

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕДІАУПОДОБАНЬ АУТСАЙДЕРІВ У КОНТРОЛЬНІЙ ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНІЙ ГРУПАХ

Анотація. У статті розкрито основний зміст програми практичних заходів щодо підвищення соціометричного статусу школяра. Представленні результати емпіричного дослідження медіауподобань аутсайдерів у контрольній та експериментальній групі. Виявлено, що усі діти обирають інформаційний жанр. З'ясовано, що зменшилась інформаційна роль телебачення та збільшилась преси. Аутсайдери з експериментальної групи стали частіше дивитися казки, фільми в жанрі фентезі, мелодрами та комедії.

Ключові слова: медіа, аутсайдер, контрольна група, експериментальна група, медіауподобання.

Проблема. ЗМІ є невід'ємною складовою сучасного суспільства, адже не можна уявити жодну сферу життя без отримання інформації та її використання. Особливо вразливими до неї є школярі, оскільки вони перебувають в процесі розвитку, а навчання, спілкування та відпочинок відбувається за допомогою медіа. Діти ризикують перейняти моделі поведінки, образи, які потім можуть впливати на становлення соціометричного статусу в класі.

Вплив медіа на особистість в межах медіа психології вивчали 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 значимими факторами впливу, особливо для школярів [1]. А І.Г. Почепцов обґрунтовано стверджує, що «віртуальна реальність здатна переосмислювати реальність, надаючи їй нового сенсу. Те, що вчора називалося нормою, сьогодні перестає бути нормальним. Реальність намагаються трансформувати так,

щоб вона відповідала віртуальності. Героєм стає той, хто пропонує для цього самі прості шляхи. І не має значення, що ці способи потім не спрацюють. Вони повинні бути привабливими, а не працюючими» [2 с. 194]. Відповідно до того, щоб зменшити вплив ЗМІ виникла потреба докладнішого вивчення медіаосвіти, якою займалися (Л.М. Баженова, О.А. Баранов, Д.Є. Григорова, Н.А. Леготіна, Л.Л. Новікова, І.А. Фатєєва, А.В. Федоров, І.В. Челишева, В.С. Шаповалова); інформаційних пріоритетів (А.Д. Єляков Л.М. Корочинський); парадигми «ефектів» мас-медіа (Дж. Клеппер); ролі родини у формуванні медіакультури (О.Л. Вознесенська, О.Ю. Голубєва, С.М. Стерденко). 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.

Метою статті є розкриття основного змісту програми практичних заходів щодо підвищення соціометричного статусу школяра та порівняльний аналіз медіауподобань учнів низького статусу в контрольній та експериментальній групі.

Нами розроблена та апробована тренінгова програма. **Ціль якої:** адаптація дитини в класі та підвищення її соціометричного статусу. **Цільова аудиторія:** діти з низьким соціометричним статусом (аутсайтери) віком 13–18 років.

Завдання:

- 1) ознайомити учнів із поняттям «ЗМІ» та їх роллю в житті людей; звернути увагу дітей на небезпеку під час користування медіа;

- 2) розвинути рефлексію та критичне мислення при сприйманні інформації через медіа під час відпочинку чи навчання;
- 3) сприяти переосмисленню та інтерналізації цінностей за допомогою медіа;
- 4) шляхом зміни медіауподобань сприяти зміні емоційного фону з негативного на позитивний;
- 5) провести за допомогою медіаторності захід, що сприятиме згуртуванню однокласників;
- 6) створити правила поведінки на основі розумного поєднання медіа і реальності;
- 7) допомогти дітям усвідомити свої індивідуальні особливості, значимість кожної дитини в групі;
- 8) навчити конструктивних форм поведінки, вміння співпрацювати з ровесниками;
- 9) допомогти виробити власний стиль поведінки та сформувавати мотивацію до саморозвитку.

Структура тренінгу включала три етапи:

I етап – орієнтовний.

Мета етапу: емоційне згуртування та налагодження первинного контакту між учасниками групи.

Основні вправи спрямовані на згуртування учнів, розкриття особистості та зняття напруженості.

Інструментарій: аркуші паперу, ручки, мобільний телефон, м'яч, кольорові олівці.

Хід заняття

1. Знайомство з учасниками групи.

2. Який я?

3. Я і мій клас.

