

## СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ: НАСЛІДУВАННЯ ПІДЛІТКАМИ МЕДІАПЕРСОН

**Чаплінська Ю. С.,**

*докторант, кандидат психологічних наук,  
старший науковий співробітник лабораторії психології  
масових комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України,  
м. Київ, Україна*

З технологічним розвитком людства процес соціалізації ускладнюється та стає багатокomпонентним. І однією з найбільш виражених особливостей стає те, що поряд з традиційними інституціями соціалізації підлітків (сім'єю, референтними соціальними групами, навчально-виховними закладами, державою, церквою тощо) набуває все більшої сили впливу медіа (особливо мас-медіа). Ольга Петрунко вважає, що медіа не просто набувають статусу альтернативного чинника й інституту соціалізації, але й активно витісняють за межі соціалізаційного процесу традиційні її інституції [1]. Ми з цією думкою погоджуємося, але уточнимо, що в останні роки набуває все більшої популярної парасоціальна теорія, яка подає соціалізацію через призму зв'язку із медіаперсонами.

Саме поняття парасоціальних стосунків (*para* – наближених до соціального) ввели у наукову практику Дональд Хортон та Річард Воль в 1956 році. Вони описали ситуацію, коли у людей, що дивляться телевізор або слухають радіо, виникає ілюзія, ніби вони спілкуються з медіаперсоною особисто (*face-to-face*) [2]. І якщо спочатку парасоціальні стосунки розглядалися як певне сприйняття медіаспоживачами медіаперсон у якості хороших знайомих чи, навіть, близьких друзів, незважаючи на те, що це була опосередкована медіазасобами взаємодія (тобто медіапроживачі могли ніколи не бачити медіаперсон “в живу”), то з часом почали відкриватися різні її аспекти, такі як наслідування, наприклад.

Одним із перших про наслідування підлітками медіаперсонажу із популярного серіалу заговорила Сюзан Мюррей. У її дослідженні онлайн

шанувальників телешоу “My So-Called Life” виявилось, що дівча-підлітки у своєму намаганні стати схожими на головну героїню Анжелу, одягаються так, як вона, фарбували волосся у червоний колір (як у неї) або діяли в такий самий спосіб, як діяла б вона [3].

Підлітки наслідують, переймають і відтворюють ті форм поведінки, що бачать на екрані, оскільки медіаперсони здаються їх успішними, популярними, “класними і крутими”. Підлітки хочуть бути такими як вони, щоб набути зазначених вище якостей. Наслідування виступає механізмом засвоєння соціального досвіду й одночасно засобом формування особистісних властивостей і якостей дитини.

Досліджуючи особливості взаємодії парасоціальних стосунків української молоді, восени 2020 року ми провели опитування серед українських школярів, у якому взяло участь 273 респондентів, віком від 13 до 17 років. Дослідження виявило типи медіаперсон, з якими сучасні діти найбільш схильні формувати парасоціальні стосунки, а саме: музиканти/співаки (36,6%), блогери (16,1%), актори (14,7%), герої мультсеріалів/аніме (10,6%), спортсмени (6,2%), герої серіалів (5,5%), герої художніх фільмів (2,9%) та герої відеоігор (2,6%). Цікавим, на нашу думку, є той факт, що жоден з респондентів не обрав таку категорію, як політики. На питання чи вважають підлітки медіаперсону взірцем для наслідування, позитивно підповіли 54,9% від загальної вибірки; 56% респондентів підтримали твердження “Я вважаю медіаперсону стильною і одягаюся у подібній манері”; українські школярі також вважають, що “Життєва історія медіаперсони надихає і мотивує до дії” (71,8% респондентів погодилися з цим твердженням). Хоча, на відміну від дослідження Мюррей, яка виявила, що опитані намагаються наслідувати головну героїню у дієвій формі, українські підлітки висловили позицію кандинально протилежну твердженню “У скруті, я уявляю як би поводи́ла себе у важких обставинах медіаперсона, і починаю діяти так само” (72,2% респондентів не погодилися

з даним твердженням). Також ми задали досить провокативне питання: “Мені здається безглуздом бажання людей копіювати поведінку, манери або стиль популярних медіаперсон” з яким погодилося лише 35,9% опитуваних.

Ерік Еріксон основне завдання підліткового віку вбачав у самовизначенні: створенні цілісної форми Его-ідентичності (самоідентичності), знаходженні власного “Я” і підлітки часто знаходять для себе образ значимого-іншого, який не просто має авторитет, але й наділений життєвими благами, які цінуються, визнаються оточуючих (увага осіб протилежної статі, чіткі принципи, професійна самореалізація тощо). Наше дослідження підтвердило, що в сучасному, медіатизованому суспільстві таким “взірцями” стають медіаперсони, як реально існуючі люди (музиканти, блогери), так і вигадані персонажі (герої серіалів чи мультфільмів). І діти радо копіюють їх поведінку, манери або стиль, щоб соціалізуватися у суспільство, яке цінує знаменитих і популярних.

### **Література:**

1. Петрунько О.В. Медіасоціалізація, або соціалізація з медіа замість соціалізації з дорослими. Психологічні перспективи: Спеціальний випуск. – Луцьк, 2010. – С. 103-113.
2. Horton D., & Wohl R. R. Mass communication and parasocial interaction. *Psychiatry*, 1956. – № 19. – P. 215-229
3. Murray S. Saving our so-called lives: Girl fandom, adolescent subjectivity, and My So-Called Life. In M. Kinder (Ed.). *Kids' media culture*. Durham, NC: Duke University Press, 1999. – P. 221-235.

Чаплінська, Ю. С. (2020). Соціалізація особистості: наслідування підлітками медіаперсон. В О. І. Власова, Н. М. Дембицька, & Я. Г. Запека (Ред.), *Соціалізація і ресоціалізація особистості в умовах сучасного суспільства*, Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (12-13 листопада 2020 р., Київ) (с. 122-124). Київ: Компринт.