

Боровикова Ю.А.¹, Галяпина В.Н.¹ Влияние турецких «мыльных опер» на формирование гендерных стереотипов у российских зрителей

Borovikova J.A.¹, Galyapina V.N.¹ The Influence of Turkish 'Soap Operas' on the Formation of Gender Stereotypes among Russian Viewers

¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

Исследование влияния медиа на формирование стереотипов привлекает внимание ученых уже не первое десятилетие. Согласно теории культивирования [Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002], потребление человеком продуктов массовой коммуникации впоследствии приводит к формированию определенных представлений, включающих в себя и стереотипы. Данное исследование изучает взаимосвязь между вовлеченностью российских зрителей в просмотр турецких «мыльных опер» и стереотипами турецких мужчин и женщин. В опросе участвовали 270 российских респондентов. Данные были обработаны с использованием моделирования структурными уравнениями (SEM). Результаты показали, что, во-первых, интенсивность просмотра турецких «мыльных опер» предсказывает положительный образ турецких мужчин и женщин, а во-вторых, российские зрители склонны воспринимать и турецких мужчин, и турецких женщин «теплыми» и «компетентными». И, наконец, зрители, которые более интенсивно смотрят турецкие сериалы, атрибутируют более фемининные качества как туркам, так и турчанкам.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, гендерные стереотипы, Турция

Введение

Проблема влияния средств массовой коммуникации уже долгие годы привлекает внимание ученых [Gerbner et al., 1980; Blumler, Katz, 1974]. Анализ исследований показывает, что потребление медиаконтента в долгосрочной перспективе может приводить к формированию стереотипного представления о членах другой группы, страны или культуры [Попова, Балезина, 2015; Gerbner et al., 1980].

Предметом изучения настоящего исследования является роль такого средства массовой коммуникации как сериалы (турецкие «мыльные оперы») в формировании стереотипов о турках. В статье проанализирована взаимосвязь интенсивности просмотра российскими зрителями сериалов со стереотипным образом турок и турчанок.

Турция на данный момент является одним из главных поставщиков «мыльных опер» по всему миру – их смотрят зрители от Латинской Америки до Китая и Кореи. Наиболее активно роль

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование... данных сериалов на аудиторию изучалась в арабских странах [Jabbour, 2017; Larochelle, 2019]. В России таких исследований очень мало, в связи с чем изучение влияния этого контента на российских зрителей представляет научный интерес.

Проблема исследования

Средства массовой коммуникации и стереотипы

Как отмечается в многочисленных исследованиях [Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002; Bandura, Walters, 1977; Blumler, Katz, 1974; Roskos-Ewoldsen et al., 2007; Brewer, Nakamura, 1984; Брайант, Томпсон, 2004; Schachter, Singer, 1962], средства массовой коммуникации (СМК) оказывают воздействие на аудиторию.

Исследователи, изучающие СМК в рамках теории культивирования [Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002; Брайант, Томпсон, 2004], выявили, что долгосрочное потребление человеком продуктов СМК формирует у него определенное представление о мире, конструирует новое мировоззрение.

Многие исследователи отмечают, что под воздействием СМК у населения формируются определенные стереотипы [Попова, Балезина, 2015; Хабенская, 2005; Gerbner et al., 1980]. Исследователи неоднозначно рассматривают роль стереотипов. Одни ученые говорят о негативном влиянии стереотипов, полагаясь на которые, люди могут утрачивать способность мыслить критически, подвергать сомнению полученную о мире информацию [Липпманн, 2004; Попова, Балезина, 2015; Хабенская, 2005]. В то же время другие ученые отмечают конструктивную роль стереотипов, которые помогают меньше времени тратить на раздумья и быстро понимать предмет разговора, используя уже имеющийся шаблон [Ван Губерген, б.г.]. Третья группа исследователей не дает оценку стереотипам, отмечая, что они являются лишь одним из инструментов группового восприятия и выполняют функцию схематизации и упрощения [Агеев, 1990; Адорно, 2001].

В контексте данного исследования важен тот факт, что медиа и СМК производят и воспроизводят стереотипы [Baldwin et al., 2014]. Это могут быть стереотипы о разных этнических, возрастных, половых, религиозных и других группах, а также стереотипы об образе жизни, привычках, характерных особенностях людей из других культур. Иногда люди могут узнать о представителях других народов, о межкультурных различиях, необычных традициях и другом

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование... видении мира только с помощью СМК. Таким образом, можно сказать, что медиа, СМК формируют отношение к другим культурам и помогают их интерпретировать [Ibid.].

Исследования, проведенные в контексте межкультурной компетентности, показывают, что просмотр фильмов, сериалов о других культурах влияет на уровень субъективной межкультурной компетентности [Chao, 2013; Pora et al, 2021]. Так, у студентов университетов из Брунея и Румынии после просмотра «мыльных опер» о других культурах – «Ешь, молись, люби» и «Отель «Трансильвания 2»» [Pora et al., 2021] – выявлен рост открытости к другим культурам и уровня субъективного знания о них.

Наибольший эффект в воспроизводстве и трансляции стереотипов был отмечен у телевидения, так как визуальное воздействие имеет наиболее доступную форму влияния [Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002; Kubey, Csikszentmihalyi, 1990]. Многие исследователи анализировали феномен гендерных стереотипов в фильмах и сериалах в странах Северной Америки, Африки, Европы и Азии. Используя контент-анализ, ученые показали, что в различных телевизионных программах транслируются гендерные стереотипы касательно ролей и обязанностей мужчин и женщин в общественной и приватной сферах, а также их внешнего вида, стиля общения и поведения (см. журнал *Sex Roles* за 2010-2014 гг.).

Одним из популярных форматов сериалов являются «мыльные оперы». Разные исследователи предлагают разные определения этого феномена. Одни авторы рассматривают «мыльную оперу» как сериализованные телепрограммы, которые изображают вымышленные истории отношений, романтики и семьи, ориентированные преимущественно на женскую аудиторию [Ang, 2013; Geraghty, 1991; Hobson, 1982]. Другие [Allen, 1985] описывают «мыльную оперу» как драматический сериал, в котором рассказывается о домашнем кризисе с небольшим количеством действий, но с большим количеством эмоций.

«Мыльная опера» традиционно считалась женским жанром [Byerly, Ross, 2008], поскольку она включает в себя эмоции, отношения и романтику, и эти характеристики социально связаны с группой женщин [Geraghty, 2006]. «Мыльные оперы» часто основываются на любовных историях и семейных отношениях, где гендер является важной составляющей [Qasmi, 2020].

Как и в других фильмах и сериалах, в «мыльных операх» транслируются гендерные представления и стереотипы, которые являются неотъемлемой частью культуры [Ustek, Alyanak, 2017]. «Мыльные оперы» часто критиковали за стереотипное и нереалистичное изображение

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование... мужчин и женщин [Brunsdon, 1993]. Так, несмотря на тот факт, что количество мужчин и женщин в сериале примерно одинаковое, женщины представлены как неравные мужчинам, например, в профессиональной сфере (женщины в основном являются безработными, что мало соответствует действительности) [Wiergacz, Lucas, 2003].