II етап – розвивальний.

Мета етапу: ознайомити дітей з поняттям «ЗМІ»; звернути увагу на небезпеку під час користування медіа, підвищити обізнаність школярів; розвивати рефлексію та критичне мислення при сприйманні інформації під час відпочинку чи навчання; сприяти переосмисленню та

інтерналізації цінностей за допомогою медіа; шляхом зміни медіауподобань трансформувати емоції з негативних на позитивні; розкрити поняття «медіаторчість», провести на основі медіаторчості захід, що сприятиме згуртуванню однокласників.

Основний зміст вправ спрямований на усвідомлення дітьми ролі ЗМІ під час взаємодії з ними та розвиток критичного мислення.

Інструментарій: аркуші паперу, м'яч, кольорові олівці, ручки, ватман, мобільний телефон, журнали з фотокартками, диктофон, ножиці, відео.

Хід заняття:

4. Медіа в моєму житті. Частина I.

5. Медіа в моєму житті. Частина II.

6. Медіауподобання та емоції.

7. Мій улюблений кіногерой.

8. Відеоаналіз.

9. Спілкування через медіа.

10. Відпочинок у взаємодії з медіа.

11. Медіаторчість.

III етап – закріплюючий.

Мета етапу – створення правил поведінки шляхом розумного поєднання медіа і реальності, підбиття підсумків та прощання.

Основні види вправ спрямовані на закріплення отриманої інформації.

Інструментарій: аркуші паперу, ватман, ілюстровані журнали, ножиці, кольорові олівці, ручки.

Заняття:

12. Моя реальність і медіа.

13. Я, медійний простір і навколишній світ.

14. До побачення!

Планувалося, що розв'язання основних завдань тренінгу буде досягнуто впливом за допомогою медіа на

основні сфери особистості: когнітивну, емоційно-вольову, поведінкову.

Засобами реалізації завдань стали такі методи як: тематичне малювання, ауторелаксація, рухові та рольові ігри, ігри на взаємодію, групове обговорення; відеоаналіз, фасилітація, «мозковий штурм».

Вважаємо, що підібрані методи якнайкраще підійшли для донесення мети тренінгу до дітей. Ауторелаксація допомагає відпочити, розслабитися, що необхідно після активного залучення в роботу. Групове обговорення, фасилітація, «мозковий штурм» – аналізувати, розвивати критичне мислення, приходити до нових рішень та ідей. Ігри – рухові, рольові, на взаємодію – і тематичне малювання допомагають прожити, відчутти на власному досвіді певні ситуації та розкритися, навчаючись розуміти себе.

Програма є перспективною і дієвою з точки зору впливу на школярів, оскільки спрямована на розв'язання сьогоденних проблем учнів, що пов'язані із медіа та соціометричним статусом у класі, що є важливим для дитини. Важливою є також потреба в авторитеті дорослого, який був би зацікавлений в розв'язанні проблем як окремої дитини, так і групи однолітків, через яких відбувається процес взаємодії та становлення особистості. Основна ідея занять – допомогти дітям підвищити самооцінку, розвинути критичне мислення під час взаємодії з медіа, сприяти розумінню ролі ЗМІ в їхньому житті, навчити правильно ними користуватися, щоб зазнавати лише позитивного впливу, розкрити важливість медіаторчості.

Відбір аутсайдерів серед школярів відбувався за допомогою соціометрії Я. Морено. Після цього було створено контрольну й експериментальну групи. Вік дітей становив 15–17 років, а кількість – 20 осіб, по 10 у кожній групі. За статтю також розподілилися порівну. Спочатку в обох групах були проведені методики (анкетування на

виявлення медійного впливу та ціннісно-смысловий тест Сопова – Карпушиної), отримані дані були схожі в усіх низькостатусних дітей. Потім в експериментальній групі відбувалася апробація розробленої тренінгової програми, яка тривала 1,5 місяця, заняття проводилися двічі на тиждень. Програма мала на меті підвищити соціометричний статус дітей-аутсайдерів у класі та допомогти їм навчитися правильно та безпечно використовувати медіа.

Обрахунки проводилися в програмі «Оса».

Проведене після цього тестування дітей з експериментальної й контрольної груп дало можливість виявити відмінності між ними (від медіаактивності до цінностей та підвищення соціометричного статусу). Але ми в статті розглянемо саме відмінності медіауподобань.

