

*Вознесенська О.Л.* Образи серіальних персонажів як джерело медіасоціалізації дитини/ *О.Л. Вознесенська* // Соціально-психологічні особливості професійної діяльності працівників соціальної сфери: соціальний вимір сучасності. Матеріали VI всеукр. наук.-практ. конф. з між нар. Участю // упор. Плетка О.Т. – Київ-Мелітополь, 2014. – С. 32-40. Стаття в авторській редакції

*О. Л. Вознесенська, м. Київ*

## **ОБРАЗИ СЕРІАЛЬНИХ ПЕРСОНАЖІВ ЯК ДЖЕРЕЛО МЕДІАСОЦІАЛІЗАЦІЇ ДИТИНИ**

У статті викладено часткові результати емпіричного дослідження образів персонажів сучасних сімейних гумористичних серіалів, що є основою соціалізації особистості дитини. Проаналізовано певні кореляції між експертними оцінками цінностей та якостей серіальних героїв. Узагальнено посили – соціальні повідомлення, що впроваджуються в дитячу психіку за допомогою серіалів.

*Ключові слова:* медіасоціалізація, серіал, дитина, цінності.

В статье изложены частичные результаты эмпирического исследования образов персонажей, которые являются основой социализации личности. Проанализированы некоторые корреляции между экспертными оценками ценностей и качеств сериальных персонажей. Сделано обобщение посылов – социальных сообщений, которые внедряются в детскую психику с помощью сериалов.

*Ключевые слова:* медиасоциализация, сериал, ребенок, ценности.

Partial results of the empirical study of characters' images which influence socialization of personality are explaining in this article. Some correlations between expert evaluation of values and qualities of TV series characters are analyzed. Generalization of social messages that are embedded in children's mind with the help of TV series is presented.

*Keywords:* media socialization, TV series, child, values.

*Проблема.* Професійна діяльність працівників соціальної сфери тісно пов'язана з розвитком суспільства, соціально-психологічними особливостями проблем, що виникають в соціумі, потребами клієнтів. Соціальний вимір сучасності характеризується стрибкоподібним розвитком інформаційних технологій. Наш світ – світ медіа визначається «інформаційним водоспадом», «інформаційним вибухом», надлишком інформації в умовах дефіциту її правдивості та не-

можливості перевірити власним досвідом. Сучасне суспільство страждає на поглинання людей у світ медіа, дефіцит безпосереднього спілкування, втрату механізмів впливу на розвиток та соціалізацію дитини поза медіапростором.

В умовах сучасного інформаційного суспільства медіа посідають найголовніше місце у процесі соціалізації дитини, тому вчені вже кілька років говорять про особливий феномен «медіасоціалізації» (В.В.Абраменкова, Л.А.Найдьонова, О.В.Петрунко). Дитина молодшого шкільного віку орієнтована на ті моделі спілкування, які вона бачить у телевізорі, а не ті, що пропонує сім'я. Конструювання гендерних моделей поведінки теж дедалі частіше відбувається під впливом агентів медіапростору. Комерціалізація сучасного телебачення призводить до появи бурхливого потоку сумнівних кінотекстів, низькопробної медіапродукції, тиражування стереотипів. З огляду на широку популярність телесеріалів як сімейного дозвілля вважаємо актуальним психологічну експертизу змісту телесеріалів задля того, щоб оцінити моделі поведінки, які впроваджуються в чутливу дитячу психіку, та прогнозувати розвиток суспільства.

*Метою* статті є презентація часткових результатів дослідження образів персонажів сучасних серіалів, що є основою соціалізації особистості.

Як показало наше попереднє дослідження, найбільш популярними серіалами, котрі є спільною медіа-подією багатьох сімей, що виховують дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, є «Щасливі разом», «Гатові доньки», «Вороніни» (виробництво Росії) [2]. Як бачимо, всі ці серіали є гумористичними сімейними серіалами.

Телесеріальний контент став предметом нашого подальшого наукового пошуку також задля оцінки його впливу на розвиток ціннісно-сміслової сфери дитини. У найзагальнішому вигляді метою дослідження було здійснення психологічної експертизи найпопулярніших в українському медіапросторі телевізійних серіалів з метою прогнозування можливих наслідків їх впливу на щоденну поведінку дітей та молоді і формування ціннісно-сміслової сфери.