Особенности турецких «мыльных опер»

Данное исследование фокусируется на турецких «мыльных операх», интерес к которым за последнее время очень сильно вырос у россиян. Это связано с тесными политическими, социальными и культурными отношениями между странами, с увеличением количества российских туристов, посетивших Турцию, а также с увеличением числа межкультурных браков.

Первой «мыльной оперой», продемонстрированной в России, стала картина «Королек – птичка певчая» 1986 года. Сериал имеет высокий рейтинг на «Кинопоиске» – 8,1 балла. После почти двадцатилетнего перерыва турецкие сериалы снова обрели популярность в России с началом трансляции картины «Великолепный век» (рейтинг 8,2 на «Кинопоиске»). С этого момента турецкие «мыльные оперы» стабильно привлекают внимание россиян [Саетов, 2020]. Согласно репрезентативному опросу, проведенному в 2014 году, 3% считают «Великолепный век» лучшим сериалом 2012 года и 2% – лучшим сериалом 2013 года. Таким образом, можно отметить высокий интерес россиян к турецким сериалам, однако исследования на эту тему в России практически не проводились.

Исследования влияния турецких «мыльных опер» на аудиторию проводились в основном на Ближнем Востоке и в Северной Африке. Авторы [Jabbour, 2017; Larochelle, 2019] отмечают, что одна из причин привлекательности сериалов для арабского зрителя состоит в том, что турецкие «мыльные оперы» изображают как современный образ жизни, более характерный для западного общества (главные герои могут употреблять алкоголь, вести активную ночную жизнь, не стесняясь целоваться на публике), так и традиционные мусульманские ценности и обычаи (действующие лица часто молятся, уважают патриархальную модель общества и семьи, почитают старших, живут с родителями и следуют традициям).

По мнению исследователей [Ibid.], социальная привлекательность турецких «мыльных опер» заключается в том, что Турция является образом идеального общества, где исламские традиции сосуществуют с современностью. Турецкие «мыльные оперы» отражают жизнь турецкого общества, в основном, опираются на существующие общественные дискурсы [Brunsdon, 2005].

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование...

В частности, для современного турецкого общества по-прежнему характерен патриархат. Мужчины играют доминирующую роль в большинстве домохозяйств, обладают властью [Boratav et al., 2014]. Жена и дети считают мужа высшим и формальным авторитетом, а также культурно признанным главой семьи [Özkan, Lajunen, 2005].

Многие авторы [Ustek, Alyanak, 2017] говорят о доминировании гендерных стереотипов в турецких драмах. Так, стереотипно показаны женщины, которые должны беспрекословно подчиняться патриархальной гендерной системе. Они ассоциируются с семьей в роли матерей, жен или дочерей – мягких, теплых, эмоциональных, дружелюбных и покладистых.

В то же время турецкая семья скорее матриархальна, матери в ней играют большую роль, занимаясь детьми и хозяйством [Mutlu, 2013]. Согласно исследованию, женские персонажи в турецких сериалах в 80% случаев показаны в сценах, не связанных с их работой/профессией, а в 92% они показаны в домашней обстановке. Также, одна из трех женщин, показанных в «мыльных операх» замужем. В свою очередь, мужчины (отцы, мужья, сыновья) – добытчики [Ibid.]. Они представлены как доминантные, сильные, властные и компетентные [Buccianti, 2010].

Помимо этого, исследователи отмечают некоторые основные черты турецких телесериалов. В частности, Лоуренс [Laurence, 2019] выделил несколько характеристик, присущих большинству «мыльных опер». Первая – это «табу сексуальности и превознесение материнства». Телевизионные драмы не изображают и даже не подразумевают сексуальные отношения между мужчинами и женщинами. Это относится как к супружеским парам, так и к добрачному сексу. В то же время, хотя большинство женщин сексуально неактивны, это не всегда относится к мужчинам. В некоторых ситуациях сексуальное поведение мужчин гораздо более свободно и вызывает меньше последствий, чем женское. Аборт изображается как грех, совершаемый эгоистичными, жадными и мстительными женщинами.

Вторую характеристику Лоуренс [Ibid.] назвал «нерепрезентация: имплицитная репрезентация?». Турецкие «мыльные оперы» не изображают культуру нетрадиционных сексуальных отношений. Исследователь изучил двадцать «мыльных опер» и нашел только двух персонажей, которых можно воспринимать как неявных гомосексуалов (любят розовые перья, сплетни, они эмоциональны, настроены против главных мужских персонажей). Цель таких персонажей – рассмешить публику. Даже в турецких ремейках популярных западных сериалов герои нетрадиционной сексуальной ориентации не имеют репрезентации. Например, в сериале

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование... «Umutsuz Ev Kadınları» («Отчаянные домохозяйки») гомосексуальные персонажи представлены как гетеросексуальные [Ibid.].

Следующая черта турецких «мыльных опер» – «патриархальная иерархия, грех и справедливость» [Ibid.]. Патриархальные ценности пронизывают весь сюжет. В нарративах, ориентированных на мужчин, «плохой мальчик» становится героем, который пытается решить важные проблемы, тогда как в нарративах, ориентированных на женщин, женщина никогда не бывает одна, найти справедливость ей часто помогает мужчина (или группа людей).

Проведенный анализ позволяет сделать ряд обобщений. «Мыльные оперы», как одно из СМК, воспроизводят и транслируют стереотипы. Турецкие «мыльные оперы» изображают как современный образ жизни, более характерный для западного общества, так и транслируют традиционные мусульманские ценности. В них доминируют гендерные стереотипы, согласно которым мужчины представлены как доминантные, сильные, властные и компетентные, имеющие авторитет и власть, а женщины – как слабые, нуждающиеся в защите, добрые, отзывчивые, не занимающиеся профессиональной карьерой, выполняющие роль домохозяйки, матери, воспитывающие детей.

Поскольку у российских зрителей наблюдается интерес к турецким «мыльным операм», а они способны выступать источником информации о других культурах, логично предположить, что данные сериалы могут способствовать формированию представлений о гендерных ролях и гендерных стереотипах турецких мужчин и женщин у россиян. То есть, мы в принципе можем лучше понять, какова роль сериалов в формировании стереотипов в целом, а в частности – какова роль турецких сериалов в формировании этнических гетеростереотипов представителей турецкой культуры у россиян. Это важно с позиции изучения факторов, которые могут влиять на формирование этнокультурной компетентности и способствовать повышению эффективности межкультурной коммуникации.

