

## ЛЕКЦІЯ 6. Вплив медіа на розвиток особистості

### Проблема медіасоціалізації

Медіа — частина світу або зовнішнього середовища, в якому відбувається розвиток особистості. Кожна дитина від свого народження стає частиною надскладної системи світів, що перетинаються між собою, надбудовуються чи співіснують у сусідстві один з одним, вступають у різноманітну взаємодію. Особистість будує свій життєвий світ, поєднуючи зовнішні та внутрішні психологічні простори та часові виміри. Для того щоб навчитися жити й успішно діяти в складному середовищі, дитина, що тільки-но входить у життя, має усвідомити багатовимірний всесвіт, що розгортається перед нею, як осягнену розумом цілісність, стосовно якої можна самовизначитися, віднайти своє місце і прокласти власний шлях.

Соціалізація — це процес входження дитини у світ дорослих, засвоєння його структури, законів існування і способів перетворення. Культура людства, будь-якої етнічної спільноти, несе в собі модель світу, створену попередніми поколіннями. За допомогою просторових і змістових орієнтирів культурної моделі, що передається багатьма каналами (і через сімейний уклад, і через образи колискової, і через спільні ритуали), дитина у власних розвідках і комунікації будує свою індивідуальну картину світу й відповідно діє.

У традиційному суспільстві інформація про світ передається дитині «з рук у руки», в системі спільного переживання подій, на основі спільного чуттєвого досвіду. Нині ми живемо у світі, де людство має силу нових способів передавання інформації, крім безпосередньої присутності в спільному часопросторі. Медіа, у широкому розумінні, — це система або інститут суспільства, який забезпечує й опосередковує обіг інформації між учасниками соціальної комунікації, долаючи просторові та часові бар'єри безпосереднього спільного чуттєвого досвіду.

На межі тисячоліть активно стали використовувати поняття «медіасоціалізації», яким позначають процес розвитку особистості під впливом медіа (кіно, телебачення, інтернету). Саме з медіа дитина сьогодні має змогу отримувати інформацію про світ дорослих, усотувати зразки міжособового спілкування, сценарії та норми соціальної поведінки. Медіа пропонують свою продукцію все молодшій аудиторії, впливаючи на процес соціалізації на все раніших етапах розвитку особистості.

З розвитком медіа, зокрема екранних, вони впливають на все молодшу аудиторію. Так, у 1930-ті роки дорослих хвилював вплив негативних персонажів кінофільмів на молодих юнаків і дівчат, через півстоліття — вплив героїв телесеріалів на підліткові субкультури. Нині одне з найгостріших питань медіасоціалізації — вплив віртуальних світів комп'ютерних ігор на емоційний, інтелектуальний та соціальний розвиток психіки дитини дошкільного віку.

Проблема медіасоціалізації, як особливої форми передавання культурного досвіду наступним поколінням, загострюється у зв'язку з кризою

сім'ї. Батьки приділяють усе менше часу безпосередньому спілкуванню з дітьми, а ті все більше часу контактують з медіа.

Дослідження медійного впливу на дитину мають враховувати загальний контекст взаємодії дитини та дорослого — як в культурно-історичному плані, так і в конкретному випадку окремої родини. Те, що трапалося в житті однієї дитини, може стати в нагоді іншій, а може бути зовсім не придатним, бо діють інші обставини. Який досвід можна брати на озброєння, а які події випадкові, унікальні й не повторюватимуться в житті інших дітей?

Науковці шукають загальних закономірностей медійного впливу й одночасно способів, завдяки яким можна довести надійність зроблених відкриттів. Основні методи, завдяки яким винайдено певні стійкі причиннонаслідкові зв'язки, теж розвиваються разом із загальним становленням науки медіапсихології.

У ході історичного розвитку медіапсихології, опрацьовано три основні дослідницькі схеми, які здатні статистично підтвердити не випадковість результатів медійного впливу.

*Кореляції (виявлений зв'язок змін різних явищ).* Досліджують певні характеристики великої кількості дітей (достатньої для статистичних висновків) і особливості їхніх контактів із медіа — для того щоб знайти зв'язки між цими явищами. Наприклад, що більший час контакту з медіа, то більше виражена певна характеристика дитини (позитивна кореляція). Тобто, серед дітей, які тривалий час контактують з медіа, буде більше тих, у кого виражена ця характеристика, і мало тих, у кого вона не виражена. І навпаки, серед тих, хто мало контактує з медіа, буде більше таких дітей, у яких певна характеристика не виражена, і зовсім мало тих, у кого вона добре виражена. Із цих даних можна зробити висновок: при збільшенні часу контакту збільшується і певна характеристика дитини. Проте такий висновок (навіть статистично вірогідний при великій кількості досліджених) матиме суттєві обмеження. Він фіксує зв'язок між явищами (у цьому прикладі — контактом і характеристикою), але не стверджує, що причина характеристики — тривалість контакту. Цілком можливо, що навпаки: саме наявність певної характеристики в дитини спричинює збільшення тривалості її контакту з медіа. Або, можливо, є третя причина, яка зумовлює і тривалість контакту, і ступінь вираження досліджуваної характеристики (конкретні приклади цієї та інших схем розглянемо далі в межах теми впливу кількості переглянутих сцен медіанасильства на формування агресивності дитини).