Учні незалежно від груп обрали молодіжну, містичну, історичну, любовну, кримінальну, військову, наукову, космічну, політичну тематики медіаконтенту, проте діти з експериментальної групи стали приділяти більшу увагу, ніж учасники контрольної, любовній, молодіжній, містичній та історичній тематиці, у контрольній же продовжують переважати кримінальна і військова (див. Табл. 1). Ми вважаємо, що вибір медіаконтенту сприяє становленню соціометричного статусу, адже кожна інформація має своє емоційне забарвлення і впливає на цінності школяра. Зменшення перегляду агресивних жанрів убезпечує дитину від перейняття деструктивних форм поведінки, урівноважує. Також обрання любовної та містичної тем сприяє отриманню інформації з позитивним емоційним наповненням, що, в свою чергу, заряджає дитину позитивними емоціями. Урівноважений школяр перебуває в гармонії із собою і навколишнім світом, і йому легше знайти спільну мову з однокласниками.

Таблиця 1.

Теми преси, радіо, інтернету, яким школярі віддають перевагу (%)

№	Теми преси, радіо, інтернету	Е	К
1	Військова	20,7	23,5
2	Історична	32,1	26,2
3	Космічна	16,5	16,4
4	Кримінальна (пов'язана із з вбивствами)	24,5	27,2
5	Любовна	40,2	36,2
6	Містична	43,0	38,2
7	Молодіжна	78,9	61,5
8	Наукова	22,8	22,8
9	Політична	5,4	7,6
10	Пригодницька	5,5	8,8
11	Немає відповіді	0	0
12	Невизначена відповідь	0	0

**Е – аутсайдері експериментальної групи*

***К – аутсайдері контрольної групи*

Щодо зміни уподобань саме в жанрах преси у межах експериментальної групи, то зазначимо, що для школярів незалежно від статусу важливими темами у пресі є інформаційна (адже дитина перебуває в процесі навчання та набуття знань), ігри (головоломки, загадки) для відпочинку та інтелектуального розвитку, література (романи, новели, оповідання, вірші) для відпочинку та естетичного задоволення, реклама (див. Табл. 2).

Школярі також стали приділяти більшу увагу інформаційному жанру, іграм, що говорить про прагнення до знань. Після тренінгової роботи стало помітно, що учні розпочали більше читати пресу, що свідчить про зайняття активнішої позиції в житті і готовності більше аналізувати

отриману інформацію, а не просто споживати готовими образами як через телебачення. Зменшення пасивності сприяє покращенню стосунків з однокласниками та зростанню особистості.

Таблиця 2.
Жанри преси, яким школярі віддають перевагу (%)

№	Жанри преси	Е	К
1	Інформаційні (допомагають дізнатися щось нове)	73,3	69,3
2	Літературні (романи, новели, оповідання, вірші)	27,7	25,6
3	Ігри (головоломки, загадки)	47,3	45,1
4	Реклама	29,9	32,5
5	Інші	0	0
6	Немає відповіді	0	0
7	Невизначена відповідь	0	1,6

**Е – аутсайдері експериментальної групи*

***К – аутсайдері контрольної групи*

Телебачення залишається одним із найпопулярніших медіазасобів серед усіх груп (див. Табл. 3). Найулюбленішими тележанрами школярів є музичні (рок, поп і т. п.). Такий вибір обумовлений потребою дітей у відпочинку, «відключенню» від навколишнього світу.

На другому місці – інформаційні передачі, потім ідуть ігри, конкурси та реклама. Інформаційний жанр є важливим для школярів, адже вони перебувають у процесі розвитку і набуття знань. Проте порівнюючи контрольну і експериментальну групи, можна помітити, щов останній процент дітей, які обирають інформаційний жанр у телебаченні, зменшився, а це свідчить про розвиток критичного мислення, усвідомлення ролі медіа у своєму житті. У свою чергу, якщо школяр буде аналізувати отриману під час взаємодії зі ЗМІ інформацію, це убереже його від засвоєння агресивних норм поведінки. Адже

сьогодні потік інформації, що надходить через медіа, є неконтрольованим, і особливо від цього страждають діти, чия психіка є найбільш уразливою, тому розвивати в школярів критичність і здатність до аналізу дуже важливо. Вважаємо, що зменшення інформаційної ролі телебачення знижує ризик перейняття деструктивної поведінки, цінностей.