Суммируя вышесказанное, мы выдвинули *проблему*: какова взаимосвязь вовлеченности российских зрителей в просмотр турецких «мыльных опер» со стереотипами турецких мужчин и женщин? Данное исследование ставит *целью* проанализировать взаимосвязь между частотой просмотра турецких «мыльных опер» и гендерными стереотипами турок и турчанок у российских зрителей.

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование...

В качестве *задач* исследования были выделены следующие: 1) анализ выраженности характеристик (позитивность/негативность; теплота и компетентность; маскулинные/фемининные черты) стереотипов турецких мужчин и женщин у российских зрителей; 2) анализ вовлеченности российских зрителей в просмотр турецких «мыльных опер»; 3) анализ взаимосвязи вовлеченности российских зрителей в просмотр турецких «мыльных опер» и стереотипов (позитивность/негативность; теплота и компетентность; маскулинные/фемининные черты) турецких мужчин и женщин.

Мы сформулировали *исследовательский вопрос*: каковы (позитивны или негативны) стереотипы турецких мужчин и женщин у российских зрителей турецких «мыльных опер»?

Гипотезы исследования:

Гипотеза 1: Российские зрители турецких «мыльных опер» воспринимают турецких мужчин и женщин как «исполнителей» традиционных гендерных ролей.

Гипотеза 1а: Российские зрители турецких «мыльных опер» воспринимают турецких мужчин компетентными и холодными.

Гипотеза 1б: Российские зрители турецких «мыльных опер» воспринимают турецких женщин теплыми и некомпетентными.

Гипотеза 1с: Российские зрители турецких «мыльных опер» воспринимают турецких мужчин маскулинными.

Гипотеза 1д: Российские зрители турецких «мыльных опер» воспринимают турецких женщин фемининными.

Процедура и методика исследования

Выборка

В исследовании приняли участие россияне от 18 до 76 лет ($M = 36,77$; $SD = 10,38$). Выборка включает 270 человек. Мужчины составили 51,1% выборки (138 участников), а женщины – 48,9% (132 участника).

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование... Процедура сбора данных началась в сентябре 2022 года и продолжалась в течение недели. Мы использовали программу Яндекс.Толока, так как нам нужна была специфическая выборка людей, которые смотрят турецкие «мыльные оперы» в России. Каждый участник получил 8 рублей за прохождение опроса.

Методики

Частота просмотра «мыльных опер». Респондентам необходимо было отметить, смотрели ли они когда-либо турецкие «мыльные оперы», независимо от года выпуска, жанра и т.д. Испытуемые оценивали вовлеченность в просмотр турецких «мыльных опер» по 5-балльной шкале Ликерта от 1 («совсем не смотрю») до 5 («все время смотрю»).

Содержание стереотипов. Мы использовали модель содержания стереотипов (Stereotype content model, SCM) [Fiske, 1998; Fiske 2015]. Согласно модели, есть два базовых компонента социального восприятия, а именно *теплота* (например: искренние, сердечные, душевные) – аффективный компонент и *компетентность* (например: эффективность, продуктивность) – когнитивный компонент. В опроснике мы просили респондентов оценить, насколько точно приведенные утверждения описывают две группы – отдельно турецких мужчин и турецких женщин, используя переведенную и адаптированную версию шкалы [Григорьев, 2020] и шкалу Ликерта от 1 «совсем нет» до 5 «полностью описывает» («теплота» (образ турецкого мужчины) $\alpha = 0,86$; «компетентность» (образ турецкого мужчины) $\alpha = 0,88$; «теплота» (образ турецкой женщины) $\alpha = 0,88$; «компетентность» (образ турецкой женщины) $\alpha = 0,86$).

Этнические гетеро-стереотипы. Изучение этнических гетеро-стереотипов осуществлялось с помощью методики Д. Катца и К. Брейли «Приписывание качеств» с открытыми вариантами ответов. Респондентам предлагалось написать качества, присущие турецким мужчинам и женщинам. Качества могли быть как положительные, так и отрицательные. Данные обрабатывались методом контент-анализа. Кодировка результатов зависела от соотношения положительных (например: добрый, внимательный) и отрицательных (например: хитрый, вспыльчивый) качеств, которые респондент приписывал турецким мужчинам и женщинам: все качества положительные – 5 баллов; больше положительных, чем отрицательных – 4 балла; положительных и отрицательных одинаково – 3 балла; отрицательных больше, чем положительных – 2 балла; все качества отрицательные – 1 балл.

Кроме оценки позитивности/негативности стереотипа оценивалась *маскулинность и фемининность приписываемых качеств* с опорой на измерение фемининности и маскулинности,

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование... предложенное Г. Хофстеде [Hofstede, 2003]. Данные кодировались по шкале от 1 до 5. В зависимости от количества названных маскулинных и фемининных качеств мы присваивали балл. Соответственно, 1 качество – 1 балл, 2 качества – 2 балла и т.д. Для снижения субъективности использовался метод триангуляции данных (данную процедуру проводили три эксперта, коэффициент конкордации для всех измерений $> 0,87$).

Также мы контролировали наличие опыта взаимодействия с турками и турчанками и такие *социально-демографические показатели*, как пол, возраст, уровень образования и доход (указанные переменные контролировались при статистическом анализе, их эффект не был значимым, поэтому в моделях эти данные не отражены). Опыт общения оценивался по 5-балльной шкале Ликерта от 1 («совсем не имею опыта») до 5 («постоянно общаюсь»).

Статистический анализ данных. Для обработки данных мы использовали статистический пакет SPSS 22.0 с приложением AMOS 22.0. Мы применяли следующие методы: описательная статистика, α Кронбаха, моделирование структурными уравнениями (SEM).

Результаты

Таблица 1

Описательная статистика (среднее и стандартное отклонение) для всех использованных методик

Переменные	Среднее	Стандартное отклонение
Стереотип турецких мужчин (1 – негативный, 5 – позитивный)	3,79	1,03
Стереотип турецких женщин (1 – негативный, 5 – позитивный)	4,15	1,02
Теплота (турецкие мужчины) (1 – мин., 5 – макс.)	2,80	0,96
Компетентность (турецкие мужчины) (1 – мин., 5 – макс.)	3,00	0,86
Теплота (турецкие женщины) (1 – мин., 5 – макс.)	3,10	0,94
Компетентность (турецкие женщины) (1 – мин., 5 – макс.)	3,00	0,91
Маскулинные черты (турецкие мужчины)	2,11	0,86
Фемининные черты (турецкие мужчины)	1,95	0,80
Маскулинные черты (турецкие женщины)	1,50	0,81
Фемининные черты (турецкие женщины)	2,86	1,05
Частота просмотра турецких «мыльных опер»	1,97	0,92

Примечания. Теплота (турецкие мужчины/женщины) – шкала теплоты из модели содержания стереотипов (Stereotype content model, SCM), компетентность (турецкие мужчины/женщины) – шкала компетентности из модели содержания стереотипов (Stereotype content model, SCM).

