נשיים "מסורתיים" כגון טיפול בילדים ובעבודות בית. כמו כן, נשים שמוצגות כבעלות קריירה מוצלחת מוצגות גם לרוב כאומללות או כנשים ה"מזניחות" את אחריותן כרעיה או כאם. כפי שמציין/ת סיניורלי (1985), "הטלוויזיה אינה מכירה בעובדה שנשים מסוגלות לשלב בהצלחה חיי נישואין, עבודות בית וטיפול בילדים עם הקריירות שלהן" (מצוטט בידי Condry 70:1990). לפיכך, ניתן עדיין לראות את הטלוויזיה כמייצגת השקפה מעוותת על החברה, שמוחם הרגיש של הילדים עלול לאמץ על נקלה.

Bibliography

- Condry, John (1989): *The Psychology of Television*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum
- Fleming, Dan (1996): *Powerplay*. Manchester: Manchester University Press
- Gross, Richard (1993): *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. London: Hodder and Stoughton
- Gunter, B and McAleer, J (1990): *Children and Television*. London: Routledge
- Van Evra, Judith (1990): *Television and Child Development*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum

children, tv and the gender roles; Elena Beasley
<http://www.aber.ac.uk/~ednwww/Undgrad/ED31710/beasley1.html>

כל הזכויות שמורות © 2014 ל- המינהל למדע ולטכנולוגיה במשרד החינוך בשיתוף המרכז הפדגוגי טכנולוגי (מפ"ט) עמל
האתר עוצב ותוכנת ע"י GoNet Software Solutions
ראו תנאי שימוש