Спільно з канд. психол. наук О. М. Скнар нами було визначено критерії оцінювання серіальних героїв, розроблено методичне забезпечення дослідження.

*Авторська методика експертної оцінки* героїв телесеріалів містить семантичний диференціал, оцінку ступеню вираженості у героїв серіалів цінностей та відкриті запитання, що стосуються деталей образів персонажів. В основу семантичного диференціала покладено теорію статі Сандри Бем. Список якостей був уточнений та доповнений авторськими шкалами, визначеними завдяки спостереженням та дослідженням останнього десятиріччя серед українських респондентів. Оцінка ціннісної сфери героїв серіалів здійснювалася за рахунок оцінки ступеню вираженості цінностей, визначених М. Рокичем у тесті «Ціннісні орієнтації особистості».

*Емпіричне дослідження* проводилося у грудні 2011 – березні 2012 р.

Експертами, які оцінювали серіальних героїв в нашому дослідженні, виступили студенти спеціальності «Психологія» КНУ імені Тараса Шевченка (магістратура, 1-й курс), спеціальності «Соціологія» Київського національного університету культури і мистецтв Інституту міжнародних відносин і журналістики (IV курс). Загальна кількість експертів у нашому дослідженні – 104. Середній вік експертів – 20 років. Результати обробляли за допомогою комп'ютерної програми ОСА.

Результати дослідження дали підстави виділити типові стереотипні серіальні образи, що є основою гендерної соціалізації дитини молодшого шкільного світу, а саме: чоловічі – «*Грубий неосвічений мужик*», «*Слабкий чоловік*», «*Холодний чоловік*» та жіночі – «*Слабка жінка*», «*Статусна жінка*», «*Поступлива жінка*». Доведено, що чоловіки оцінюються, по-перше, через їх *ставлення до інших*, по-друге, критерієм для оцінок є їх *сила* або слабкість, а по-третє, – їх емоційність, точніше її відсутність, й *холодний розум*. А жінок, як бачимо, оцінюють через *силу-слабкість* – в першу чергу, через їх *статус* та їх ділові якості та *владні відносини* [1].

Факторний аналіз виявив, що цінності серіальних персонажів поділяються за такими принципами: освіченість, життєрадісність, впевненість. Можемо зробити припущення, що за механізмом стереотипізації відбувається добудовування до цілісних образів «*інтелігента*», «*компанійської людини*», «*впевненої у собі людини*» [там само].

Задля розуміння, які саме герої несуть які саме цінності, крім того, було проведено кореляційний аналіз оцінок усіх якостей та цінностей персонажів серіалів. У цій статті ми хочемо презентувати частину результатів кореляційного аналізу.

Ми не вважаємо за потрібне аналізувати абсолютно всі значущі кореляції, оскільки частина їх була очікуваною й очевидною, як, наприклад, кореляції між характеристиками «привабливий», «красивий», «чарівний» або між шкалою «лідер – схильний до підпорядкування» та якостями, що пов'язані з владою: «владний-виконавчий», «не має власної думки – має власну думку», «пасивний – активний», «незалежний – такий, що орієнтується на думку інших», або кореляції між якостями «розважлива – наївна» та «недовірлива – довірлива» тощо. Звернімо увагу на інші, менш очікувані кореляції, що є відображенням категоріальної структури сприймання буденною свідомістю персонажів «мільних опер», що протікає за допомогою механізмів стереотипізації та каузальної атрибуції.

Спочатку прогляньмо кореляції, що відбивають відомий стереотип «фізичної привабливості», коли приваблива людина уявляється більш розумною, доброю, успішною. Як показав аналіз, фізично привабливі герої серіалів викликають більшу довіру та сприймаються більш доброзичливими (кореляції на значущому рівні). Тобто героям-красуням та красеням глядачі більше довіряють, прислуховуються до їхніх слів, а тому у вуста цих героїв автори серіалів можуть вкласти більш впливовіші повідомлення для глядача.

Розум також пов'язаний з довірою, розумному можна довіряти, тільки як зрозуміти, хто розумний? Як відомо, згідно з феноменом «стереотипу фізичної привабливості» красиві люди отримують більш високі оцінки за розумністю.