Результаты таблицы показывают, что российские зрители имеют позитивный стереотип как турецких мужчин, так и женщин. И турецкие мужчины, и турецкие женщины имеют средние показатели по «теплоте» и «компетентности». Если говорить о показателях фемининности и маскулинности, то можно отметить, что турецким мужчинам чаще приписывались маскулинные качества, а турецким женщинам – фемининные.

Для ответа на наш исследовательский вопрос и проверки выдвинутых гипотез мы использовали моделирование структурными уравнениями. Были созданы три модели и проанализирована взаимосвязь вовлеченности в просмотр турецких «мыльных опер» и стереотипов. Первая модель (рис. 1) позволила выявить взаимосвязь частоты просмотра турецких сериалов с позитивностью/негативностью этнических стереотипов, которые российские зрители приписывают турецким мужчинам и женщинам. Мы контролировали опыт общения респондентов с турками, который был положительно взаимосвязан только с частотой просмотра «мыльных опер» ($\beta = 0,23$; $p = 0,01$), а именно, чем больше опыта взаимодействия с турецкими мужчинами и женщинами респонденты имели, тем чаще они смотрели турецкие сериалы. Однако на стереотипы никакого значимого влияния опыт общения не имел. На нижеприведенном рисунке представлены коэффициенты только основных переменных. Показатели модели соответствуют предъявляемым требованиям: $\chi^2 = 0,06$; $df = 1$; $\chi^2/df = 0,06$; $p = 0,81$; $SRMR = 0,01$; $CFI = 1,00$; $RMSEA = 0,010$; $PCLOSE = 0,86$ [Hu, Bentler, 1999].

Результаты моделирования показали, что вовлеченность российских зрителей в просмотр турецких «мыльных опер» положительно взаимосвязана с позитивными чертами, которыми они описывали мужчин и женщин в Турции. Можно сказать, что чем больше зрители смотрят турецкие сериалы, тем более позитивный образ турецких мужчин и женщин у них складывается. Таким образом, отвечая на наш исследовательский вопрос, можно сделать вывод, что российские зрители турецких «мыльных опер» имеют положительный стереотип в отношении турок и турчанок.

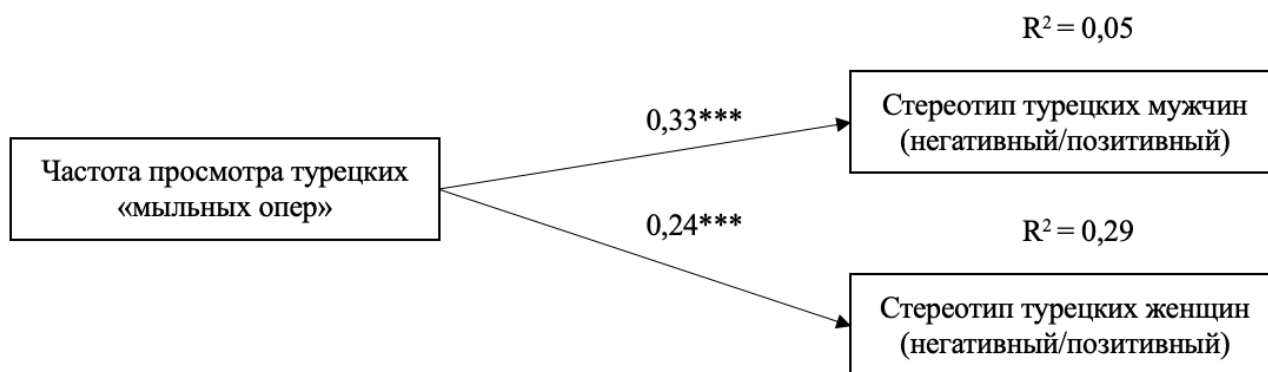


Рис. 1. Модель взаимосвязи частоты просмотра турецких «мыльных опер» и положительных характеристик, приписываемых турецким мужчинам и женщинам.

На рисунке 2 представлена модель взаимосвязи частоты просмотра турецких сериалов с аффективными (теплота) и когнитивными (компетентность) характеристиками стереотипов турецких мужчин и женщин. Показатели модели соответствуют рекомендованным: $\chi^2 = 1,52$; $df = 2$; $\chi^2/df = 0,76$; $p = 0,479$; $SRMR = 0,02$; $CFI = 1,00$; $RMSEA = 0,01$; $PCLOSE = 0,66$.

Результаты модели 2 показали положительную взаимосвязь между вовлеченностью респондентов в просмотр «мыльных опер» и теплотой, и компетентностью, приписываемыми туркам и турчанкам. Так, те, кто смотрят сериалы более интенсивно, склонны атрибутировать и турецким мужчинам, и турецким женщинам черты, входящие как в компонент «теплота», так и в компонент «компетентность». Другими словами, чем чаще российский зритель смотрит турецкие «мыльные оперы», тем более теплыми и одновременно компетентными кажутся ему мужчины и женщины Турции. В этой модели мы также контролировали опыт взаимодействия респондентов с турками, который не имел значимого влияния на характеристики стереотипов. Таким образом, гипотезы 1а и 1б подтвердились частично.

