

человека : автореф. дис. на соискание учен. Степени докт. психол. наук : спец. 19.00.01 "Общая психология, психология личности, история психологии" / Евгения Владимировна Некрасова ; Барнаул. гос. пед. ун-т. – Барнаул, 2005. – 47 с.

10. *Титаренко Т.М.* Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності / Т.М. Титаренко. – К. : Либідь, 2003. – 373 с.
11. *Шмелев А.Г.* Традиционная психометрика и экспериментальная психосемантика: объектная и субъектная парадигмы анализа данных / А.Г. Шмелев // Вопросы психологии. – 1982. – № 5. – С. 34-36.
12. *Smith P.B.* Values / Peter B. Smith, Shalom H. Schwartz // Handbook of Cross-Cultural Psychology : Second Edition, [Edited by J. W. Berry, M. H. Segall and C. Kagitcibasi]. – Boston: Allyn & Bacon, 1997. – Vol. 3. – pp. 77-118.

Identification and short systematization of problem of psychodiagnostics of axiological sphere of personality are presented in this article. Using of axiological psychodiagnostics in team-building is the main focus of the article. Such problem, as too wide generalization of value characteristics, complexity of revealing of real values, insufficiency of structural reconstruction of axiological sphere, risks of losing of value authenticity are identified. Theoretical-methodological and structure-organizational variants of problem-solving are proposed.

Key words: axiological sphere of personality, values, psychodiagnostics of values, teambuilding, problems of psychodiagnostics of value.

УДК 159.9.2

Тетяна Тригуб

ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАУПОДОБАНЬ ЛІДЕРІВ ТА АУТСАЙДЕРІВ

У статті презентовано результати емпіричного дослідження медіа-уподобань учнів з різним соціально-психологічним статусом. Виявлено, що всі школярі обирають інформаційний жанр, але лідери у пресі, а аутсайдері у телебаченні. З'ясовано, що казка та фентезі є улюбленими темами серед дітей з високим статусом, а бойовики та детективи – серед низькостатусних. Головоломки та квести в комп'ютерних іграх обирають лідери, екшен – аутсайдері. Високостатусні діти схильні до активного сприйняття інформації, а низькостатусні до пасивного.

Ключові слова: медіа, аутсайдер, лідер.

Проблема. З розвитком значення ролі ЗМІ в суспільстві збільшився і їх вплив на людину. Спілкуватися, шукати новий матеріал для ідей, навчатися та відпочивати можна тепер безпосередньо через медіа, що є швидким та зручним. Отримана інформація через ЗМІ є фактором формування людської свідомості, особливо школяра, який перебуває в процесі особистісного зростання, і це є небезпечно, адже перейняті образи та моделі поведінки можуть впливати на стосунки з однокласниками та на становлення соціометричного статусу учня в класі.

Вплив медіа на особистість є актуальною проблемою в медіа-психології, що вивчалася такими науковцями, як: Дж.Г. Блумер, Дж. Брайант, Н. Б. Кирилова, Дж. Мейровіц, К. Поустмен, Р. Харріс. Всі вони наголошували, що ЗМІ можуть змінити уявлення про соціальну реальність, адже стають значущими факторами впливу, особливо для школярів [1]. Проблематику інтернет-залежностей розглядали М.В. Мірошников, Г.В. Мироненко, взаємодії з медіа-віртуальністю – Л.А. Найдьонова, соціалізації і ціннісних орієнтацій – О.Т. Баришполец, Н.Н. Богомолова; А.В. Федоров – проблеми кіномистецтва та медіаосвіти, зв'язок медіа і моральних орієнтирів – І.В. Челишева та інші науковці. Остання говорить про те, що інформація, яка передається через ЗМІ, є продуктом індустрії, але не тою, якій можна довіряти, ця інформація потребує осмислення [2]. На сьогодні серед школярів виникає дефіцит спілкування, який вони намагаються вирішити через медіа шляхом спілкування через інтернет-мережу або повністю заглиблюючись у комп'ютерні ігри та перегляд фільмів, що може впливати на стосунки з однокласниками та відповідно формування соціометричного статусу [2].