*Експеримент.* На відміну від попередньої схеми, в експерименті створюють контрольовані умови, коли експериментатор точно впевнений, що одне з досліджуваних явищ трапилося раніше, тому що він сам його створив. Наприклад, тривалість перегляду точно визначена в експерименті (експериментатор організовує контакт дитини з медіа і точно вимірює час), тоді зміни певної характеристики, якщо такі відбулись у досліджуваних, сталися під впливом цього контакту, він причина цих змін (при інших рівних умовах). Якщо в тих дітей, що більше контактували з медіа, виявляться більші

значення певної характеристики, ніж у тих, хто контактував менше, то так ми експериментально підтвердимо закономірність впливу медіа на певну характеристику особистості. Обмеження експериментальних схем — штучність умов дослідження, бо їх організовує експериментатор, і не відомо, чи поза лабораторними умовами зберігатимуться виявлені закономірності.

*Лонгітюд* — це вивчення, продовжені в часі. Характеристики одних і тих же дітей простежують протягом декількох років (а то й десятків років) періодичних вимірювань, а діти при цьому перебувають у природному для себе середовищі. Ми можемо вивчити довготривалі наслідки медійних впливів на кожну дитину і потім узагальнити закономірності. Обмеження такого типу дослідження — зміни культурно-історичного фону та розвиток медіатехнологій, які відбуваються за час дослідження. У нових історичних умовах виявлені раніше закономірності можуть і не повторитись.

Кожна з цих основних схем доведення закономірності медійного впливу наведена у спрощеному вигляді для демонстрації умовності здобутих знань. Сутність будь-яких статистичних закономірностей полягає в тому, що вони орієнтують нас у можливості прояву тих чи інших зв'язків у певній сукупності людей. Проте життя кожного окремого індивіда може виявитися винятком із виявленої закономірності. Тому доведені медіапсихологічною наукою закони впливу медіа на розвиток дитини, про які йтиметься в цій главі, не можуть замінити уважного спостереження за дитиною, живої взаємодії з нею, педагогічної інтуїції та дійсної зацікавленості дорослого в щасливому розвитку особистості дитини. Але одних добрих намірів сьогодні, в часи руйнації старих суспільних традицій і народження нових медіареалій, явно недосить. Дорослі мають володіти знаннями, які допоможуть упізнати в неповторності кожного окремого випадку соціалізації дитини ймовірні загальні закономірності, оцінити ризики і зважити ресурсні потенціали.

Сучасні дитячі психологи стверджують, що найбільше маленька дитина боїться хаосу, навали вражень від подій зовнішнього і внутрішнього життя, які їй потрібно якось організувати, щоб зрозуміти й опанувати. Для цього дуже необхідні образно-понятійні опори, до яких дитина прив'язуватиме мінливі події життя, організовуватиме їх в деяке зрозуміле ціле. Ці опори дитина дістає зі звернених до неї слів (текстів) дорослих. Ось чому надзвичайно важливий зміст (предметний і символічний) таких звернень, здатний закласти основи світогляду людини.

У перші роки свого життя дитина виконує таку величезну роботу із засвоєння світу, в який прийшла, що дорослим навіть неможливо це уявити. І саме в цей процес первинної орієнтації нині втручаються сучасні інфанти-медіа (індустрія продукції для найменших дітей). Рання медіасоціалізація — це коли замість коліскової і власних розповідей батьки пропонують дитині мультфільми. Сприймання з екрану має деяку психологічну схожість із трансовими медитаційними станами, але вони не синхронізовані тілесними ритмами з близькою людиною, не дають відчуття базової безпеки та захищеності. Зміст медіаповідомлення не може критично сприймати дитина,

він входить у її психіку як культурна програма, але якість цього соціального гену (або інформаційного вірусу) не пройшла випробування багатьма попередніми поколіннями.

Наука ще тільки починає розбиратися з наслідками медіасоціалізації, але можна виділити ризик некритичного засвоєння в ранньому дитинстві безлічі образів, які стають хибними орієнтирами або засмічують психіку дитини непотребом.

### **Особливості медійного впливу на дітей різного віку**

Діти різного віку мають особливості свого психічного розвитку, що суттєво впливають на сприймання медіапродукції. Те, що злякає, вразить і може нашкодити маленькій дитині, старшій виявиться під силу. Якщо дитина має досвід щодо певних явищ, це дає їй змогу адекватно оцінювати правдивість зображення в медіа. А якщо через вік дитина ще не стикалася з такими реаліями, медіа можуть надати викривлені орієнтири про ті чи інші сторони буття і спричинити цим шкоду. В одному віці дитина схильна наслідувати та імітувати взяті з медіа зразки поведінки, в іншому — здатна бути критичнішою, приймати власне рішення щодо того, якою бути.

Грунтовний аналіз вікових особливостей сприймання медіапродукції дітьми різного віку покладено в основу сучасної системи регуляції телепростору в багатьох європейських країнах. Об'єднаними зусиллями медіавиробників і державних органів розроблено і впроваджено спеціальні позначки, які інформують споживачів про головні ризики й імовірні негативні наслідки перегляду саме цієї продукції. Найдиференційованішу, нідерландську систему *Kijkwijzer* (кіквайзер — телегід, розумний перегляд), розробив НІКАМ (NICAM — Нідерландський інститут класифікації аудіовізуальних медіа).

*Кіквайзер* — назва нідерландської рейтингової системи, використовуваної від початку 2001 року з метою надання інформації про можливий шкідливий вплив на дітей та молодь з боку фільмів, відео, DVD та телевізійних програм, зокрема музичних відео. Мета системи — інформування насамперед батьків про можливі шкідливі впливи медіапродукції, а також надання батькам допомоги в контролі за використанням медіа їхніми дітьми.