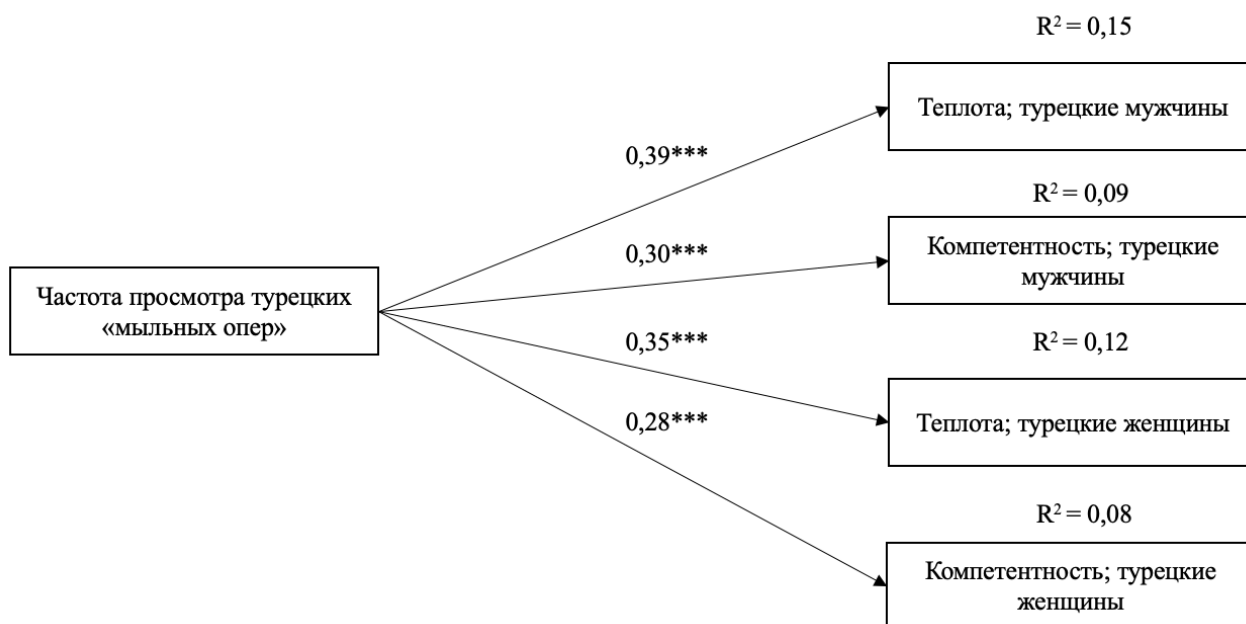


Рис. 2. Модель взаимосвязи частоты просмотра турецких «мыльных опер» и стереотипных показателей (теплота и компетентность) в отношении турецких мужчин и женщин.

С помощью третьей модели мы проверяли взаимосвязь между вовлеченностью в просмотр турецких сериалов и фемининными и маскулинными характеристиками, приписываемыми российскими зрителями туркам и турчанкам. Показатели для модели соответствуют рекомендованным: $\chi^2 = 0,22$; $df = 4$; $\chi^2/df = 0,06$; $p = 0,99$; $SRMR = 0,01$; $CFI = 1,00$; $RMSEA = 0,01$; $PCLOSE = 0,99$.

Результаты показали значимую взаимосвязь между частотой просмотра «мыльных опер» и фемининными характеристиками, приписываемыми как турецким мужчинам, так и турецким женщинам. При этом значимого влияния интенсивности просмотра турецких «мыльных опер» на маскулинные черты в стереотипах мужчин и женщин обнаружено не было. В модели мы также контролировали влияние опыта взаимодействия с турками (он не имел значимых взаимосвязей с маскулинными и фемининными характеристиками стереотипов). Таким образом, можно сделать вывод, что гипотеза 1д подтвердилась, а гипотеза 1с – нет.

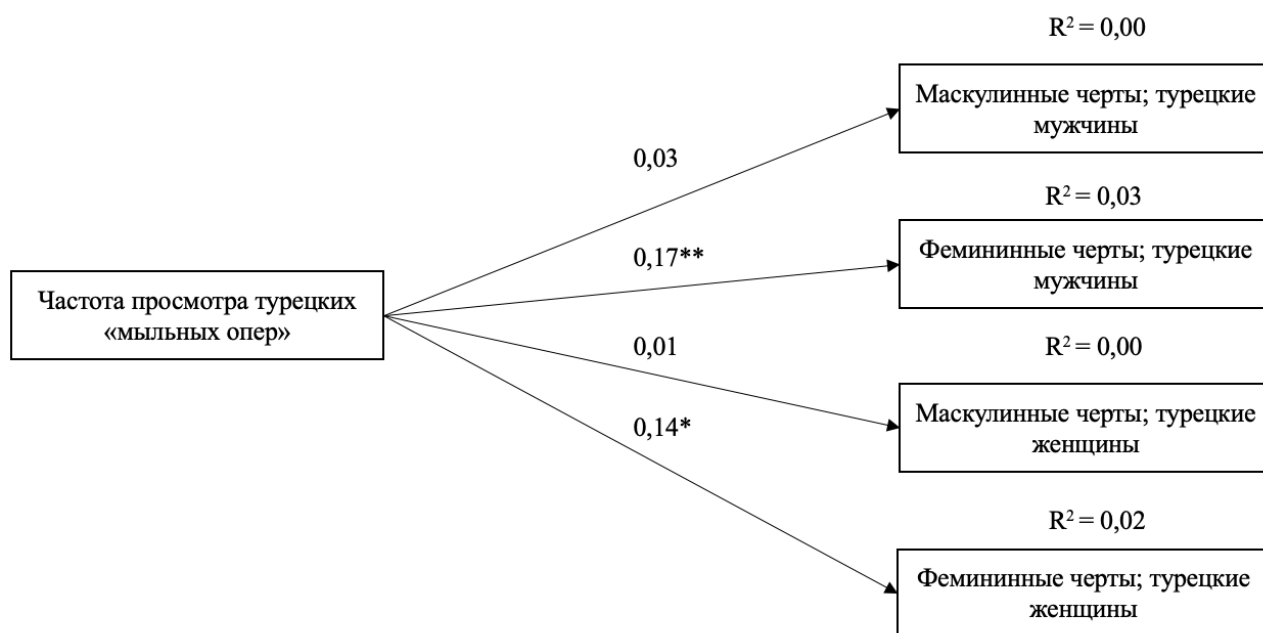


Рис. 3. Модель взаимосвязи частоты просмотра турецких «мыльных опер» и фемининных и маскулинных черт в отношении турецких мужчин и женщин.

Обсуждение результатов

В статье проверялась взаимосвязь частоты просмотра турецких «мыльных опер» со стереотипами турецких мужчин и женщин. Отвечая на наш исследовательский вопрос, мы обнаружили, что чем чаще россияне смотрят турецкие сериалы, тем более положительный образ турок у них формируется. При этом важно отметить, что опыт коммуникации с турками не имел значимого влияния на стереотипы, а был лишь некоторым стимулом вовлеченности в просмотр турецких «мыльных опер».

Опираясь на гипотезу контакта Г. Олпорта [Allport et al., 1954], основной идеей которой является уменьшение предубеждений с помощью межгруппового контакта, и дальнейшее развитие этой концепции, можно предположить, что просмотр турецких «мыльных опер» является опосредованным контактом, способствующим формированию позитивного образа жителей Турции. Наши результаты подтверждаются данными других исследований. Установлено, что опосредованный межгрупповой контакт (mediated intergroup contact), частным случаем которого являются медиа (в том числе «мыльные оперы»), способствует снижению предубеждений в отношении аутгруппы. Зрители погружаются во взаимоотношения между людьми, показанные на экране, знакомятся с культурными нормами, особенностями поведения, проявлением эмоций, что приводит к улучшению представлений о них [Banas et al., 2020; Turner et al., 2007].

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование...

Также мы обнаружили, что влияние «мыльных опер» имеет свою специфику. Результаты показали, что россияне, которые больше вовлечены в просмотр «мыльных опер», воспринимают и турецких мужчин, и турецких женщин «теплыми» и «компетентными». Мы ожидали, что мужчины будут восприниматься «компетентными», а женщины – «теплыми», поэтому наши гипотезы подтвердились лишь частично. Отчасти это может объясняться особенностями турецких сериалов, о которых мы говорили выше. Герои вбирают в себя и характеристики, свойственные западным обществам (женщины – самостоятельные, независимые; мужчины – участливые, заботливые), и характеристики традиционного общества (женщины – заботливые, хорошие хозяйки; мужчины – сильные, добиваются успехов и пр.) [Alankuş Yanardagoglu, 2016; Jabbour, 2017].