Крім того, розум пов'язаний з організованістю, послідовністю, надійністю. Люди з аналітичним розумом схильні сподіватися лише на себе. Виявилось, що у сприйнятті серіальних героїв їхнє образне мислення зв'язується зі сподіваннями на допомогу інших, тобто певною залежністю, безпорадністю.

Найбільш цікава ситуація, на наш погляд, з освітою, яка пов'язана з послідовністю, любов'ю до дітей і надійністю. Виходить, що освічені люди більш люблять дітей та на них можна покластися. Можливо, цей стереотип щодо освіти є пережитком радянських часів, коли вища освіта була важкодосяжною для багатьох, а її відсутність асоціювалася із сантехніком «дядьком Васею», який зловживав алкоголем та нічого не міг вправно зробити. На сьогодні вища освіта стала, з одного боку, досяжною для усіх, хто платить гроші, навіть не маючи достатньо талантів та знань, диплом можна просто купити.

Наступний наш крок передбачає аналіз кореляцій якостей, що пов'язані з спілкуванням з іншими, ставленням до інших. Окрім взагалі передбачуваних кореляцій, як наприклад, «замкнений / скований», бачимо і дещо несподіване. Замкнута людина сприймається як невпевнена та пасивна (на високому рівні значущості). Тобто активність пов'язується передусім з відкритістю у спілкуванні, а пасивність прив'язується до невпевненості. Мабуть, тут йдеться про емоційний інтелект, який у сучасному світі стає дедалі більш значущим для успішності людини.

Цікавим є також зв'язок між співчуттям і довірою та довіри з вербальною грубістю (на високому рівні значущості). Тобто кожен персонаж, що проявляє співчуття, виглядає надто довірливим, те саме можна сказати щодо використання грубих слів: ті, хто не «виражається», є довірливими. Отже, спостерігаємо таку тенденцію щодо серіальних персонажів: недовірливі герої, як правило, байдужі до інших та вербально грубі, вони очікують образи від інших, тому проявляють себе першими. Можемо також припустити, що довірливість не сприймається позитивною якістю в сучасному світі: дитина вчиться бут грубою та байдужою задля того, щоб досягти успіху. Ця тенденція до звеличення гру-

бої сили в сучасних гумористичних серіалах сімейного типу має насторожувати.

Наступні зв'язки, що нас зацікавили, пов'язані з надійністю серіального героя: чи можна нього покластися? Надійність персонажа пов'язана з коректністю, соціальним статусом, увагою до інших, послідовністю, освітою, організованістю та вмінням готувати! Зв'язок з освітою ми вже обговорювали, зрозуміло також, що освічена та надійна людина скоріше за інших буде мати високий соціальний статус, який підтверджується її вихованістю (хоча хіба мало високостатусних людей, що поводять себе фамільярно та грубо?), послідовністю, організованістю. Але до чого тут вміння готувати? Мабуть, ця кореляція показує значущість цього вміння для героїв сімейних гумористичних серіалів (згадаймо, що, наприклад, Дарія з «Щасливі разом» – без освіти, з низьким соціальним статусом – не вміла готувати, на відміну від Олени, її сусідки, яка, обіймаючи високу посаду в банку, добре готувала): адже дія цих серіалів досить часто відбувається на кухні. Послідовність також пов'язана з коректністю у спілкуванні, організованістю, освіченістю й знову – з умінням готувати. Можливо, на кухні теж важливі ділові якості!

Перейдемо до аналізу «несподіваних» кореляцій між різними цінностями персонажів. Як і раніше, ті кореляції, що є очевидними, ми не будемо окремо аналізувати. Перше, що нас зацікавило, це зв'язок між цінностями «активне діяльне життя» та «здоров'я». Можливо, мається на увазі, що для активності потрібно бути здоровим. Або ж активність передбачає й активність у відпочинку, який людина проводить у спортивному залі, басейні, на природі, чим зміцнює своє здоров'я. Як цінність здоров'я також корелює з красою природи та мистецтвом: задля замилювання мистецтвом теж треба бути здоровим, хворій людині не до природи та милування.

«Краса природи та мистецтва» пов'язана з любов'ю, щастям інших та терплячістю. Мабуть, тільки закохані й щасливі персонажі, які терпляче ставляться до всього, можуть милуватися мистецтвом. Якщо врахувати, що серед більш ретельно проаналізованих нами персонажів серіалу «Щасливі разом» ця цін-

ність не була виражена взагалі [1], можемо зробити висновок, що вони не кохають та не бажають щастя іншим, щодо терплячості – ця якість їм не властива взагалі.