В нашому дослідженні одним з завдань було вивчення, який медіаконтент обирають школярі з різним соціально-психологічним статусом під час взаємодії з медіа.

Метою статті є порівняльний аналіз медіауподобань учнів залежно від їх соціометричного статусу (лідери і аутсайтери).

Дослідження проводилося в 2012 році серед учнів середніх загальноосвітніх шкіл України (спецшкола м. Києва, дві школи м. Хорол, Ялосовецька сільська школа та ліцей). Вибірка становила 300 учнів віком від 13 до 18 років (7-11 класи).

Дослідження проводилося за допомогою анкетування.

Щоб зрозуміти, яким темам надають перевагу учні, ми докладніше вивчили медіатексти та жанри у різних медіа, обираючи популярні: пресу, телебачення, інтернет. Результати щодо преси виявилися такими: для школярів незалежно від статусу важливими темами у пресі є інформація (оскільки дитина перебуває в процесі навчання та набуття знань), ігри (головоломки, загадки), література (роман, новели, оповідання, вірші), реклама (див. табл.1). Хоча є діти, які взагалі не мають улюблених тем, можливо тому, що преса перестала грати важливу роль у житті учнів. Якщо розглянути уподобання відповідно до статусу, то бачимо, що у пресі лідери більше надають перевагу інформаційному жанру, літературному, іграм та головоломкам. Ми вважаємо, що це пов'язано з навчанням, із бажанням бути першим та займанням активної життєвої позиції. Значно менша кількість аутсайдерів також обирає інформаційний, літературний та ігровий жанри в пресі, натомість перегляд реклами для них є більш пріоритетним, ніж для лідерів. Також помітна тенденція, що

школярі з низьким статусом є менш зацікавленими у користуванні пресою, на відміну від дітей з високим статусом у класі.

Таблиця 1

Жанри у пресі, яким надається перевага учнями з різним соціальним статусом (%)

N	Жанри пресі	лідери	аутсайтери
1	інформаційні (що допомагають дізнатися щось нове)	72.73	62.28
2	літературні (роман, новела, оповідання, вірші)	28.57	25.44
3	ігри (головоломки, загадки)	48.05	45.61
4	реклама	12.99	31.58
5	інші	5.19	4.39
6	відсутність	5.19	7.89
7	невизначеність відповіді	0	1.75

Вважаємо, що це може бути пов'язано з тим, що пресу учні замінили іншими медіа, через які можна отримати інформацію – такими, як телебачення та інтернет. Водночас для читання преси треба бути більш активним, тому що потрібно обирати джерело, статті, а телебачення ніби-то само все розповідає – не треба напружуватися. Ось чому і обирають аутсайтери ті медіа, які потребують більш пасивного споживання.

Телебачення є популярним медіа серед учнів, адже вони витрачають чимало часу під час взаємодії з ним. Розглядаючи жанри, які школярі люблять у телевізійному просторі, можна зробити висновок, що музичні (класична музика, поп, роктощо) є на першому місці серед пріоритетних тем, а ігри, конкурси на третьому (див. табл. 2). Вважаємо, що це зумовлено прагненням дитини до відпочинку, музика допомагає розслабитися та відключитися від навколишнього світу, а конкурси та ігри надають можливість ще й отримати інтелектуальне задоволення під час дозвілля.

Таблиця 2

Жанри телебачення, яким надається перевага учнями з різним соціальним статусом (%)

	Жанри телепередач	лідери	аутсайтери
1	інформаційні	54.55	57.02
2	літературні (оповідання, новели, вірші)	5.19	7.89
3	музичні (класична музика, поп, рок і т.д)	67.53	57.02
4	ігри, конкурси	42.86	40.35
5	реклама	3.90	7.89
6	інші	11.69	3.51
7	відсутність	3.90	4.39
8	невизначеність відповіді	1.30	4.39

На другому місці – інформація, на четвертому – література (оповідання, вірші), а на п'ятому – реклама. Це свідчить про те, що школярі звертаються за отриманням знань до телебачення, і це є, на наш погляд, некорисним, та навіть в деяких випадках – небезпечним. На сьогодні потік інформації серед ЗМІ є майже неконтрольованим, а дитина, перебуваючи на стадії розвитку, може піддаватися впливу, обираючи за орієнтир модель поведінки чи цінності, які будуть впливати на формування її особистості взагалі та становлення соціометричного статусу в класі зокрема.

