

ДОМАШНИЕ ЖИВОТНЫЕ: ЧЛЕНЫ СЕМЬИ, СЛУГИ ИЛИ ИГРУШКИ?

Е.А. Никитина, К.А. Никитина

Человек всегда жил рядом с животными и взаимодействовал с ними. Однако содержание этого взаимодействия существенно различалось в ходе истории. Так Х. Хедигер (Hediger, 1964) описывает 3 периода отношения к животным, начиная с палеолита и заканчивая началом XX века:

1. Период культа – например, культ медведя в Европе эпохи палеолита, обожествление животных в древнем Египте.
2. Секулярный период – животные рассматриваются с точки зрения их практической пользы или занимательности (например, животноводство в его различных формах, охота для получения пищи и как развлечение, бои животных).
3. Период научного интереса – изучение анатомии, попытки систематизации, интерес к психологии.

Указанные периоды не имеют жестких границ, их выделение служит лишь для того, чтобы подчеркнуть относительное смещение внимания к разным аспектам взаимодействия с животными. При этом, например, в рамках первого периода далеко не всегда возможно исключить реальную практическую пользу обожествляемых животных. Так, кошки были важнейшими защитниками хранилищ зерна от грызунов, ибисы – уничтожали змей и яйца крокодилов.

Отношение к животным имеет и культурную специфику. В Европе и Америке коровы не только дают молоко, но и являются источником мяса, для индуистов корова – священное животное, «мать миллионов индийского человечества», по определению Ганди.

В последнее время становится заметно, что на первое место, особенно среди жителей городов, начинает выходить представление о домашнем животном как о члене семьи. Проявления антропоморфизма конечно не являются чем-то новым в ходе развития культуры. Перенесение человеческих чувств, мыслей и намерений на животных является нормальным на ранних этапах развития ребенка. Однако включение животного на равных в структуру семьи, предпочтение животного ребенку или супругу, и т.д. представляет собой недостаточно исследованное явление.

Проведенное в 2015 г. компанией JFK в 22 странах мира (за исключением Африки) исследование показало, что больше половины 57 % из 27000 респондентов имеют как минимум одно домашнее животное, а 23 % более одного.

При этом в последнее время домашние животные все больше и больше начинают играть роль объектов привязанности и любви, заменяют друзей и детей. На них тратится все больше

и больше ресурсов. При этом статистические прогнозы говорят, что увеличение доли домохозяйств с одним членом семьи будет и дальше способствовать росту популярности домашних животных, в том числе собак мелких пород.

Рынок товаров для животных в России развивается опережающими темпами: объем продаж кормов для домашних животных с сентября 2014 по август 2015 года вырос на 12,4%, в то время как потребление продуктов питания для человека упало по большинству позиций (<http://www.rbc.ru/business/28/01/2016/56a9e4069a7947a8440167c1>). Прогноз Euromonitor International показывает, что мировые продажи товаров для животных в 2017 году составят свыше 109 млрд долларов, превысив тем самым объем прошлого года на 2%, а к 2021 году вырастет еще на 7,5 %.

В отчете «Гуманизация домашних животных» (Pet Humanisation..., 2014) отмечается, что изменение структуры семьи и стиля жизни приводит к предпочтению маленьких, не требующих сложного ухода животных. Хозяева все больше воспринимают своих домашних животных – не только кошек и собак, но и мелких млекопитающих – как членов семьи. Животные чаще принимают участие в семейных праздниках, их дни рождения празднуются так же, как дни рождения детей, растет количество пар, предпочитающих завести домашнее животное, а не родить ребенка. По данным Левада-центра в 2014 г. 87 % от числа тех, у кого дома были животные, считали их членами семьи.

В ответ на это открываются новые ветеринарные клиники, зоомагазины и отделы товаров для животных в крупных и средних учреждениях торговли, груминг-салоны, магазины одежды для животных, гостиницы и другие объекты, дрессировка животных и ритуальные услуги. Рынок предлагает все более близкие к человеческим услуги для животных, такие как консультирование кошек, предоставление эккаунтов в социальных сетях для животных, организация свадеб и т.д. Особую популярность приобретают гаджеты и инновации в сопутствующих товарах. Одним из трендов является отражение вкусовых привычек людей на рынке кормов для животных (натуральность, сырые продукты, низкая калорийность, пиво для собак и т.д.).

Социально-демографический портрет владельцев домашних животных был получен по итогам исследования МА «Родемакс» (Потребительское поведение..., 2017) с марта 2009 по апрель 2017 года. При обработке социально-демографических данных владельцев различных видов домашних животных прослеживается следующая тенденция:

- Беспородных кошек чаще всего заводят пенсионеры, неработающие и люди со средним образованием. Породистых кошек заводят учащиеся, владельцы бизнеса и предприниматели.