Кіквайзер має п'ять вікових категорій: AL (для будьякого віку), 6 (не рекомендовано дітям віком до 6), 9 (не рекомендовано дітям віком до 9), 12 (не рекомендовано дітям віком до 12 років) і 16 (не рекомендовано дітям віком до 16). Вибір чотирьох вікових меж, нижче яких продукція може бути шкідливою, потребує від батьків, щоб вони на практиці з'ясували для себе, як саме вікові категорії співвідносяться з їхніми дітьми, враховуючи індивідуальні особливості й інші умови життя дитини.

Характеристики вікових змін, важливих для оцінення ризиків медійного впливу на дитину, викладено на основі досвіду розроблення і впровадження зазначеної системи оцінки телепродукції, створеної фахівцями НІКАМу. Це більше вікові орієнтири, а не характеристика фізичного віку дітей. Нижче

наведено психологічний зміст кожного з вікових переходів — меж, що визначають вразливість дитини до ймовірних шкідливих медійних впливів.

### **Межа 6 років**

#### *Розрізнення реальності та фантазії*

Діти починають визнавати анімаційні фільми/мультфільми як нереальні близько 6 років. До семи років діти зазвичай ще не здатні розрізнити адекватно фантазію та реальність у медіа.

Діти дошкільного віку і без медійного впливу живуть ніби у двох світах: зовнішньому матеріальному і внутрішньому психологічному світі власних фантазій, межа між якими нестійка і часом зсувається. Між двома та п'ятьма роками життя в дитини розвивається здатність образно уявляти та фантазувати. Дитина 2,5-3 років робить видатне відкриття, що її «каляки-маляки», графічні сліди, які залишає пальчик на піску або олівець на папері, виявляється, можуть означати ще щось, крім того, чим вони є самі собою: маму, тата, булку, песика — все що вона захоче. Недосконалість форми не має особливого значення, дитина дістає нову можливість говорити на образотворчій мові про все, що для неї важливо. Це нова знакова система, за допомогою якої дитина будує свою версію картини світу. Після такої революції символізації дитина дістає змогу подвоювати світ, перебувати одночасно в світі зовнішньому видимому (тут і тепер) й у світі своїх фантазій (там і тоді), який виникає з приводу реальних подій і речей. Більшість звичних і значущих речей, які оточують дитину, уявляються в фантазіях героями багатьох подій. У дитини наче з'являється свій внутрішній психічний екран, на якому можна викликати будь-який образ, який розгортається в інколи драматичні ситуації, та ще й так швидко, як це не буває в звичайному плині часу. Фантазії дають дитині відчуття власної сили, що контрастує з реальністю фізичного світу, де речі ще не підкоряються волі невмілої дитини. Якщо не розвивати контакт дитини з реальним світом у цьому віці, не підтримувати її самооцінку, в неї виникає велика спокуса втекти у світ фантазії, де все легко виходить.

#### *Нерозвинене самоусвідомлення переживань*

Оскільки в дитини ще не достатньо розвинене самоусвідомлення, їй важко розрізнити, що реальність, а що — власні переживання і фантазії з приводу якогось предмета. Діти без підтримки дорослого не можуть зменшити враження від побаченого, пояснивши собі, що це відбувається не насправді.

Дитина живе у двох світах — реальному світі повсякденності, де її оберігають дорослі, й накладеному на буденність невидимому іншим людям фантазійному світі. От наче стоїть звичайна шафа, а ось — за її дверцятами вже простір іншого світу, з якого неочікувано визирає страшна невідомість. Ці перетворення миттєві, дитині не підвладні. Дорослі своєю присутністю утримують дитину в матеріальному світі, близькість мами здається кращим укриттям, ніж будь-які стіни та замки. Адже навіть непомітна пляма на стіні,

коли батьки заснули чи відлучилися, може перетворитись на двері, з яких вилізе рука і втягне... (типовий сценарій страшилок із дитячого фольклору).

Якщо дитині до 6-7 років важко розрізняти реальність і свої враження про неї, то вона також не може визначити, що видумка, а що реальність у медіапродукції.

#### *Висока візуальна чутливість*

Діти віком до семи років дуже візуально зорієнтовані, їх можуть злякати окремі зображення: образи гротескних істот із жанру фентезі чи тварин, які погрозливо поводяться або міняють свою форму. Ці персонажі дуже схожі на страшні фантазії, легко переміщаються у таємний дитячий «паралельний світ». Зображення тварин і дітей, що піддаються фізичній загрозі або насильству, також здатні сильно вразити малу дитину.

Після шести-семи років досвід дитини стає достатнім для того, щоб відрізнити реальний світ від фантазій, опанувати свої фантазії, щоб утримуватись у реальності й без присутності дорослого. Саме цим механізмом психічної саморегуляції (відсторонення) дитина може користуватись і для опанування враженнями з екрана телевізора чи комп'ютера. Проте самостійне визначення ступеня реалістичності зображених медійних подій — це завдання, в якому дитина продовжуватиме вправлятися і в значно старшому віці.

### **Межа 9 років**

#### *Розуміння медіареальності*

У віці близько 8-9 років діти набувають розуміння штучної природи всіх медіапродуктів. Вони здатні відрізнити фантастику (вигадку) від реальності, розвести реальність актора і його героя, досягнути «несправжності» медійних подій. Проте дистанціюватися від найреалістичніших вигаданих медіапродуктів дитині буде важко принаймні до 12 років, коли її психіка стане краще підготовленою до виконання таких завдань.