Розглядаючи відмінності вибору жанрів телебачення залежно від статусів, бачимо, що на відміну від преси, інформаційному та літературному жанрам надають перевагу здебільшого аутсайдиери. Знову фігурує серед пріоритетних жанрів для них реклама. Такі результати показують, що діти з низьким статусом звертаються за знаннями до телебачення частіше, ніж школярі з високим. Лідери хоч і приділяють велику увагу цим жанрам, проте значно менше, оскільки, можливо, витрачають час у взаємодії з іншими медіа, наприклад, пресою. Також музичні телевізійні передачі є на досить важливому місці, адже діти проводять багато часу, відпочиваючи та просто отримуючи задоволення. Така тенденція говорить про те, що учні з низьким статусом люблять сприймати візуальну та аудіальну інформацію, а з високим – надають перевагу дізнаватися нове через пресу, хоча телевізор також не виключають зі свого простору. Це підкреслює те, що лідери, навіть у виборі медіа уподобань, займають активну позицію, їм потрібно бути діяльними в різних сферах. Телебачення дає можливість пасивніше сприймати нове, не задумуючись, а от читання преси – навпаки, змушує аналізувати та розвивати критичність мислення.

Інтернет є найпопулярнішим медіазасобом у житті школярів: відпочинок, спілкування та навчання проходять у взаємодії з ним. Інформація в мережі майже зовсім неконтрольована, і це небезпечно для дитини, яка проводить чимало часу в ній. За отриманими даними, для школярів незалежно від статусу в класі на першому місці є перегляд фільмів та реаліті-шоу (див. табл. 3). На сьогодні інтернет-мережа, на відміну від телебачення, дає можливість знайти всі медіапродукти за своїм вподобанням та подивитися в зручний для учня час. На другому місці інформаційний жанр, це говорить про те, що інтернет виступає засобом отримання знань для дітей, і в цьому є як позитивний відтінок, адже учневі легше знаходити матеріал для навчання в школі з різних предметів, так і негативний: дитина може знайти неправильні відповіді на свої життєві запитання чи перейняти модель поведінки, вважаючи її прикладом для наслідування.

На третьому місці за важливістю для школярів є музичний жанр. Музика стала дуже популярною серед дітей не тільки в інтернет-просторі. Вважаємо, вона допомагає розслабитися, відпочити та від-

ключитися від реальності. На сьогодні можемо побачити досить часто, як учні через інтернет постійно прослуховують музичні твори у транспорті, під час спілкування з однокласниками і навіть на уроках, що є досить небезпечним, адже діти заглиблюються у віртуальний світ, акцентують увагу на собі, не приділяють достатньої уваги співрозмовнику. Ігри є наступним жанром, якому надають перевагу учні. Віртуальний світ є привабливим, створено багато ігор на різний смак, в залежність від яких потрапляють і дорослі, а діти є більш вразливими, оскільки перебувають на стадії інтенсивного розвитку. Якщо школяр захоплюється грою і проводить за нею багато часу, то ризикує отримати в результаті погіршення навчання та віддалитися від однокласників і тим самим зайняти місце аутсайдера в класі. Для таких дітей реальний світ нецікавий і навіть повний небезпек, а от віртуальний – там всюдозволеність, майже немає рамок фантазіям та діям, учні відчують всюдозволеність і можуть самі встановлювати правила гри. В результаті виникає дезадаптація й неадекватне сприйняття навколишнього світу та себе, дитина віддаляється від реального життя, від однокласників і займає місце аутсайдера.

Літературні жанри (оповідання, новели, вірші) не мають такої популярності, як інші теми в мережі, проте все ж присутні в уподобаннях дітей. І на останньому місці знаходиться реклама.

