

Вознесенська О. Л. Система ціннісних орієнтацій персонажів сучасних телесеріалів як чинник формування цінностей дітей та молоді / Вознесенська О. Л. ; 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. 294-302. *Стаття в авторській редакції.*

СИСТЕМА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ПЕРСОНАЖІВ СУЧАСНИХ СЕРІАЛІВ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТЕЙ ДІТЕЙ ТА МОЛОДІ

Вознесенська Олена Леонідівна,

канд. психол. н., старший наук. співроб. Інституту
соціальної та політичної психології НАПН України

Стаття містить часткові результати емпіричного дослідження образів персонажів сучасних серіалів, що є основою для соціалізації особистості. Виділені особливості ціннісних орієнтацій чоловічих та жіночих персонажів гумористичного серіалу «Щасливі разом». Зроблено висновок щодо негативного впливу ціннісних орієнтацій, що впроваджуються серіальними персонажами, на формування ціннісної сфери дітей та молоді через медіасоціалізацію. Порушено проблему довготривалих соціальних наслідків моделювання цінностей дітей серіальною телепродукцією.

Ключові слова: медіасоціалізація, серіал, цінності, дитина.

Статья содержит частичные результаты эмпирического исследования образов персонажей, которые являются основой для социализации личности. Выделены особенности ценностных ориентаций мужских и женских персонажей юмористического сериала «Счастливы вместе». Сделан вывод о негативном влиянии ценностных ориентаций, которые вщедряются сериальными персонажами, на формирование ценностной сферы детей и молодежи через медиасоциализацию. Затронута проблема

длительных социальных последствий моделирования ценностей детей сериальной телепродукцией.

Ключевые слова: медиасоциализация, сериал, ценности, ребенок.

The article contains partial results of the empirical study of images of contemporary TV series' characters, which influence personality socialization. Peculiarities of value orientations of male and female characters of the comic series "Happy Together" are identified. It is concluded that value orientations which are implanted by the characters of TV series have negative impact on formation of value sphere of children and young people through mediasocialization. The problem concerned with long-term social consequences of the impact of TV series on kids' values is discussed

Keywords: media socialization, soap opera, values, child.

Актуальність дослідження. В умовах інформаційного суспільства, що швидко розвивається, медіа займають наразі найголовніше місце у процесі соціалізації дітей та підлітків, адже на безпосереднє спілкування у сучасної людини не вистачає особистих ресурсів. Конструювання цінностей, моделей поведінки та спілкування молоді все частіше відбувається під впливом агентів медіапростору. Комерціалізація сучасного телебачення призводить до появи бурхливого потоку сумнівних кінотекстів, низькопробної медіапродукції, тиражуванню гендерних стереотипів.

Процеси розвитку інформаційного суспільства з одного боку, й крах – або, як мінімум, викривлення – сім'ї як інституту розвитку та формування особистості дитини підвищує на сучасному етапі розвитку психологічної науки та суспільно-педагогічної практики актуальність досліджень, пов'язаних з медіапсихологією. Найбільші медіавпливи спостерігаються на маленьких телеглядачів, які володіють невеликою альтернативною інформацією, мають бідний життєвий досвід, підвищену вікову сенситивність до сприймання телеекранних образів як реальних, що обумовлює ефективність формування соціальних настанов і ціннісно-сміслової сфери дитини через медіатексти [1].

Екран як сукупний абстрактний дорослий здійснює «телеекранну соціалізацію» (за визначенням Абраменкової В.В.), породжуючи квазі-стосунки [1]. Крім того, «ми вступаємо в період, новий для історії, коли молодь з її префігуративним схоплюванням ще невизначеного майбутнього наділяється новими правами» [4, с. 321]. Тому не дивно, що дитина молодшого шкільного віку орієнтована на ті моделі спілкування, поведінки, на ті цінності, що вона бачить в телевізорі, а не ті, що пропонує сім'я.

Отже, *метою статті* є презентація результатів дослідження цінностей персонажів сучасних серіалів, що можуть ставати основою формування цінностей дітей та молоді.

Специфіка сприймання екранних образів, за думкою Абраменкової В.В., така, що інформація, що отримується дитиною з екрану, сприймається нею як істина та має надзвичайну силу вселяння і наслідування [1, с. 367]. Дитина хоче бути схожою на персонаж, поводитися як персонаж, та часто вступає в уявне міжособистісне спілкування з персонажем, питає у нього поради, хоче бути часткою його соціального світу, дружити з ним. Ці стосунки викликають почуття близького особистісного та соціального задоволення [3, с. 90].