#### *Розуміння мотивів дій і наслідків*

Здатність співчувати іншим людям — суттєвий момент, який змінює результати медійного впливу на дитину. До дев'яти років (приблизно) діти мало здатні поставити себе на місце іншого. Це значно утруднює розуміння мотиву, який лежить в основі дії актора — чому він вчинив саме так у тій чи іншій ситуації. Діти молодші 9 років не можуть також без сторонньої допомоги визначити наслідки поведінки, зображеної в медіа. Саме тому дев'ятирічні можуть позитивно оцінювати поведінку, яку бачать у медіапродукції, навіть якщо вона не така.

#### *Самоконтроль і спокуса наслідування*

Діти до дев'яти років також часто мають менш розвинений самоконтроль, ніж діти старшого віку. Це означає, що вони можуть легше піддаватися спокусі наслідувати поведінку, яку бачать у медіапродукції.

У багатьох дослідженнях показано, що діти віком від дев'яти років і старші, значно критичніші до реклами, фільмів з насиллям та іншою медіапродукції, ніж діти віком 8 років і молодші. З десятирічного віку дітям

переважно починає подобатися дивитися медіапродукти, призначені для дорослих.

## **Межа 12 років**

### *Соціальний інтелект*

У віці між десятима та дванадцятьма роками діти починають бачити світ по-іншому. Вони в цьому віці починають розуміти, що люди належать до певних соціальних груп і що ці групи відрізняються між собою. Так, приблизно в 10-11 років відбувається зміна ставлення до батька (раніше: всі чоловіки — як батько, а тепер: батько — як усі чоловіки). Діти стають здатними зрозуміти поведінку інших людей з боку їхнього соціального походження. З цього віку діти все частіше використовують фільми і телевізійні програми, щоб розширити соціальний досвід, дізнатися про нові можливості, подивитися, як герої розв'язують ті ж самі проблеми, які мають вони. Адекватно та раціонально сформувані свою думку про абстрактніші соціальні загрози, такі як загроза війни в далеких країнах або інші, здавалося б, дуже реалістичні небезпеки, діти стають здатні лише приблизно на межі 12-річного віку.

### *Розуміння гумору й абстрактне мислення*

З десятирічного віку здатність дітей абстрактно мислити швидко зростає, і вони вже можуть оцінити абстрактніші типи гумору, такі як пародія, іронія, сатира.

Розвинутий внутрішній план розумових дій дає змогу зі злитого враження виділити окремі складники, відділити подію від враження про неї, досягнути можливість різних вражень про одну й ту ж подію.

Діти віком від дев'яти до приблизно дванадцяти років здатні візуальну картину того, що вони бачать, зв'язати з абстрактним значенням побаченого та загальним (але поки що обмеженим) знанням про світ навколо себе. Діти цього віку мають більше можливостей для виявлення основної ідеї фільму та встановлення зв'язків між ранніми та пізнішими сценами у медіапродуктах.

### *Емоційний розвиток і критичність*

Діти цього віку вже не лякаються, зіткнувшись із зображеними у медіа загрозами, а використовують власні засоби відсторонення для зменшення страху. Вони стали вправнішими та здатні керувати своїми внутрішніми станами швидше, ніж менші діти. Тому вони в змозі зрозуміти свій страх та оцінити ризик, пов'язаний з удаваною загрозою або її імітацією (якщо є достатнє підтвердження того, що загроза не справжня), здатні подумки «відійти вбік» і дати об'єктивну оцінку.

Тільки приблизно з дванадцяти років діти стають спроможними адекватно відрізнити співчуття до інших від своїх власних почуттів, і зіставляти ці почуття із загальними рамками морального розуміння.

Діти також стають критичнішими до того, що вони бачать і чують, завдяки розвитку їхніх емоційних здібностей. Вони починають очікувати переконливішої дії, шукають героїв з психологічною подібністю до себе й

частіше потребують «соціальних уроків» для свого соціального й емоційного розвитку.

#### *Брак досвіду (орієнтирів для розуміння) деяких тем*

Вживання психоактивних речовин, дискримінаційна поведінка та споглядання статевих актів можуть також, як і раніше, призвести до небажаних наслідків і почуттів у дванадцятирічних дітей, бо вони все ще не мають адекватної системи відліку для оцінки цих явищ. Якщо власного досвіду бракує, то під впливом медіа можуть викривитися орієнтири картини світу, коли вони не відповідатимуть дійсності, а отже, негативно впливатимуть на ставлення, стосунки та поведінку дитини.

### **Межа 16 років**

#### *Ідеалізація кумирів*

Підлітки схильні ідентифікувати себе з реалістичними героями. Пізній дитячий та підлітковий вік — період, коли діти часто ідеалізують психологічні та соціальні характеристики медійних героїв або зображуваних у медіа діячів, створюють собі кумирів.

#### *Моральний розвиток і кримінальні проблеми*

Діти старшого віку також краще, ніж діти віком 12-15 років, зіставляють дорослі поняття добра та зла при перегляді різноманітного медіаконтенту. Проте це не означає, що ця здатність опановувати медіаконтент гарантує розуміння будь-якої медіапродукції.

Молоді юнаки та дівчата перебувають у пошуку нової ідентичності і спеціально шукають у медіа інформацію та ідеї, які можна для цього використати.

Медіа пропонують дітям численні приклади кримінальної поведінки, і добре відомо, що молодь, особливо хлопчики, можуть ідентифікувати себе з кримінальними медійними героями. Дослідження свідчать, що кримінальна поведінка серед молоді сягає піку в роки дорослішання, а потім іде на спад. Це стосується таких злочинів та порушень правопорядку, як вандалізм, крадіжки у магазинах, бійки. Ризикована хуліганська поведінка має ореол привабливості для молоді, адже юнаки часто відчують, що їм майже нема що втрачати, на відміну від дорослих.