Таблиця 3

Жанри інтернет-сайтів, яким надається перевага учнями з різним соціальним статусом (%)

	Жанри телепередач	Лідери	аутсайдери
1	інформаційні	48.05	39.47
2	літературні (оповідання, новели, вірші)	18.18	13.16
3	музичні	71.43	69.30
4	реклама	3.90	8.77
5	ігри	33.77	42.98
6	фільми, реаліті-шоу	72.73	59.65
7	інші	5.19	1.75
8	Відсутність відповіді	0	2.63
9	невизначеність відповіді	3.90	3.51

Тематика вибору в інтернет-сайтах відрізняється в учнів з різними соціально-психологічними статусами. Інформаційним, літературним, музичним, фільмам та реаліті-шоу знову надають перевагу більшою мірою лідери. Аутсайдери активно включені в інтернет-мережу, і вище перераховані жанри для них мають значення, але ще серед їх пріоритетів виділяємо ігри. Це говорить про те, що інтернет є універсальним засобом як у навчанні, так і в розвагах, більшість школярів проводять багато часу у взаємодії з ним, адже мережа інтернет дозволяє розвиватись, читати, дивитися фільми, дізнаватися щось нове і в той же час допомагає "відриватися" від реальності. Ігри займають важливе місце серед опитуваних школярів, проте чисель-

ність дітей з низьким статусом серед них більша. Ми пояснюємо це тим, що за допомогою ігор аутсайтери здатні створювати свій віртуальний світ, де вони можуть бути героями та лідерами, але проводячи час в ігровому просторі, дитина втрачає межу між реальним та віртуальним світом, переймаючи поведінку та заглиблюючись більше у вигаданий світ.

Як ми уже з'ясували, перегляд фільмів та серіалів є важливими для школярів, адже дає змогу відпочити та отримати нові знання. Кіноіндустрія випускає свої продукти на різний смак, але якщо на телебаченні показ фільмів контролюється за категоріями та віковими критеріями, то в мережі інтернет цей процес безконтрольний, що є небезпечним для розвитку дитини. Діти не можуть достатньо критично фільтрувати інформацію, що надходить з екранів, тому існує ризик впровадження в життя сумнівно корисних знань.

Результати дослідження свідчать, що у кожного жанру є свої прихильники серед дітей (див. табл. 4). На першому місці серед улюблених тем для всіх школярів є комедія. Вважаємо, це зумовлено бажанням відпочити та привнести в життя позитивні відтінки, підняти настрій та відключитися від реального світу.

Таблиця 4

Фільми, серіали, яким надається перевага учнями з різним соціальним статусом (%)

N	Фільми, серіали	лідери	аутсайтери
1	вестерн, бойовики	22.08	42.11
2	детектив (фільми з вбивствами та розслідуваннями)	36.36	42.11
3	казка, фентезі	42.86	39.47
4	драма	38.96	22.81
5	комедія	84.42	78.95
6	мелодрама	36.36	26.32
7	фільми жахів	53.25	42.11
8	фільми катастроф	29.87	35.96
9	інші	5.19	0
10	відсутність відповіді	0	2.63
11	невизначеність відповіді	0	0

На другому місці – фільми жаху, можливо, це зумовлено нестачею гострих відчуттів у житті дитини, і вона намагається компенсувати їх брак переглядом такого медіапродукту. Подальші дані різняться залежності від статусу дитини. Вестернам, бойовикам, детективам та фільмам катастроф надають перевагу аутсайтери. Вважаємо, що це може бути через такі причини, як: схильність до гострих відчуттів, яких недостатньо в реальності, а також певне виміщення емоцій, яким не вистачає "виходу". А можливо, дитина,

перебуваючи у статусі аутсайдера, зазнає знущань від однокласників, і це спонукає її до перегляду цих жанрів. Такий вибір медіаконтенту може впливати і на поведінку дитини, яка засвоює її норми через телебачення чи інтернет-сайти та активно використовує в життєвих ситуаціях. Особливо небезпечно, якщо школяр бере за приклад агресивну модель поведінки, через це йому буде складно знайти спільну мову з однокласниками, що може призвести до його віддалення від них. Лідерам, навпаки, властивий перегляд казки, фентезі, драми, мелодрами та комедії. Ми думаємо, що це пов'язано насамперед з упевненістю дитини в собі та задоволенням своїм соціометричним статусом, хоча тенденція до перегляду фільмів жахів говорить про те, що учні з високим статусом все ж таки потребують "гострих" відчуттів.