- Беспородных собак предпочитают неработающие, домохозяйки и предприниматели. Породистых собак держат владельцы бизнеса и предприниматели.
- Кошек и собак в качестве компаньонов содержат люди среднего и старшего возраста, чьи семьи состоят из 1-2 человек, имеющие средний доход или ниже среднего.
- Более состоятельные и молодые люди, живущие в семьях из трех и более человек, помимо кошек и собак могут держать различные виды домашних животных, рептилий, аквариумных рыбок и птиц и т. д.

Согласно данным опросов, количество респондентов, у которых живут беспородные кошки, существенно превышает тех, кто держит клубных животных, при этом соотношение породистых и беспородных животных в рассматриваемых регионах составляет 1:3.

Некоторые различия в популярности тех или иных видов домашних питомцев у жителей Москвы и Санкт-Петербурга наблюдаются только по группам «собаки» и «птицы». Можно говорить о том, что москвичи «любят» собак больше, чем петербуржцы, а домашних птиц меньше (соответственно +7 % и -4 % для Москвы). Данные по всем остальным группам животных очень близки и находятся в пределах статистической погрешности.

Однако в настоящий момент большинство публикаций, связанных с домашними животными – это результаты социологических опросов, не имеющие психологического содержания и проводимые в ходе исследования рынка товаров и услуг.

При этом нельзя не заметить, что наличие или отсутствие домашнего животного связано не только с экономическими показателями, но и отражается на уровне психологического благополучия его владельца (Kanat-Maymon, Antebi, Zilcha-Mano, 2016).

Терапевтическая роль взаимодействия с животными находит свое отражение в существенном количестве методик по фелинотерапии, иппотерапии, дельфино-терапии и др. В последнее время в США разработано несколько успешных экспериментальных программ помощи больным с посттравматическим стрессовым расстройством, в которых бывшим участникам боевых действий в Ираке и Афганистане предлагается длительное (от 6 недель) взаимодействие со специально обученными собаками.

Для детей, испытывающих трудности в обучении чтению, в последнее время разработан ряд специальных тренингов, в которых тревога и опасения за возможный неуспех снимаются тем, что ребенок читает книгу собаке. Результатом является более высокий уровень удовольствия от чтения и более высокие баллы по шкале понимания текста.

Наличие животного в семье оказывается одним из важных факторов развития ребенка, накладывает свой отпечаток на формирование самых разных личностных характеристик. Подростки, имеющие домашних животных, демонстрируют более высокие баллы по шкалам удовлетворенности жизнью и психологического благополучия (Reis et al., 2017) и меньший

уровень одиночества (Black, 2012). Привязанность ребенка к домашнему животному оказывается положительно связана с уровнем эмпатии к животным вообще, что, в свою очередь, коррелирует даже с выбором диеты, не содержащей мясных продуктов, во взрослом возрасте (Rotherberg & Mican, 2014). 12-летние дети, принявшие участие в исследовании М. Касселса и др. (Cassels et al., 2017) отметили большую удовлетворенность и меньшую конфликтность при взаимодействии с домашними животными по сравнению с общением с сиблингами.

В обзоре публикаций, посвященных влиянию домашних питомцев на развитие детей, Е.Ю. Федорович, А.Я. Варга и др. (Федорович и др., 2015) приводят данные о положительной роли животного в семье: социальная поддержка при различного рода стрессах; развитие у детей сострадания, эмпатии, доверительных отношений с другими, социальной компетентности и заботы, развитии автономии, обеспечении «связи» детей с природой и поддержке их физической активности. В то же время авторы указывают на необходимость более осторожной и взвешенной оценки роли питомца в жизни современной городской семьи, обращая внимание на то, что «психологическая польза» зависит не от самого факта присутствия животного в доме, а от характера взаимоотношений ребенка с ним, складывающихся в пределах семейной системы. Как тип этих взаимоотношений, так и их возможный вклад в детское развитие и благополучие меняются с возрастом ребенка. На основании полученных авторами эмпирических данных о времени появления животного в периоды предполагаемых обострений тревоги в семье, было также показано, что появление домашних питомцев может выполнять функцию стабилизации семейной системы в периоды ее кризисов.

Как можно заметить, в приведенных выше публикациях рассматривается в большей степени функциональные роли домашнего животного. Содержание же социальных представлений о нем остается в настоящий момент нераскрытым.

Процедура и результаты.