#### *Перевірка обмежень, емоційні особливості, вплив груп*

Молодь перевіряє свої обмеження, прагне ризикованої, захопливої поведінки. Перегляд фільмів з насильством дає їй змогу умовно задовольнити свої потреби в гострих відчуттях, пережити збудження, відчути «адреналін». На цю потребу накладається вплив групи ровесників, який теж сягає свого піку в цьому віці. Молоді люди часто мають певне відчуття конкуренції в групі при перегляді фільмів з насильством, яке підштовхує до продовження переглядів. Проте підлітки схильні переоцінювати себе при перевірці власних меж і часто лишаються переляканими після перегляду особливо приголомшливих фільмів жахів, які важко перетравити навіть дорослим. Передбачено, що старшим підліткам і дорослим, які не люблять фільми такого роду, повинна бути надана



можливість взяти відповідальність за рішення дивитися чи не дивитися їх. Саме для цього і використовують відповідні позначки.

### *Стосунки та сексуальність*

Від часу статевого дозрівання молоді люди часто використовують медіа для отримання інформації у сфері сексуальності та формування відносин. Телевізійні програми та фільми, однак, не завжди дають точні уявлення про те, яке життя насправді. Оскільки молоді люди ще повинні накопичити життєвий досвід для розуміння цього, деякі презентації сексуальності для молоді віком до 16 років можуть дати неточні уявлення щодо належної сексуальної поведінки або відповідного ставлення до чоловіків і жінок.

### **Позитивний медійний вплив. Медіа як ресурс особистості.**

Використання медіа має ресурс *компанійськості*, дає змогу розвивати й підтримувати дружні стосунки. Можна разом дивитися телевізор, слухати музику, грати в комп'ютерні ігри. За допомогою інтернету можна спілкуватися, перебуваючи на великій відстані один від одного, легко досягаючи відчуття перебування в компанії, розширення мережі спілкування. Є і ризики надмірного використання медіа для заміщення реального фізичного спілкування. По-перше, опосередковані медіа стосунки створюють ефект полегшеної соціальності — коли можна легко вийти з контакту (з власної ініціативи перервавши зв'язок) при будь-яких негараздах, не треба вчитися їх долати. По-друге, є ризик заміщення реальних стосунків парасоціальними (однобічним спілкуванням із медіаперсонажами).

Одна із ресурсних можливостей медіа — *відволікання* від буденності, втеча до віртуальних світів від неприємностей, міжособових негараздів або рутини. Іноді перемикання уваги за допомогою медіа додає людині сили потім подолати проблеми. Можливість зняття болю за допомогою медіа стосується не тільки маленьких дітей, але що старші діти, то більше йдеться не про фізичний, а про психологічний біль, душевні страждання. Ризик невиправдано частих і тривалих утеч у світ медіа полягає насамперед у задоволенні проблем, що потребують вчасного розв'язання. Є ризик звикнути до використання тільки відтяжних стратегій подолання, які мають досить обмежений діапазон ефективності. Надмірна втеча для регуляції власних станів може перетворитися на проблему повернення до реальності.

Часто медіа використовують тільки *за звичкою*, людина відчуває несвідоме бажання це зробити (увімкнути телевізор, пограти в гру, послухати музику), щоб повернути собі комфортний стан. Сформована звичка стає важливою для людини, як спосіб збереження цілісності особистості. Звички сприяють стабілізації життя. Проте важливо пам'ятати, що будь-яка звичка — це те, чим людина володіє, а не те, що починає володіти людиною.

Втрата цієї межі призводить до формування залежності.

Медіа використовують діти й підлітки *для навчання* в широкому сенсі слова, отримання інформації, портрету реальності. Це пряма й первинна функція медіа, яка має все більше додаткових технологічних рішень, що

враховують активність споживача: пошукові сервіси, енциклопедії, тематичні сайти тощо. Легкість і швидкість отримання інформації з медіа — важливий ресурс розвитку особистості. Можуть покращитися результати навчання, оформитися зони глибоких особистих інтересів, відбувається збагачення внутрішнього світу. Водночас, разом із отриманням бажаної інформації, може відбуватися так зване мимовільне навчання, формуватись орієнтири картини світу, зокрема викривлені, нав'язуватися небажані теми та способи дії. Важливо пам'ятати, що є така інформація, яка здатна змінити внутрішній світ особистості (не знав — був однією людиною, узнав — став трохи іншою), і цей процес незворотний.

Медіа може стати ресурсом *заповнення часу*, наприклад, вимушеного очікування, нудної поїздки в транспорті, проміжку між якимись іншими подіями. Таке «вбивання» часу інколи може стати ресурсом особистості, адже його структурування — одна з важливих потреб. Але також потрібно пам'ятати, що людина має сама керувати власним бюджетом часу, визначати баланс між різними його статтями, зокрема тими, що витрачаються на відновлення і на розвиток, на роботу та відпочинок, на фізичне й духовне, на себе й інших, на віртуальний і реальний світ. Довготривале порушення балансу потребує компенсації, інакше виснажує, може призвести до хронічного стресу і навіть до психічного зламу.