Кроме того, результаты показали, что респонденты, которые чаще смотрят турецкие «мыльные оперы», склонны больше приписывать фемининные качества и турецким мужчинам, и турецким женщинам. То есть российские зрители турецких «мыльных опер» склонны больше атрибутировать стереотипы, обычно ассоциирующиеся с женщинами. Это подтверждает нашу гипотезу 1д и не подтверждает гипотезу 1с. Такая специфика может объясняться, с одной стороны, гендерными особенностями выборки. Так, основной аудиторией турецких сериалов в России являются женщины, для которых проявление качеств, ассоциируемых в обществе с «женскими», является социально желательным, поэтому они больше обращают внимание именно на эти характеристики. С другой стороны, мы объясняем такие результаты особенностями культуры российского общества. Согласно культурным измерениям Г. Хофстеде [Hofstede, 2003], Россия относится к фемининным культурам, то есть для россиян в принципе свойственно ценить скромность, заботу о других, эмоциональность. Это может быть связано с таким механизмом межличностного восприятия, как эффект социального проецирования [Майерс, 2011]. Он заключается в том, что люди склонны наделять других людей качествами, которые присущи им самим. Таким образом, зрительницы «переносят» свои эмоции, качества, образ, модели поведения на персонажей на экране.

Выводы и направления будущих исследований

Настоящее исследование вносит вклад в изучение влияния средств массовой коммуникации на формирование этнических стереотипов. Мы проанализировали взаимосвязь частоты просмотра турецких «мыльных опер» и стереотипного восприятия российскими зрителями турецких мужчин и женщин. В целом можно сказать, что просмотр сериалов формирует более позитивный и стереотипный образ представителей другой культуры. Однако российские зрители склонны приписывать такие качества, как компетентность и теплота, как турецким мужчинам, так и

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование... турецким женщинам. Хотя при приписывании туркам и турчанкам маскулинных и фемининных черт предпочтение отдается характеристикам, больше присущим женщинам. В целом эти данные позволяют рассматривать сериалы как один из факторов, влияющих на формирование этнокультурной компетентности, и расширяют применимость полученных результатов в кросс-культурной психологии.

Исследование показало значимость теории культивирования [Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002], согласно которой потребление человеком продуктов СМК (сериалов) в долгосрочной перспективе конструирует у него определенные стереотипы.

Также было выявлено, что частота просмотра турецких «мыльных опер» обусловлена опытом общения с турками, хотя в нашем исследовании этот опыт не оказывал значимого влияния на стереотипное восприятие жителей Турции, что может быть предметом дальнейшего исследования.

Одним из ограничений исследования является то, что данные были собраны через онлайн платформу Яндекс.Толока, так как нам нужна была довольно специфическая выборка зрителей, которые смотрят турецкие «мыльные оперы». Такая выборка может недостаточно точно отражать представления россиян касательно выбранной нами темы. Кроме того, сравнительный анализ вовлеченности мужчин и женщин в просмотр «мыльных опер» показал, что для женщин $M = 2.92$, $SD = .86$, а для мужчин $M = 1.02$, $SD = .91$ – то есть можно сказать, что основной аудиторией «мыльных опер» в нашей выборке оказались российские зрительницы, поэтому в дальнейшем было бы интересно посмотреть обнаруженные эффекты и на мужской выборке.

Финансирование

Исследование выполнено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

Литература

Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов. Вопросы психологии, 1986, 1, 95–101.

Адорно Т. Исследование авторитарной личности. М.; Серебряные нити, 2001.

Ван Губерген М. Похвала стереотипу // Теория и практика преподавания русского языка. University College of Brussels. - HUB. <https://mognovse.ru/lyx-pohvala-stereotipu-m-van-goubergen.html>

Григорьев Д.С. Модель содержания стереотипов и этнические стереотипы в России. Журнал социологии и социальной антропологии, 2020, 23(2), 215–244. DOI:10.31119/jssa.2020.23.2.9

Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

Майерс Д. Социальная психология. Питер, 2011.

Попова В.О., Балежина Е.А. Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания. Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология., 2015, 2, 88–94.

Саетов И.Г. Популярность турецких сериалов у русскоязычных зрителей. Восточная аналитика, 2020, 4, 249–257. DOI:10.31696/2227-5568-2020-04-249-257

Хабенская Е.О. Этнические стереотипы и ксенофобия в СМИ (по материалам мониторинга прессы столичного региона). Дневник Алтайской школы политических исследований, 2005, 21, 171–174.

Allen R.C. Speaking of soap operas. University of North Carolina Press, 1985.

Allport G.W., Clark K., Pettigrew T. The nature of prejudice. Addison-Wesley, 1954.

Ang I. Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination. Routledge, 2013.

Baldwin J.R., Means Coleman R.R., González A., Shenoy-Packer S. Intercultural communication for everyday life. John Wiley and Sons, 2014.

Banas J.A., Bessarabova E., Massey Z.B. Meta-analysis on mediated contact and prejudice. Human Communication Research, 2020, 46(2–3), 120–160. DOI:10.1093/hcr/hqaa004

Bandura A., Walters R.H. Social learning theory. Prentice Hall: Englewood cliffs, 1977. Vol. 1.

Blumler J.G., Katz E. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. London: Sage Annual Reviews of Communication Research, 1974. Vol. 3.

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование...
Boratav H.B., Fişek G.O., Ziya H.E. Unpacking masculinities in the context of social change: Internal complexities of the identities of married men in Turkey. *Men and Masculinities*, 2014, 17(3), 299–324. DOI:10.1177/1097184X14539511

Brewer W.F., Nakamura G.V. The nature and functions of schemas. In: R.S. Wyer, T.K. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition*. Hillsdale: Erlbaum. 1984.

Brunsdon C. Identity in feminist television criticism. *Media, Culture & Society*, 1993, 15(2), 309–320. DOI:10.1177/016344379301500201

Brunsdon C. *Screen tastes: Soap opera to satellite dishes*. Routledge, 2005. DOI:10.4324/9780203993002

Buccianti A. Dubbed Turkish soap operas conquering the Arab world: social liberation or cultural alienation? *Arab Media and Society*, 2010, 10(2), 428.

Byerly C.M., Ross K. *Women and media: A critical introduction*. John Wiley and Sons, 2008.

Chao T.C. A diary study of university EFL learners' intercultural learning through foreign films. *Language Culture and Curriculum*, 2013, 26(3), 247–265. DOI:10.1080/07908318.2013.833936

Fiske S.T. Intergroup biases: A focus on stereotype content. *Current opinion in behavioral sciences*, 2015, 3, 45–50. DOI:10.1016/j.cobeha.2015.01.010

Fiske S.T. Stereotyping, prejudice, and discrimination. In: Gilbert, D.T., Fiske, S.T. and Lindzey, G., Eds., *The Handbook of Social Psychology*, New York. 1998. Vols. 1-2, pp. 357-411.