Цікаво також, що для цінителів природи та мистецтва важливим є пізнання, ефективність, розвиток, творчість, вони акуратні, виховані, відповідальні. Чи є такі герої в сучасних сімейних гумористичних серіалах? Ми не знайшли. Крім того, аби цікавитися мистецтвом, потрібна і певна широта поглядів. Отже, для дитини дошкільного та молодшого шкільного віку в серіальній реальності не має прикладів для наслідування, які б впроваджували цінності творчості, розвитку, пізнання. Лише – розваги! До речі, «розваги» як цінність не мають жодної значущої кореляції ні з цінностями, ні з якостями персонажів телесеріалів! А це, як ми бачили під час аналізу персонажів серіалу «Щасливі разом», провідна чоловіча цінність [там само]!

До цього додамо ще один цікавий зв'язок: «любові» та «вихованості». Чи закохані герої серіалів поведуться більш виховано, чи вихованість сприяє закоханості – можливі різні інтерпретації.

Наступний блок аналізу присвятимо кореляціям, що пов'язані з життєвою мудрістю персонажів серіалів як цінністю. Мудрість пов'язана з такими інструментальними цінностями, як раціональність, самоконтроль, відповідальність, ретельність, акуратність, незалежність, вихованість, тверда воля, сміливість у відстоюванні власних поглядів, думок (на достатньо високому рівні значущості). Отже, справедливим для персонажів телесеріалів є те, що людина, яка прагне мудрості, потребує, з одного боку, жорсткої дисципліни (розцінюємо це як спадщину радянської системи виховання), а з другого – лідерських якостей (можливо, це вже плоди сучасних систем виховання, індивідуалістично спрямованих).

Проаналізуємо кореляції з цінністю «цікава робота». Передбачається, що робота може бути цікавою, тільки якщо приносить суспільне визнання, є продуктивною, відповідальною, ефективною, пов'язана з пізнанням та, звісно, тільки для освічених людей. Отже, це портрет сучасного керівника, представ-

леного в серіальній реальності. Бути «простим міліціонером», як Леонід Воронін, – це нецікаво! Пішли в Лету мрії хлопчат попередніх поколінь щодо поважної професії міліціонера, інженера, вчителя чи медика. Нині медіареальність впроваджує у несвідомість дітей стереотип «Цікава робота – це робота, пов’язана з керівництвом (і неважливо, чим керувати – відділом в офісі, заводом, державою), іншої – навіть не треба і бажати».

Наступному аналізу піддаються кореляції цінності «Пізнання». Звісно, певні кореляції були виключені, тому що є очевидними (наприклад, пізнання та освіта і т. ін.). Виявилось, що при сприйнятті серіальних персонажів пізнання пов’язано з творчістю, самоконтролем, раціоналізмом, вихованістю (можливо, пізнання є «синонімом» освіти, яка передбачає й самоконтроль у навчанні, й вихованість у тому числі). Нам цікаві кореляції між пізнанням як цінністю та ставленням до інших: пізнання корелює з «щастям інших» та «наявністю добрих та вірних друзів». Можливо, ця кореляція відображає християнську мораль щодо того, що шлях пізнання божественної мудрості лежить через добре ставлення до інших: «полюби близького як самого себе», «підстав іншу щоку».

На високому рівні значущості цінність персонажів сучасних серіалів «продуктивне життя» корелює з розвитком, освітою, творчістю персонажа, широтою його поглядів. З продуктивністю пов’язаний раціоналізм, для неї важливі відповідальність, акуратність, вихованість (невихована людина не може бути продуктивною? Можливо, це знов про значущість емоційного інтелекту в сучасному світі). Найбільший інтерес викликає у нас зв’язок продуктивності з щасливим сімейним життям. Можливо, для героїв серіалів щастя в сімейному житті визначається саме продуктивністю їхньої роботи. Непродуктивну людину не будуть кохати близькі! До цього додамо, що треба ще бути визнаним у суспільстві (кореляція, хоча і не значуща, між цінностями «суспільне визнання» і «щасливе сімейне життя»)! Також визначені кореляції між щасливим сімейним життям та ефективністю й акуратністю.