Медіа можна використовувати для регулювання власних психологічних станів. *Розслаблення* — одна з тих ресурсних можливостей медіа, яка використовується найчастіше, це звичайна практика для дітей різного віку. Для релаксаційного ефекту вибирають відповідний контент із спокійним ритмічним малюнком. Інколи розслабленням підлітки називають скидування психологічної напруги (наприклад, у русі), для чого підходять інші енергійні ритми. Тут потрібно враховувати, що розслаблення — це один із полюсів нормальних для людини станів, протилежного — напруження. Ресурсним стан розслаблення може стати, тільки якщо чергується з напруженням. Інакше постійне розслаблення (або штучне утримування себе на цьому полюсі) втрачає ресурсну природу, а то й перетворюється на особистісну проблему.

Медіа також можуть *збуджувати*, стимулювати людину. Таких відчуттів часто шукають у медіа підлітки. Дорослих інколи дивує тяга дитини до медіапродукції, що містить містику, жахи та страхіття, в якій є сцени психологічного напруження, катастроф і паніки, показують нажаханих людей. У парадоксальному бажанні дитини відчутти страх, особливо в контрольованих умовах споживання медіапродукції (коли реально ніщо не загрожує), немає нічого дивного. Починаючи з 5-6 річного віку, дитина вступає в новий етап спілкування з тим, чого вона боїться (до цього віку єдиним способом було уникання страшного). Дитина шукає жакливе для того, щоб відчутти зіткнення з невідомим і невизначеним, торкнутися іншого світу. Діти збираються в групи і ходять в страшні місця, щоб постояти на межі двох світів — знайомого обжитого світу повсякденності та входу до іншого світу. Цим страшним місцем може стати горище, погреб, кладовище, сміттєпровід, просто темний

куток у під'їзді. Коли сама дитина туди боїться іти, вона підкріплює себе компанією, особливо з участю трохи старших дітей. Інтуїтивно дитина відчуває межу своєї готовності, де їй потрібно зупинитись у подорожі до страшного, щоб повернутися назад неушкодженою. Вона прагне випробувати свою хоробрість і хоче тренувати її. Цей ресурс випробування себе можуть надати медіа старшій дитині, яка продовжує своє випробування.

Новітні медіа (інтернет, зокрема соціальні мережі) здатні надати додатковий ресурс експериментування з власною особистісною ідентичністю. Так, підлітки часто представляють себе старшими за свій реальний вік, досвідченішими, мужнішими або симпатичнішими, видають себе за особу протилежної статі, за когось знайомого або нафантазованого. У молодшому підлітковому віці (11-13 років) до такого експериментування вдається значна більшість, у 14-16 років — десь половина підлітків, у віці 17-19 років експериментаторів стає ще на половину менше. Таке зменшення експериментів пояснюється тим, що в їх результаті протягом кількох років підлітки визначають стабільне ядро своєї ідентичності, глибше розуміють себе і потреба випробувати свої межі зменшується. Виявлено закономірність: що більше молода людина презентує фальшиву ідентичність в інтернеті, то вища ймовірність її низької самооцінки, високого рівня тривожності, слаборозвинених соціальних навичок. Видавання себе за іншу, досконалішу ідеалізовану особистість (якою не має шансів стати в реальності) ще більше пригнічує людину й загрожує погіршити психологічний добробут у реальному житті поза соціальними мережами.

### **Вплив медіа на інтелектуальний розвиток**

Проблема медійного впливу на інтелектуальний розвиток особистості має історичні особливості. Передусім дослідників хвилювало зменшення бажання читати під впливом телебачення. Виявлено: ті діти, що багато дивляться телевизор, у середньому відстають у розвитку навичок і внутрішньої мотивації до читання від дітей, які приділяють телебаченню менше часу.

Другий ризик негативного впливу екранних медіа — гальмування творчості та фантазування. Механізми такого впливу пов'язані зі зменшенням спонтанності через знерухомлення погляду й насадження візуальних шаблонів, які можуть знижувати самостійну активність пошуку й образного мислення.

Висловлено п'ять гіпотез, які передбачають наявність зворотного зв'язку між телебаченням і креативністю, що зумовлений: 1) зсувом вільного часу (популярність телебачення призводить до перерозподілу часу на його користь, залишаючи менше для суто творчих справ), 2) візуалізацією готових образів (насадження цих образів залишає менше місця власній уяві), 3) пасивністю (низький рівень інтелектуальних зусиль, характерний для глядачів телебачення, може зафіксуватись як референтний, на який людина орієнтуватиметься і в інших сферах діяльності), 4) пришвидшеним ритмом зміни образів на екрані (залишається мало часу на перероблення інформації у

власному темпі, знижує глибину мислення), 5) збудженням (внаслідок демонстрації насильства, еротики, так званого «екшну» телебачення підштовхує глядача до вподобань активної імпульсивної поведінки замість спокою, необхідного для творчості).

### **Вплив медіа на емоційний і вольовий розвиток. Проблема медіазалежності**

*Головні наслідки медійного впливу на емоційновольову сферу особистості — відрив емоції від дії, емоційне перевантаження і зростання байдужості.*

Останнім часом багато дискусій розгортається навколо теми формування медіазалежності — такого розладу вольових процесів, коли потреба в медіа стає слабоконтрольованою, людина не може опанувати бажання дивитись і дивитись на екран (грати і грати в комп'ютерну гру), дарма що інші потреби відсуваються на другий план, залишаються не задоволеними. Особливо потенційно небезпечні занурення у віртуальність, яка дає привабливу насолоду потокового стану. Проте самі собою медіапрактики не причина вольових розладів.

Простежмо вікові особливості розвитку вольових процесів, бо саме ці механізми пов'язані з формуванням найхвильнішої проблеми — розвитку медіазалежності.