Вивчивши дані щодо фільмів і серіалів, перейдемо до аналізу жанрів комп'ютерних ігор. Вони займають важливе місце серед уподобань школярів. Діти проводять багато часу у взаємодії з ними, особливо з розвитком виробництва айфонів, планшетів це стало ще популярнішим, адже грати тепер можна і в дорозі, і на уроці. Учень заглиблюється у віртуальний світ, існує небезпека, що він стане пріоритетнішим, ніж реальне спілкування з друзями та проведення з ними часу.

Проаналізувавши отримані шляхом опитування результати, можна зробити висновок, що жанри ігор, вибрані нами, є популярними серед школярів, особливо екшен і головоломки (див.табл. 5). Музичні жанри також не обділені увагою учнів, які взаємодіють з ними задля відпочинку. Хоча є діти, які взагалі не грають у комп'ютерні ігри. Щоб докладніше розкрити медіапереваги школярів, було вирішено порівняти вибір жанрів у аутсайдерів та лідерів відносно комп'ютерних ігор.

Таблиця 5

Жанри, яким надається перевага в комп'ютерних іграх (%)

N	Фільми,серіали	лідери	аутсайдери
1	екшен ("стрілялки ", "гонки", активні дії героїв).	46.75	59.65
2	головоломки, пазли, квести	55.84	28.07
3	музичні	23.38	26.32
4	інші	2.60	7.89
5	відсутність відповіді	11.69	14.04
6	невизначеність відповіді	3.90	1.75

З отриманих даних випливає, що аутсайдери полюбляють екшен (стрілялки, гонки та активні дії героїв), тоді як лідери більше займаються розгадуванням головоломок, складанням пазлів та виконанням квестів. Вважаємо, це зумовлено цінностями та емоційною сферою дитини. Можливо, аутсайдеру таким способом краще вимістити свої емоції та бути лідером, активним героєм власного екшену,

таким чином заповнюючи нестачу лідерства у класі в реальному житті. Причому вибір кожного жанру впливає на поведінку дитини. Відомо, що люди, які захоплюються жорстокими іграми, частіше здатні на негативну поведінку та менше на співчуття, також жорстокі ігри знижують чутливість до сцен з насильством. Хоча є і позитивний момент: ігри дозволяють зняти напругу, впоратися з депресією та стресами. Варто сказати, що школярі, які занадто захоплені комп'ютерними іграми, частіше всього самотні, їм важко встановити контакт зі своїми однокласниками; виникає перерозподіл інтересів, вони менше переймаються навчанням і більше приділяють часу телебаченню, комп'ютеру. Щодо головоломок, пазлів та квестів, то вони розвивають інтелект та логічне мислення, а це допомагає учневі в зайнятті лідерських позицій. Екшен (активні дії героїв) з більшою вірогідністю можуть прищеплювати агресивне вирішення проблем у школяра, відтак навіть в іграх потрібно обирати, які саме жанри рекомендовані учневі, а також контролювати кількість часу, виділену йому для гри.

Висновки.