Прежде всего мы постарались выявить наиболее общие высказывания о домашнем животном у людей разного возраста и профессионального статуса, проживающих в Москве. По результатам контент-анализа кратких описаний было выделено 4 обобщенных категории: член семьи, друг, полезное в хозяйстве существо или слуга, игрушка. При этом упоминания характеристик, отнесенных нами к первым 2-м категориям, встречаются значительно чаще, чем к 3-й и 4-й. В категорию «игрушка» попали 2 весьма схожих ответа респондентов, указавших на то, что собака должна заменить детям компьютер, и высказывание об аналогии посещения зоомагазина и магазина с одеждой для кукол. Особенности, связанных с полом или возрастом испытуемых, в текстовых описаниях домашних животных обнаружить не удалось.

Далее нами был составлен опросник, позволяющий оценить социально-демографические характеристики респондентов и их степень согласия с рядом высказываний о домашних животных.

По итогам анализа опросника выявлено, что 86 % участников исследования имеют хотя бы одно домашнее животное и почти 50 % – двух или трех.

Большинство респондентов выразило наибольшее согласие с предложениями: «Животное не игрушка», среднее значение -4,79, «Мое животное – такой же член нашей семьи, как и все мы», - 4,57, и «Мое животное – мой лучший друг» - 4,36 (по 5-балльной шкале). При этом оценки питомца как члена семьи и как друга коррелируют между собой ($r_{\text{Спирмена}} = 0,637$).

Интересно, что в ответах на высказывания «Мое животное понимает, что я ему говорю», «Мое животное всегда чувствует мое настроение», «Мое животное ужасно хитрое, иногда ему даже удастся обмануть меня» и «Я понимаю, что хочется моему животному» испытуемые более высоко оценили способности своего питомца по сравнению с собственными. Ответ «Полностью согласен» относительно того, что животное понимает, чувствует и может перехитрить хозяина, дали соответственно 64 %, 71 % и 36 % респондентов. В то время как уверены в своем понимании питомца 36 %.

Ответы респондентов молодого (18 – 22) и среднего (> 23 лет) возраста о месте животного в их жизни практически не различаются. Выявлено только, что старшие участники исследования в большей степени согласны с высказываниями о том, что лучше взять животное из приюта, чем выбрать победителя выставок ($p < 0,05$). При этом они несколько чаще молодых согласны, что даже самое лучшее животное далеко от человека ($p=0,8$) (рис.1).

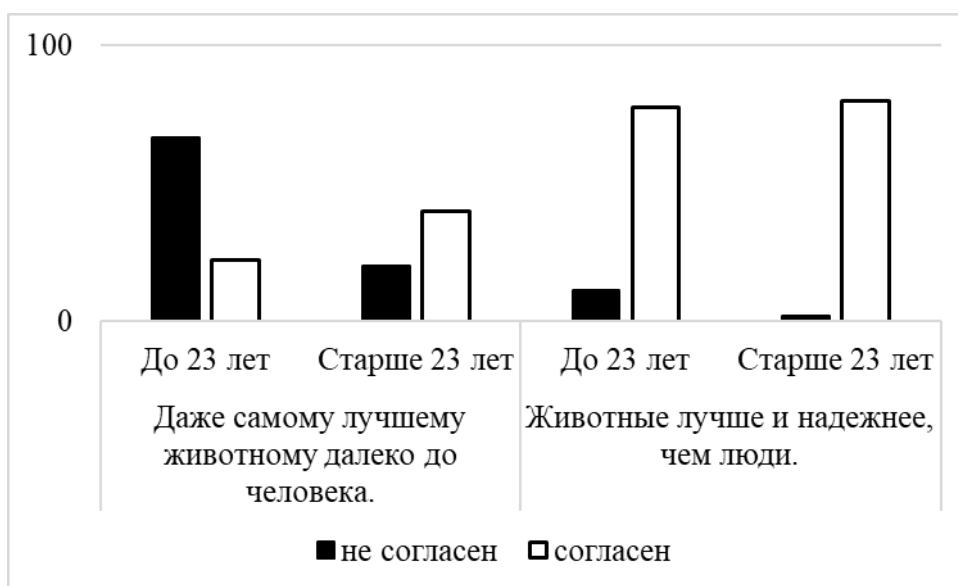


Рисунок 1. Ответы респондентов на высказывания опросника («не согласен» соответствует оценке степени согласия 1 или 2, «согласен» - соответственно – 4 или 5).

Обращает на себя внимание весьма высокая (около 80%) степень согласия всех респондентов с высказыванием о том, что животные лучше и надежнее, чем люди, в сочетании со значительной долей утвердительных ответов по пункту «Даже самому лучшему животному далеко до человека», что может свидетельствовать как о неоднородности представлений о домашних животных, так и о метафорическом понимании предлагаемых высказываний.

Согласие участников исследования с ролью животного как члена семьи коррелирует с его оценкой как друга и как существа, не только понимающего хозяина, но и способного перехитрить его.

Животное-друг в то же время воспринимается как член семьи, ребенок, хитрец, который может обмануть своего владельца. Респонденты при этом указывают, что животное должно чувствовать любовь к себе.