Одна з найперших ситуацій, яка пов'язана з розвитком вольових процесів, стосується віку 2-3 років і пов'язана з відчуттям повного опанування ситуації, повного підкорення матеріалу волі дитини, коли вона може щось легко створити, чи знищити за своїм бажанням. Таке відчуття може дати взаємодія з вологим піском, податливим силі творчого наміру дитини. Тільки внутрішній екран фантазії дає дитині відчуття власної влади та волі. Зовнішній екран медіа не дає відчуття повної влади, якщо взаємодія з ним не будується за законами дитячої психології, відповідно до вікових та індивідуальних потреб розвитку дитини.

Навіювання, нав'язування ритму, ініціювання змінених станів свідомості — це вплив, який може значно загальмувати розвиток вольових процесів дитини. У молодшому шкільному віці (близько 10 років) воля дитини розвивається через організованість на основі формування вольової звички. Дуже важливо відчувати на прикладі якоїсь нескладної посильної, але не захопливої дії, що внутрішні стани підвладні. Спочатку, наприклад, дитині не хочеться застеляти ліжко, чистити зуби, упорядковувати свої речі чи щось подібне. Дорослий систематично допомагає дитині примусити себе це робити своїми вимогами. Коли сформується звичка, дитина відчуває, що може сама керувати собою і це посильно, неважко і навіть приємно. Так дитина готується до наступних вольових завдань — розв'язання конфлікту між тим, що хочеться робити і тим, що потрібно (не за зовнішніми вимогами, а за внутрішнім переконанням).

Одна з тем, на прикладі яких варто формувати вольові звички і тренуватися розв'язувати внутрішні конфлікти — медіапрактики. Своєрідне

змагання із затягувальним медійним впливом може стати гарним тренажером волі для підлітка.

Зважаючи, що воля — вища психічна функція, спочатку вона формується як розподілене між дорослим і дитиною уміння, що потім дитина зможе застосовувати самотійно. Місія дорослого — допомогти не тільки на етапі розподілення волі, але й вчасно передати дитині самотійність.

Якщо всі етапи вольового розвитку дитина пройшла вчасно і щасливо, ризик формування медіазалежності стає мінімальним.

Якщо дитина має комфортні стосунки з найближчим оточенням (батьками, друзями), в неї нема потреби втікати від негараздів у світ медіа — ризик формування залежності знижується.

Якщо бюджет часу дитини збалансований (є час на різні практики — і віртуальні, і тілесні, і духовні), вона має улюблену справу, захоплення і обов'язки — ризик медіазалежності (як і будь якої хімічної) значно знижується.

### **Вплив на стосунки. Парасоціальне спілкування**

Медіа пропонують зразки міжособистісних стосунків і сценарії їх реалізації, культивують певні культурні норми. Соціальні стосунки зображують у різних життєвих контекстах (дружба, любов, виробничі та сусідські стосунки). Зразки можуть бути позитивними — просоціальними, конструктивними, і негативними — антисоціальними, деструктивними. Проблему впливу цих зразків розглянемо на прикладі медіанасильства.

Крім того, існує особливе явище парасоціальних стосунків із медіаперсонажами, які теж можуть мати позитивний і негативний вплив на розвиток особистості. Телевізійні герої (як дійсні знаменитості, так і видумані художні образи) стали частиною тієї мережі особистого спілкування, з представниками якої особистість поділяє свої цінності, прагнення, настанови, з якими має спільні когніції та емоційні стани, за якими моделює свою картину світу.

Уперше поняття парасоціальності ввели Доналд Хортон і Річард Вол 1956 року в американському журналі «Психіатрія» в статті «Масова комунікація і парасоціальна взаємодія: спостереження інтимності на відстані». Первинно парасоціальну взаємодію означували як уявлювану безпосередню (face-to-face) взаємодію, що виникає між медіаперсонажем і його аудиторією. Поведінка цих персонажів у ході кожної інтерактивної події (участь у телепрограмі, токшоу, інтерв'ю тощо) допомагає глядачеві сформуванню думки про цей персонаж, яка потім переноситься в наступний парасоціальний епізод взаємодії. В певному сенсі телеглядач «зустрічається» з виконавцем у ході перегляду телепрограми. З часом ці зустрічі можуть привести до формування у глядача відчуття психологічної близькості, характерної для динаміки дружніх стосунків. Що інтенсивнішими стають парасоціальні стосунки, то більше глядач прив'язується до улюбленого шоу (серіалу, проекту, передачі). Реакція на втрату віртуального персонажу стає близькою за психологічним

змістом до реакції на руйнування реальних соціальних стосунків. Певні парасоціальні епізоди можуть ритуалізуватися, стаючи невіддільною частиною повсякденного життя глядача: ретельно планованою, дуже важливою (згадайте, як безлюдніли вулиці під час перегляду перших телесеріалів). Парасоціальні стосунки створюють необхідність підтверджувати лояльність персонажу, яка проявляється, наприклад, у вживанні рекомендованих продуктів, участі в есемес-голосуваннях за улюбленого героя тощо.

Низка досліджень парасоціальності як властивості телеперсонажа дали змогу виокремити характеристики, що сприяють формуванню парасоціальних стосунків. Відома концепція «медіаперсонажа, який руйнує четверту стіну» (Ф. Аутер): у тривимірному просторі нашого життя четверта стіна — це екран, уявна перепона між персонажем і аудиторією. Ця перепона розчиняється завдяки певним особливостям медіаперсонажа: 1) він обізнаніший супроти тих, з ким він взаємодіє в сюжеті, й супроти аудиторії «за стіною»; 2) він допомагає глядачеві усвідомити, що програма — це просто фікція; 3) підвищує рівень близькості з аудиторією завдяки інтерактивному змістові спілкування, прямо адресується аудиторії, управляє припущеннями та відповідями (стає на бік глядача й імітує процеси групової рефлексії, спільного переосмислення ситуації).