Отже, якщо чоловік не посідає «відповідальної посади», непродуктивний, неефективний і, як наслідок, небагато заробляє, в нього не буде коханої дружи-

ни та дітей. Виходить, сучасні діти засвоюють переконання, що «якщо не досягти успіху в роботі, то сімейне життя буде нещасливим». Хлопчики, таким чином, заганяють себе в глухий кут: або успішний і продуктивний або нещасливий у сім'ї (а не те ж саме батьки вселяють їм, говорячи: «Якщо не будеш вчитися, тебе не будуть любити...»?). А дівчата привчаються оцінювати чоловіка лише за його «продуктивністю» та «ефективністю»: якщо в нього нема грошей, то навіть бачити його не треба – все одно щасливою не будеш. Такий собі стереотип навпаки: «З коханим навіть у курені – рай». Як бачимо, сучасні серіали нав'язують цінності матеріальні – переконання, що успіх та визнання – це все, є успіх – будуть і гроші, і щастя, і любов. Молода людина, націлена лише на успіх та визнання, не буде бачити інших, враховувати побажання партнера, його потреби, що швидше призведе якраз до самотності, а не до щасливого сімейного життя. Виходить, стосунки не є цінністю в серіальній реальності, а отже, діти, що дивляться серіали як губки вбирають такі викривлені потреби і моделі побудови стосунків.

Тому, на наш погляд, цікавим є також аналіз кореляцій між оцінками цінності «щастя інших» як протилежної цінності матеріальному світу. Зауважимо також, що серед цінностей була й така – «матеріальне забезпечене життя», але жодних значущих кореляцій з цією цінністю не виявлено. Отже, зі щастям інших як цінністю пов'язані: вихованість, терпимість, чуйність, а також незалежність, широта поглядів, ефективність у справах, чесність, творчість, акуратність. Отже, виходить, що незалежна, успішна творча людина обов'язково опікується самопочуттям інших, мета її життя – зробити когось щасливим. Чи, може, це той самий успішний чоловік, що обіймає високу посаду, а опікується своєю сім'єю – жінкою та дітьми? Він незалежний, чесний, творчий, ефективний на роботі та чуйний й акуратний вдома. Майже ідеальний чоловік...

При цьому творчість взагалі корелює з чуйністю (можливо, наприклад, художник повинен бути чуйним до навколишнього світу, спостережливим задля успішності у творчості!). Чуйна людина є водночас чесною, ефективною та відповідальною, крім того, вона має широкі погляди. Можливо, мова йде про

таку людину, робота якої пов'язана зі спілкуванням з іншими (пам'ятаємо, що наші «експерти» є психологами та соціологами, тому їхня чуйність є необхідною професійною якістю). Але вони оцінювали героїв телесеріалу! Можемо говорити про емоційний інтелект – звідси й кореляції з широтою поглядів й з відповідальністю, ефективністю. Пропонуємо розглядати інструментальну цінність «чуйність» як рису емоційного інтелекту. А від розвитку емоційного інтелекту залежить те, як герої серіалів ставляться до інших, до близьких, наскільки для них важливим є щастя інших.

Погляньмо, як пов'язані між собою такі, певною мірою протилежні, риси, як ретельність та незалежність. Ми вже стикалися з інструментальною цінністю «незалежність» в обговоренні кореляцій цінностей «мудрість» та «щастя інших». До цього додамо, що «незалежність» корелює зі сміливістю у обстоюванні власних поглядів, думок, твердою волею, самоконтролем (зрозумілі та очевидні кореляції), але крім того – з відповідальністю, ефективністю у справах та раціоналізмом. Тобто незалежна людина – ефективна і відповідальна, і ще – раціональна. Це цікава кореляція, хоча й не така значуща. Виходить, що емоції, відчуття (як протилежні якості «раціоналізму», де розум визнається єдиною основою пізнання та поведінки людей) буде заважати успішності, негативно впливати на незалежність (з цим, можливо, пов'язана й кореляція з самоконтролем – емоціями треба керувати). Вочевидь, з цього виходить, що емоційна людина не може бути незалежною.