Таблиця 3.

Жанри телебачення, яким школярі віддають перевагу (%)

№	Жанри телебачення	Е	К
1	Інформаційні	52,5	59,5
2	Літературні (оповідання, новели, вірші)	4,1	6,9
3	Музичні (класична музика, поп, рок тощо)	68,3	65,1
4	Ігри, конкурси	44,9	43,3
5	Реклама	6,9	7,2
6	Інші	0	0
7	Немає відповіді	0	0
8	Невизначена відповідь	0	0

**Е – аутсайдері експериментальної групи*

***К – аутсайдері контрольної групи*

Інтернет є також необхідним і важливим в житті дітей, адже спілкування, відпочинок і навчання сьогодні відбувається безпосередньо через нього (див. Табл. 4). Незалежно від групової приналежності улюбленими жанрами школярів є музичний (оскільки однією з важливих потреб учнів є потреба у відпочинку), інформаційний (адже діти перебувають в процесі набуття знань), фільми, ігри, літературна, реклама для відпочинку та отримання задоволення.

Після тренінгової роботи учні з експериментальної групи, на відміну від контрольної, стали менше часу витрачати на комп'ютерні ігри, а це, в свою чергу, знижує ризики надмірного занурення школяра у віртуальний простір, відривання від реального життя і дає більше часу на саморозвиток та особисте спілкування з однокласниками.

Таблиця 4.

Жанри інтернет-сайтів, яким школярі віддають перевагу (%)

Жанри інтернет-сайтів		Е	К
1	Інформаційні	49,04	40,5
2	Літературні (оповідання, новели, вірші)	19,9	16,1
3	Музичні	75,3	71,4
4	Реклама	7,0	8,6
5	Ігри	36,5	40,4
6	Фільми, реаліті-шоу	77,2	60,5
7	Інші	0	0
8	Немає відповіді	0	3,0
9	Невизначена відповідь	2,2	3,4

**Е – аутсайдері експериментальної групи*

***К – аутсайдері контрольної групи*

Збільшилось читання в інтернеті новел та віршів, що свідчить знову про активнішу позицію дітей стосовно життя та саморозвитку.

Стосовно фільмів і серіалів, то їх перегляд є важливим для сучасного школярства, адже за їх допомогою школярі відпочивають та отримують знання (див. Табл. 5). В інтернеті потік кінофільмів є неконтрольованим, й інформація, що надходить, може бути небезпечною для чутливої дитячої психіки. Серед улюблених жанрів всі діти назвали комедію та фільми жахів (перший привносить

позитивні емоції у життя дітей, а другий компенсує брак гострих відчуттів).

Таблиця 5.

Жанри фільмів, серіалів, яким школярі віддають перевагу (%)

№	Жанри фільмів, серіалів	Е	К
1	Вестерн, бойовики	36,0	44,1
2	Детектив (фільми з вбивствами та розслідуваннями)	37,3	44,3
3	Казка, фентезі	44,7	38,5
4	Драма	39,3	24,1
5	Комедія	89,2	86,6
6	Мелодрама	37,3	28,3
7	Фільми жахів	45,2	41,2
8	Фільми-катастрофи	28,5	36,3
9	Інші	0	0
10	Немає відповіді	0	3,0
11	Невизначена відповідь	0	0

**Е – аутсайдері експериментальної групи*

***К – аутсайдері контрольної групи*

Аутсайдері зазвичай обирають для перегляду вестерни, бойовики, детективи та фільми катастроф. В результаті тренінгової роботи маємо можливість спостерігати, що учні з експериментальної групи хоча й люблять дивитися всі вищезазначені жанри, проте серед них збільшилось число дітей, які стали частіше дивитися казки, фільми в жанрі фентезі, мелодрами та комедії. Вважаємо, що зміна медіаконтенту допомагає школярам підтримувати позитивний настрій, розслаблятися, водночас такий вибір може говорити про набуття душевної рівноваги, яка спонукає обирати саме ці жанри. Ми вважаємо, що зменшення частоти перегляду фільмів з

відтінком фатальності та підвищення рівня розвитку критичного мислення убезпечує дітей від засвоєння певних негативних норм поведінки та цінностей. Також серіали з позитивним емоційним наповненням дають школярам можливість розвиватися, вселяють упевненість та допомагають зберігати внутрішній спокій і душевну гармонію, а таким учням легше знайти спільну мову з однокласниками і таким чином забезпечити собі вищий соціометричний статус.