Вплив парасоціальних відносин ми опишемо через зміни часопростору життєвого світу особистості, який набуває властивостей «не тут» і «без потім».

У рамках системного підходу проведено аналіз особливостей функціонування сімейної системи. Відомо, що межі сімейної системи (правила, що визначають, хто і як може брати участь у взаємодії) пов'язані з особливостями взаємодії всередині системи між членами сім'ї. Якщо зовнішні межі дуже жорсткі, це сприяє злиттю всередині сім'ї, розмиванню індивідуальних меж. Навпаки, якщо зовнішні межі розмиваються, катастрофічно виростають межі між членами сім'ї, деколи перетворюючи її в роз'єднану сім'ю, члени якої практично не спілкуються між собою. Переймаючи інформаційну інтенцію (спілкування як обмін інформацією), дитина за цим зразком вибудовує власні правила спілкування з іншими людьми, замість співпереживання лише обмінючись інформацією. Увімкнення телевізора як «члена сім'ї», неможливість відділити сім'ю від інформаційного простору сприяють роз'єднанню сім'ї, зростанню емоційної дистанції між її членами [О. Вознесенська, 2010].

Дитина вибудовує парасоціальні відносини з медіаперсонажами, не здобуваючи при цьому повноцінного досвіду емоційних контактів. Переживання кіновидовища, на відміну від реального переживання, не дає досвіду участі в події. Фільм, як «машина почуттів» (за Е. Мореном), виконує частину психічної роботи за глядача. Відчуваючи страх або гнів, дитина привчається бути пасивною, бо перебуває в спокійній ситуації, не беручи участі в чиненому на екрані. В результаті переважання досвіду парасоціальних (однобічних, без зворотного зв'язку, без наслідків власних дій) відносин

емоційне життя дитини суттєво змінюється. Надлишок емоцій, викликаних медіатекстами, призводить до дефіциту емоційної енергії в реальних відносинах, які при цьому стають прохолоднішими і байдужішими. Виявлений О. Л. Вознесенською механізм підміни реального міжособистісного досвіду дитини парасоціальними відносинами, для яких характерний розрив емоційності й участі в події, ми називаємо тенденцією «не тут».

У життєвому світі дитини починає переважати тенденція просторового руйнування єдності часопростору «тут і тепер»: переживаючи емоції слідом за екранною реальністю, залучаючись до неї без реальної участі, вибудовуючи відносини з медіаперсонажами «там» у віртуальному світі, дитина інтенсивно живе «не тут». Навколишня територіальність віртуалізується, на неї починає переноситися легкість життя «не тут», яка не вимагає особистої участі, дій, докладення зусиль опиратися реальності, відповідальності за її впорядкування і необхідності власних внесків у неї.

Другий напрям зміни життєвого світу внаслідок інтенсивного спілкування з медіа концептуалізувано, виходячи з емпіричного дослідження, проведеного Г. Мироненко. У підлітків, важких споживачів телепродукції (мають час експозиції понад 4 години на добу), відбувається помітна зміна суб'єктивної одиниці часу, з якою пов'язані всі нейродинамічні характеристики особистості, у бік її збільшення, порушується орієнтація у часі [Г. Мироненко, 2006]. У сприйнятті реального часу губиться відчуття його плину, він наче розтягується та водночас пролітає зовсім непомітно. Дитина наче «зависає в часі», вступаючи в спілкування з віртуальним світом. З одного боку, дитина залишається в теперішності, а з іншого — перебуваючи в ній «не тут», вона виявляється не тотожною переживанню теперішнього моменту як неповторного «тепер» власного життєвого світу.

Дослідження особливостей формування життєвих планів і побудови зразка власного майбутнього підлітками з комп'ютерною залежністю, проведене В. Посоховою, виявило порушення механізму формування життєвих домагань при розвитку інтернетзалежності. Майбутнє такі підлітки сприймають як дещо аморфне, формівне само собою, без необхідності особистої участі й, відповідно, всякої особистої відповідальності. Загалом кажучи, воно наче зникає, бо дитина не задумується про те, що буде там, попереду і потім. Виходячи з цих досліджень, ми вважаємо, що під впливом екранних медіа відбувається трансформація часової єдності часопростору життєвого світу глядача, яку можна назвати тенденцією «без потім».

Життєвий світ особистості, в якому переважають тенденції «не тут» і «без потім», — ось результат стихійного і безконтрольного медійного впливу. Такий своєрідний віртуальний робінзон, життєвий світ якого ізольований від фізичної й соціальної території існування і позбавлений майбутнього часу.

Особливо небезпечними можуть стати парасоціальні стосунки дружби та закоханості, якщо вони заміщають і витісняють реальні стосунки. Виконуючи ту ж функцію у життєвому світі особистості, парасоціальні стосунки перетворюють його на замкнуту робінзонаду з ілюзією щастя. Коли

дитина живе життям свого кумира, це утруднює розвиток реальних міжособистісних стосунків. Коли дівчинка вперше закохується в ідеального медіа персонажа, це може ускладнити вибір реального партнера й побудову реальних стосунків, які швидше за все не відповідатимуть ідеальному зразкові.