Geraghty C. *Women and soap opera: A study of prime time soaps*. Polity Press, 1991.

Geraghty C. Women's fiction still? The study of soap opera in television studies. *Critical Studies in Television*, 2006, 1(1), 129–134. DOI:10.7227/CST.1.1.17

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. Growing up with television: Cultivation processes. In: J. Bryant, & D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum. 2002. pp. 43-67

Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., & Morgan, M. Television violence, victimization, and power. *American behavioral scientist*, 1980, 23(5), 705–716. DOI:10.1177/000276428002300506

Hobson D. *Crossroads: The drama of a soap opera*. Methuen, 1982. Vol. 10.

Hofstede G. *Cultural dimensions*. 2003.

Hu L.T., Bentler P.M. Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 1999, 6(1), 1–55.

Jabbour J. Winning hearts and minds through soft power: The case of Turkish soap operas in the Middle East. In: Lenze, N., Schriwer, C., Jalil, Z. (Eds.), *Media in the Middle East: Activism, Politics, and Culture*. Palgrave Macmillan, Cham, 2017. pp. 145–163. DOI:10.1007/978-3-319-65771-4_7

Kubey R.W., Csikszentmihalyi M. Television as escape: Subjective experience before an evening of heavy viewing. *Communication Reports*, 1990, 3(2), 92–100. DOI:10.1080/08934219009367509

Larochelle D.L. The Greek Fandom of Turkish Soap Operas and the Tourism Industry: Traveling through Borders, Realities, and Identities. *The Journal of Popular Culture*, 2019, 52(6), 1472–1493. DOI:10.1111/jpcu.12864

Laurence L.D. “Brad Pitt Halal” and the Hybrid Woman: Gender Representations and Religion through Turkish Soap Operas. *ESSACHESS-Journal for Communication Studies*, 2019, 12(24(2)), 61–78.

Özkan T., Lajunen T. Masculinity, femininity, and the Bem sex role inventory in Turkey. *Sex Roles*, 2005, 52, 103–110. DOI:10.1007/s11199-005-1197-4

Popa D., Nechita F., Liu Y., Chin S.W.L. Linking Positive Psychology and Intercultural Competence by Movies: Evidence From Brunei and Romania. *Frontiers in Psychology*, 2021, 12. DOI:10.3389/fpsyg.2021.750904

Qasmi H. *Representations of Gender Relations in Turkish Soap Operas and Afghan Audiences' Reception*. PhD dissertation. University of Ottawa, Ottawa, 2020.

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование...
Roskos-Ewoldsen D.R., Klinger M.R., Roskos-Ewoldsen B. Media priming: A meta-analysis. Mass media effects research: Advances through meta-analysis. In: Preiss R.W., Gayle B.M., Burrell N., Allen M., Bryant J. (Eds.), Mass media effects research: Advances through meta-analysis. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2007. pp. 53–80.

Schachter S., Singer J. Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. Psychological review, 1962, 69(5), 379. DOI:10.1037/h0046234

Turner R.N., Crisp R.J., Lambert E. Imagining intergroup contact can improve intergroup attitudes. Group Processes & Intergroup Relations, 2007, 10(4), 427–441. DOI:10.1177/1368430207081533

Wiergacz K.J., Lucas J.L. Wonder Women: The Portrayal of Women in Television Soap Operas. Psi chi journal of undergraduate research, 2003, 8(2), 70-74.

Поступила в редакцию: 09 марта 2022 г. Дата публикации: 28 февраля 2023г.

Сведения об авторах

Боровикова Юлия Александровна. Стажер-исследователь, департамент психологии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, д. 20, 101000 Москва, Россия.
e-mail: yborovikova@hse.ru

Галяпина Виктория Николаевна. Доктор психологических наук, доцент, департамент психологии, главный научный сотрудник Центра социокультурных исследований Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, д. 20, 101000 Москва, Россия.
e-mail: vgalyapina@hse.ru

Ссылка для цитирования

Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование гендерных стереотипов у российских зрителей. Психологические исследования. 2023. Т. 16, № 87. С. 5. URL: <https://psystudy.ru>

Адрес статьи: <https://doi.org/10.54359/ps.v16i87.1351>

Боровикова Ю.А.¹, Галяпина В.Н.¹ Влияние турецких «мыльных опер» на формирование гендерных стереотипов у российских зрителей

Borovikova J.A.¹, Galyapina V.N.¹ The Influence of Turkish 'Soap Operas' on the Formation of Gender Stereotypes among Russian Viewers

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

The impact of media on stereotype formation has been a longstanding area of investigation in psychological research. Drawing upon cultivation theory (Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002), which posits that exposure to mass communication shapes individuals' perceptions, this study examines the relationship between the engagement of Russian viewers with Turkish soap operas and the development of stereotypes regarding Turkish men and women. The survey involved 270 Russian respondents. The data was processed using structural equation modeling (SEM). Our results revealed that, firstly, the frequency of watching Turkish soap operas predicts a favorable perception of Turkish men and women. Secondly, Russian viewers tend to perceive both Turkish men and women as "warm" and "competent". Lastly, viewers with higher level of engagement with Turkish series attribute more feminine qualities to both Turkish men and women.

Keywords: mass media, gender stereotypes, Turkey

References

Ageev V.S. Psihologicheskoe issledovanie social'nyh stereotipov. Voprosy psihologii, 1986. 1, 95–101. (In Russian)

Adorno T. Issledovanie avtoritarnoj lichnosti. Moscow: Serebryanye niti, 2001. (In Russian)

Brajant D., Tompson S. Osnovy vozdejstviya SMI/Dzh. – 2004. (In Russian)

Van Gubergen M. Pohvala stereotipu // Teoriya i praktika prepodavaniya russkogo yazyka. University College of Brussels. - HUB. <https://mognovse.ru/lyx-pohvala-stereotipu-m-van-goubergen.html> (In Russian)

Grigor'ev D.S. Model' soderzhaniya stereotipov i etnicheskie stereotipy v Rossii. ZHurnal sociologii i social'noj antropologii, 2020, 23(2), 215–244. DOI:10.31119/jssa.2020.23.2.9 (In Russian)

Lippmann U. *Obshchestvennoe mnenie*. – 2004. (In Russian)

Majers D. *Social'naya psihologiya*. Piter, 2011. (In Russian)

Popova V.O., Balezina E.A. Rol' sredstv massovoj informacii v formirovanii stereotipov massovogo soznaniya. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psihologiya. Sociologiya*, 2015, 2, 88–94. (In Russian)

Saetov I.G. Populyarnost' tureckih serialov u russkoyazychnyh zritelej. *Vostochnaya analitika*, 2020, 4, 249–257. DOI:10.31696/2227-5568-2020-04-249-257 (In Russian)

Habenskaya E.O. Etnicheskie stereotipy i ksenofobiya v SMI (po materialam monitoringa pressy stolichnogo regiona). *Dnevnik Altajskoj shkoly politicheskikh issledovanij*, 2005, 21, 171–174. (In Russian)

Allen R.C. *Speaking of soap operas*. University of North Carolina Press, 1985.