Варто звернути увагу ще й на вибір дітьми жанрів комп'ютерних ігор. Як показало опитування, екшен, головоломки та музичні ігри є найпопулярнішими серед дітей (див. Табл. 6).

Таблиця 6.

Жанри, яким школярі віддають перевагу в комп'ютерних іграх (%)

Жанри комп'ютерних ігор		Е	К
1	екшен («стрілялки», «гонки», активні дії героїв)	57,5	60,5
2	головоломки, пазли, квести	50,5	29,2
3	музичні	25,3	26,3
4	інші	0,0	0,0
5	немає відповіді	12,3	13,0
6	невизначена відповідь	4,9	2,5

**Е – аутсайдері експериментальної групи*

***К – аутсайдері контрольної групи*

Аутсайдері з обох груп віддають перевагу саме екшену (гонки, стрілялки), який допомагає розслабитися та виплеснути емоції, агресію у віртуальному світі через нереалізованість прагнення до лідерства. В експериментальній групі при повторному опитуванні збільшився показник популярності головоломок (пазли,

квести). Вважаємо, що цей жанр позитивно впливає на інтелектуальний розвиток школярів, що, в свою чергу, може сприяти зростанню впевненості в собі та покращити їх соціометричний статус у класі. Щодо музичних ігор, то вони задовольняють потребу учнів у відпочинку.

Отже, медіа грають дуже важливу роль в сучасному суспільстві, спілкування, отримання нових знань відбувається через них. Більшість інформації є неконтрольованою і може нести небезпеку. Діти є особливо незахищені, обираючи певний медіаконтент, вони можуть перейняти образи чи моделі поведінки, які будуть сприяти погіршенню стосунків з однокласниками. Тому важливо проводити медіаосвітні заходи, які б допомагали зрозуміти роль ЗМІ в житті учнів та розвинути критичність мислення у школярів.

Програма розроблена нами дозволила довести, що школярі стали обережніше відноситись до вибору медіаконтенту. Зрозуміли, наскільки сильно інформація може впливати на них емоційно, і почали частіше обирати медіаконтент із позитивним емоційним наповненням. Після тренінгової роботи учні стали проявляти більший інтерес до головоломок і пазлів, які сприяють інтелектуальному розвитку особистості та зменшують ризики перейняття агресивних моделей поведінки. Розпочали займати активнішу життєву позицію, це навіть, проявилось у наданні переваги преси над телебаченням у випадку отримання інформації. А це в свою чергу свідчить, що діти-аутсайтери зрозуміли як користуватися медіа для своєї користі, щоб отримувати задоволення та мати можливість покращувати свої стосунки з однокласниками і в майбутньому мати змогу уберегти себе від небезпеки, що надходить від ЗМІ.

Література

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. / Пер. С нем. Х.: Изд-во Гуманитарный Центр. 2007. – 288с.
2. Почепцов Г.Г. Мерлін, Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі. К.: Спадщина, 2013. – 288 с.

Аннотация. В статье раскрыто основное содержание программы практических мер по повышению социометрического статуса школьника. Отображены результаты эмпирического исследования медиапредпочтений аутсайдеров в контрольной и экспериментальной группе. Обнаружено, что все дети выбирают информационный жанр. Выяснено, что уменьшилась информационная роль телевидения и увеличилась прессы. Аутсайдеры из экспериментальной группы стали чаще смотреть сказки, фильмы в жанре фэнтези, мелодрамы и комедии.

Ключевые слова: медиа, аутсайдер, контрольная группа, экспериментальная группа, медиа предпочтения

Summary. The article shows the main contents of the program of practical measures for increase of the sociometric status of the school student. Results of empirical research of mediapreferences of outsiders in control and experimental group are described. It is revealed that all children choose information genre. It is found out that information role of television decreased and increased the press. Outsiders from experimental group began a thicket to watch fairytales, movies in a genre of a fantasy, the melodrama and the comedy.

Key words: media, outsider, control group, experimental group, mediapreferences.