Восприятие питомца, как способного принести пользу, не связано с другими ролями и коррелирует только с ролью защитника (рис.2).



Рисунок 2. Корреляционные связи ($p < 0,05$) оценок ролей и характеристик домашнего животного.

Исходя из того, что большинство респондентов выразили полное согласие с тем, что их питомцы являются членами семьи, мы предположили, что и на рисунках семьи домашние животные будут изображены не реже, чем показано в статистических данных, и будут занимать равноправное место с людьми.

Для проверки этого предположения были использованы 72 рисунка семьи, полученные студентами ГАУГН при выполнении практикума по проективным методам исследования. Изображения были выполнены детьми и подростками в возрасте от 5 до 17 лет, 57 % - девочек.

Оказалось однако, что животные присутствуют только на 13 рисунках (18%). При сравнении по критерию Манна-Уитни (группирующая переменная – наличие/отсутствие животного на изображении) различий ни по полу, ни по возрасту, ни по составу семьи (полная/не полная, наличие сиблингов) не обнаружено. По анализу самих рисунков выявлено преобладание признаков тревожности ($p=0,36$) на тех рисунках, где имеется изображение животного.

Обсуждение результатов.

Сделанная нами попытка исследования социальных представлений о домашних животных показала, что их содержание достаточно неоднородно и противоречиво. Питомцы одновременно оцениваются и как существа, лучшие, чем люди, и как не достающие человека по своему развитию.

Ответы испытуемых подтвердили существование как минимум трех непересекающихся ролей, которую играют животные в нашей жизни: друг или член семьи, слуга и игрушка, причем большинство респондентов называют животное членом семьи, указывают на его интеллектуальные способности, выражают согласие с антропоморфными высказываниями.

В то же время несмотря на то, что большинство взрослых респондентов на прямой вопрос, является ли домашнее животное членом семьи, дает утвердительный ответ, на рисунках детей и подростков животные появляются в основном в ситуации повышенной тревожности. Возможно, именно в этих случаях возрастает роль домашнего питомца, не предъявляющего излишних требований к ребенку, позволяющего с минимальными усилиями сформировать привязанность. Однако это тема, требующая дальнейшего очень аккуратного исследования. В перспективе было бы интересно изучить возрастные особенности восприятия животных, разработав надежную методику.

Литература

Потребительское поведение владельцев домашних животных. Маркетинговое исследование. Москва, 2017. Электронный ресурс: http://rodemax.ru/?dl_id=8

Федорович Е.Ю., Варга А.Я., Митина О.В. Появление в семье домашних питомцев в зависимости от возраста детей // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2015. №2. С. 77-92.

Black K. The Relationship Between Companion Animals and Loneliness Among Rural Adolescents // Journal of Pediatric Nursing. 2012. V. 27. P. 103-112. Doi: 10.1016/j.pedn.2010.11.009

Cassels M.T., White N., Gee N., Hughes C. One of the family? Measuring young adolescents' relationships with pets and siblings // Journal of Applied Developmental Psychology. 2017. V. 49. P. 12-20. Doi: 10.1016/j.appdev.2017.01.003

Caya S. The Importance of House Pets in Emotional Development // Procedia - Social and Behavioral Sciences. 2015. V. 185. P. 411 – 416.

Hediger H. Wild animals in captivity. 1964. Dover Publications, Inc. New York. – 207 p.

Kanat-Maymon Y., Antebi A., Zilcha-Mano S. Basic psychological need fulfillment in human–pet relationships and well-being // Personality and Individual Differences. 2016. V. 92. P. 69-73. [doi: 10.1016/j.paid.2015.12.025](https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.12.025)

Pet humanisation: the trend and its strategic impact on global pet care markets. Euromonitor International report. 2014. <http://www.euromonitor.com/pet-humanisation-the-trend-and-its-strategic-impact-on-global-pet-care-markets/report>

Reis M., Ramiro L., Camacho I., Tomé G., Brito C., Gaspar de Matos M. Does having a pet make a difference? Highlights from the HBSC Portuguese study // European Journal of Developmental Psychology. 2017. P. 1-17. Doi: 10.1080/17405629.2017.1317242.

Rotherberg H., Mican F. Childhood pet ownership, attachment to pets, and subsequent meat avoidance. The mediating role of empathy toward animals // Appetite. 2014. V. 79. P. 11-17. [doi: 10.1016/j.appet.2014.03.032](https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.03.032)

Информация об авторах:

Никитина Елена Альфредовна, научный сотрудник ИП РАН, кандидат психологических наук, nalenka@yandex.ru, моб.тел. +7 916 684 5573;

Никитина Ксения Александровна, студентка Московского института психоанализа, xenny@yandex.ru, моб.тел. +7 916 471 9106.