Allport G.W., Clark K., Pettigrew T. *The nature of prejudice*. Addison-Wesley, 1954.

Ang I. *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Routledge, 2013.

Baldwin J.R., Means Coleman R.R., González A., Shenoy-Packer S. *Intercultural communication for everyday life*. John Wiley and Sons, 2014.

Banas J.A., Bessarabova E., Massey Z.B. Meta-analysis on mediated contact and prejudice. *Human Communication Research*, 2020, 46(2–3), 120–160. DOI:10.1093/hcr/hqaa004

Bandura A., Walters R.H. *Social learning theory*. Prentice Hall: Englewood cliffs, 1977. Vol. 1.

Blumler J.G., Katz E. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. London: Sage Annual Reviews of Communication Research, 1974. Vol. 3.

Boratav H.B., Fişek G.O., Ziya H.E. Unpacking masculinities in the context of social change: Internal complexities of the identities of married men in Turkey. *Men and Masculinities*, 2014, 17(3), 299–324. DOI:10.1177/1097184X14539511

Brewer W.F., Nakamura G.V. The nature and functions of schemas. In: R.S. Wyer, T.K. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition*. Hillsdale: Erlbaum. 1984.

Brunsdon C. Identity in feminist television criticism. *Media, Culture & Society*, 1993, 15(2), 309–320. DOI:10.1177/016344379301500201

Brunsdon C. *Screen tastes: Soap opera to satellite dishes*. Routledge, 2005. DOI:10.4324/9780203993002

Buccianti A. Dubbed Turkish soap operas conquering the Arab world: social liberation or cultural alienation? *Arab Media and Society*, 2010, 10(2), 428.

Byerly C.M., Ross K. *Women and media: A critical introduction*. John Wiley and Sons, 2008.

Chao T.C. A diary study of university EFL learners' intercultural learning through foreign films. *Language Culture and Curriculum*, 2013, 26(3), 247–265. DOI:10.1080/07908318.2013.833936

Fiske S.T. Intergroup biases: A focus on stereotype content. *Current opinion in behavioral sciences*, 2015, 3, 45–50. DOI:10.1016/j.cobeha.2015.01.010

Fiske S.T. *Stereotyping, prejudice, and discrimination*. – 1998.

Geraghty C. *Women and soap opera: A study of prime time soaps*. Polity Press, 1991.

Geraghty C. Women's fiction still? The study of soap opera in television studies. *Critical Studies in Television*, 2006, 1(1), 129–134. DOI:10.7227/CST.1.1.17

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. Growing up with television: Cultivation processes. In: J. Bryant, & D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum. 2002. pp. 43-67

Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., & Morgan, M. Television violence, victimization, and power. *American behavioral scientist*, 1980, 23(5), 705–716. DOI:10.1177/000276428002300506

- Боровикова Ю.А., Галяпина В.Н. Влияние турецких «мыльных опер» на формирование...
Hobson D. *Crossroads: The drama of a soap opera*. Methuen, 1982. Vol. 10.
- Hofstede G. *Cultural dimensions*. 2003.
- Hu L.T., Bentler P.M. Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 1999, 6(1), 1–55.
- Jabbour J. Winning hearts and minds through soft power: The case of Turkish soap operas in the Middle East. In: Lenze, N., Schriwer, C., Jalil, Z. (Eds.), *Media in the Middle East: Activism, Politics, and Culture*. Palgrave Macmillan, Cham, 2017. pp. 145–163. DOI:10.1007/978-3-319-65771-4_7
- Kubey R.W., Csikszentmihalyi M. Television as escape: Subjective experience before an evening of heavy viewing. *Communication Reports*, 1990, 3(2), 92–100. DOI:10.1080/08934219009367509
- Larochelle D.L. The Greek Fandom of Turkish Soap Operas and the Tourism Industry: Traveling through Borders, Realities, and Identities. *The Journal of Popular Culture*, 2019, 52(6), 1472–1493. DOI:10.1111/jpcu.12864
- Laurence L.D. “Brad Pitt Halal” and the Hybrid Woman: Gender Representations and Religion through Turkish Soap Operas. *ESSACHESS-Journal for Communication Studies*, 2019, 12(24(2)), 61–78.
- Özkan T., Lajunen T. Masculinity, femininity, and the Bem sex role inventory in Turkey. *Sex Roles*, 2005, 52, 103–110. DOI:10.1007/s11199-005-1197-4
- Popa D., Nechita F., Liu Y., Chin S.W.L. Linking Positive Psychology and Intercultural Competence by Movies: Evidence From Brunei and Romania. *Frontiers in Psychology*, 2021, 12. DOI:10.3389/fpsyg.2021.750904
- Qasmi H. Representations of Gender Relations in Turkish Soap Operas and Afghan Audiences' Reception. PhD dissertation. University of Ottawa, Ottawa, 2020.
- Roskos-Ewoldsen D.R., Klinger M.R., Roskos-Ewoldsen B. Media priming: A meta-analysis. *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*. In: Preiss R.W., Gayle B.M., Burrell N., Allen M., Bryant J. (Eds.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2007. pp. 53–80.

Schachter S., Singer J. Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. Psychological review, 1962, 69(5), 379. DOI:10.1037/h0046234

Turner R.N., Crisp R.J., Lambert E. Imagining intergroup contact can improve intergroup attitudes. Group Processes & Intergroup Relations, 2007, 10(4), 427–441. DOI:10.1177/1368430207081533

Wiergacz K.J., Lucas J.L. Wonder Women: The Portrayal of Women in Television Soap Operas. Psi chi journal of undergraduate research, 2003, 8(2), 70-74.

Information about authors

Borovikova Julia Alexandrovna. Research intern at Politics and Psychology Research Laboratory, Department of Psychology, National Research University Higher School of Economics, Myasnitskaya street, 20, 101000 Moscow, Russia.

e-mail: yborovikova@hse.ru

Galyapina Victoria Nikolaevna. Doctor of Psychology, docent, Department of Psychology, Chief Researcher, Expert Institute International Laboratory of Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Myasnitskaya street, 20, 101000 Moscow, Russia.

e-mail: vgalyapina@hse.ru

For citation: Borovikova J.A., Galyapina V.N. The Influence of Turkish ‘Soap Operas’ on the Formation of Gender Stereotypes among Russian Viewers. Psikhologicheskie Issledovaniya, 2023, Vol. 16, No. 87, p. 5. <https://psystudy.ru>