Порівнюючи медіауподобання школярів, ми з'ясували, що пресою більше зацікавлені діти з високим статусом, які надають перевагу інформаційним, літературним, ігровим жанрам; аутсайтери меншою мірою взаємодіють з пресою, але, як і лідери, цікавляться тими ж темами, також для них важлива реклама. Телебачення є важливим для всіх учнів, діти з низьким статусом обирають інформаційні, літературні жанри та рекламу, високостатусні – музичні, ігри і звісно інформаційні. Інтернет – один з найуніверсальніших медіазасобів для школярів. Лідери під час взаємодії з ним надають перевагу інформаційним, музичним, літературним, жанрам та фільмам. Аутсайтери хоч і обирають всі ці жанри, проте серед їх уподобань є ще й ігри. Щодо фільмів і серіалів, то високостатусні діти надають перевагу комедії, казці, фентезі, драмі, мелодрамі, фільмам жахів, а низькостатусні – комедії, вестернам, бойовикам, фільмам катастроф та жахів. Комп'ютерні ігри розподілилися таким чином, що головоломки та квести обирають лідери, а екшен, гонки, стрілялки – аутсайтери.

Лідер виявляється інтелектуально розвинутим тому, що обирає інформаційний, літературний жанри, квести, які розвивають логічне мислення; доброзичливим, тому що надає перевагу казці та фентезі; діяльним та цілеспрямованим, адже прагне до першості та займає ініціативну позицію навіть при виборі медіауподобань (наприклад, преси), які вимагають активності. Високостатусні діти уміло поєднують реальний та віртуальний світи. А аутсайдер подавляє свою агресію, вивільняє її за допомогою перегляду бойовиків, вестернів, детективів, катастроф і жахів, обираючи для гри стрілялки та гонки, а також надає перевагу пасивному сприйняттю інформації, виділяючи телебачення як вагомий носій інформації та, відповідно, займає неактивну позицію в класі серед однокласників і у житті. Закритий для

спілкування, заглиблений у віртуальний світ школяр не може знайти спільну мову з іншими учнями в класі і все більше включається у взаємодію з медіа та займає місце аутсайдера. Для такої дитини віртуальний світ стає привабливішим за реальний, адже там можна самому встановлювати правила та відчувати себе лідером.

Отже, школярі безпосередньо включені у взаємодію з медіа, відпочиваючи, навчаючись, спілкуючись. Інформація, що надходить через ЗМІ не завжди є достовірною і безпечною, її потрібно осмислювати, діти, перебуваючи у процесі особистісного зростання, потребують допомоги в цьому питанні, тому важливо впроваджувати медіаосвітні заходи в школах, які б допомагали дітям краще розуміти проблему, пов'язану зі ЗМІ. Такі заходи посприяли б розвитку критичного мислення у школярів та прояву обережності у виборі певних медіауподобань. Учні навчилися б використовувати переваги від взаємодії з медіа та були б готові до небезпек, а це своєю чергою зменшило б відчуженість між однокласниками.

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. [пер. с нем.] / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр: 2007. – 288 с.
2. Чельшева И.В. Масс-медиа и нравственные ориентиры современной российской молодежи / И.В. Чельшева // Молодежь и будущая Россия. [отв. ред. Ю.С. Пивоваров]. – М.: Изд-во Рос. академии наук, 2008. С.469-470.

The article shows the results of empirical research media of pupils from different socio-psychological status. It was found that all pupils choose informative genre, but the leaders in the media and outsiders in television. It was found that fairytale and fantasy are favorite topics among children with high status and Adventure&Mystery are favorite among children low status. Leaders choose quests, outsiders choose action in computer games. Leaders actively absorb information, and outsiders perceive passively.

Keywords: media, outsider, leader.

УДК 159.9.072

Ярослава Гавриленко

ПЕРСПЕКТИВИ ЯКІСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖОСОБИСТІСНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ У БЛИЗЬКИХ ВЗАЄМИНАХ

У статті визначено міжособистісну залежність як внутрішній феномен проживання своїх відношень зі світом. Окреслено контури залежності як межі неможливості реалізації своїх прагнень в міжособистісній взаємодії. Обґрунтовано необхідність застосування якісних стратегій вивчення даного феномену. Описано процедури дослідження, що будуються на основі аналізу наративів та візуально-образних реконструкцій досвіду залежності з асиміляцією основних смислових моментів у процесі глибинного інтерв'ю.

Ключові слова: досвід міжособистісної залежності, якісні методи дослідження, наратив, глибинне інтерв'ю.