Наведемо також кореляції з ретельністю: самоконтроль, знову ж таки раціоналізм (через ці інструментальні цінності незалежність опиняється пов'язаною з ретельністю), терпимість, чуйність. Для ретельного виконання завдання треба бути терплячим і чуйним і водночас добре контролювати емоції та відчуття, не давати їм волі. Іншим дозволено проявляти емоції, ефективній людині – ні. Дуже схоже на виховну стратегію сучасних батьків, яка виражається висловами: «Хлопчики не повинні плакати», «Потерпи, важко в навчанні, легко в бою...» (при цьому, часто такі вислові адресуються як хлопчикам, так і дівчатам). Якщо довго терпіти (батьків – вдома, вчителів – у школі, начальника – на

роботі), контролювати себе, свої емоції, то потім можна самому ставати ефективним начальником та вже бути незалежним. За індивідуалістичної парадигми шкільного навчання, яка змінює радянську колективістську, таким чином впроваджуються певні владні стосунки: виконавець – чуйний до думок та почуттів інших (читай – начальника), але контролює себе, свої почуття, начальник – незалежний та раціональний і теж контролює себе і свої почуття.

До цього додамо також кореляції вихованості з раціоналізмом та самоконтролем. Тепер зрозуміло, що метою виховання, як її бачать герої сімейних гумористичних телесеріалів, є контроль емоцій, відкидання почуттів та відчуттів, тому що розум є джерелом і критерієм істинності всіх життєвих устремлінь людини, раціоналізм – найвища цінність. І лише раціональна людина не тільки буде ефективною, успішною, незалежною, займати відповідальну посаду, й буде сприйматися як вихована. Отже, тут ми бачимо завуальоване зневажання жіночої емоційності, нехтування роллю емоцій та почуттів у житті людини. І саме ці стереотипи нав'язуються сучасним дітям як моделі поведінки у сімейних стосунках.

Нарешті розглянемо місце освіти у системі цінностей героїв сімейних гумористичних серіалів. Отже, раціоналізм визначається освіченістю. Освічена людина – незалежна, ефективна у справах, має широкі погляди, звісно, для неї є важливим самоконтроль, у неї розвинена непримиренність до недоліків у себе та інших. Водночас освічена людина є чуйною і терпимою. Отже, знову бачимо особливості владних стосунків, що ще включають і таку цінність як освіта. До речі, розвиток теж пов'язаний з раціоналізмом, як і пізнання, як цінність, і життєва мудрість.

Спробуймо узагальнити тенденції, що два змогу спостерігати кореляційний аналіз та виділити основні «посили», які можна розглядати як соціальні повідомлення, які діти дошкільного та молодшого шкільного віку отримують із сімейних гумористичних серіалів виробництва Росії:

- нехтування роллю емоцій та почуттів у житті людини; мета виховання – контроль емоцій;

- розум є єдиною основою пізнання та поведінки людей, а отже, й успішності людини, досягнення нею незалежності;

- стосунки та любов не є самостійними цінностями, а залежать від статусу та соціальної успішності людини;

- емоційний інтелект є важливим у сучасному соціумі;

- творчість протиставляється продуктивності, яка в сучасному світі є найважливішою;

- робота може бути цікавою лише у керівника.

*Висновок.* Таким чином, можемо намалювати картину близького майбутнього, коли діти, що нині дивляться сучасні серіали, увійдуть у доросле життя. Це світ звеличення соціальної успішності, світ менеджерів, світ договірних стосунків у сім'ї, побудованих на незалежності подружжя один від одного, в цьому світі творчості, розвитку, пізнанню немає місця. Подальший розвиток алексетимії (якщо дорослі приховують та «зневажають» свої емоції, дитина не зможе опанувати ці знання) пов'язаний зі зростанням ролі емоційного інтелекту як основи спілкування в інформаційну добу.

#### *Література:*

1. *Вознесенська О.Л.* Система ціннісних орієнтацій персонажів сучасних серіалів як чинник формування цінностей дітей та молоді / О. Л. Вознесенська //Наукові студії із соціальної та політичної психології: зб. статей/ НАПН України, Ін-т соціальної та політичної психології; [редакційна рада: М.М. Слюсаревський (голова), В.Г. Кремень, С.Д. Максименко та ін..]. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 32 (35). – С. 294-303.

2. *Вознесенська О.* Спільне медіа-дозвілля родини/ Олена Вознесенська // Психологічні перспективи. – Спец. вип. «Психологія професійної діяльності працівників соціальної сфери». – 2012. – С. 100–110.