Вибір феномену телесеріалів в дослідженні обумовлений тим, що цей вид медіапродукції в Україні не розглядався в світлі медіапсихологічного аналізу. Попереднє дослідження довело, що найбільш популярними серіалами, які є спільною медіа-подією багатьох сімей, що виховують дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, є «Щасливі разом», «Татові доньки», «Вороніни» [2]. Як бачимо, всі ці серіали є гумористичними сімейними серіалами. А за оцінками експертів, діти у віці від 5ти до 8ми років відчують задоволення від вербального гумору, це ще більш сильно виражено у дітей 8–12 років. Вибір для дослідження сімей, що виховують дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, обумовлений тим, що саме цей вік (предпубертат) є віком формування ціннісно-сислової сфери та моделей статевої поведінки дитини. В самому загальному виді наше дослідження стосується прогнозування можливих

наслідків впливу ЗМІ на щоденну поведінку дітей та формування ціннісно-сміслової сфери.

Авторська методика експертної оцінки героїв телесеріалів містить семантичний диференціал, оцінку ступеня розвитку у героїв серіалів цінностей та відкриті питання, що стосуються образу тіла персонажа, його одягу, аксесуарів, статусних характеристик, дій, навколишньої обстановки, предметів маніпулювання. Спільно зі Скнар Оксаною Миколаївною, канд. психол. наук, нами були визначені критерії оцінювання серіальних героїв у фокусі аналізу репрезентацій гендерних стереотипів, розроблено методичне забезпечення дослідження. Крім цього, з метою збагачення практики пересічних педагогів дієвими, простими й екологічними засобами підвищення гендерної чутливості, в дослідженні використовувалися інноваційні арт-технології [5].

Зупинимося на методології експертної оцінки цінностей медіа-персонажів. Система ціннісних орієнтацій визначає змістовну сторону спрямованості особистості й становить основу її ставлень до навколишнього світу, до інших людей, до себе самої, основу світогляду і ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції й «філософії життя».

Найпоширенішою в наш час є методика вивчення ціннісних орієнтацій М. Рокича. Автор, як відомо, розрізняє два класи цінностей: термінальні – переконання в тому, що кінцева мета індивідуального існування заслуговує того, щоб до неї прагнути; інструментальні – переконання в тому, що якийсь спосіб дій або властивість особистості є кращою в будь-якій ситуації. Цей розподіл відповідає традиційному розподілу на цінності-цілі й цінності-засоби.

При використанні класичного варіанту методики – ранжування цінностей, аналіз ієрархії цінностей містить також аналіз їхнього групування у змістовні блоки за різними підставами. Так, наприклад, можна виділити «конкретні» і «абстрактні» цінності, цінності професійної самореалізації й особистого життя тощо. Інструментальні цінності можуть групуватися в етичні цінності, цінності спілкування, цінності справи, індивідуалістичні й конформістські цінності, альтруїстичні цінності, цінності самоствердження й цінності прийняття інших,

тощо. Це далеко не всі можливості суб'єктивного структурування системи ціннісних орієнтації. Потрібне вловити закономірність між ранжуванням цінностей. Спеціалісти вважають, що якщо не вдається виявити ні однієї закономірності, можна припустити несформованість у респондента системи цінностей або навіть нещирість відповідей.

Отже, тому що методику ціннісних орієнтацій М.Рокича ми використовували в експертній оцінці ціннісних орієнтацій серіальних чоловіка та жінки, особливу увагу ми приділимо саме закономірностям групування цінностей в змістовні блоки у чоловіків та жінок, а також у окремих героїв серіалу «Щасливі разом», який є найбільш популярним в сучасних сім'ях. В статті ми розглянемо найбільш виражені, за оцінками експертів, цінності героїв сучасних сімейних гумористичних серіалів.

Загалом у трьох серіалах фігурують в головних ролях 8 чоловіків (цих героїв оцінювали 43 % респондентів) та 14 жінок-героїнь, що підлягали оцінці.

Емпіричне дослідження проводилося у грудні 2011 – березні 2012 року. Експертами, які оцінювали серіальних героїв в нашому дослідженні, виступили студенти спеціальності «Психологія» КНУ імені Тараса Шевченка (магістратура, 1й курс), спеціальності «Соціологія» Київського національного університету культури і мистецтв Інституту міжнародних відносин і журналістики (IV курс). На наш погляд, студенти – завтрашні психологи та соціологи – можуть виступати експертами в силу наявності професійних психологічних знань, що забезпечують певну об'єктивність оцінки, в той же час відсутності професійної деформації. З другого боку, молоді люди є більш гнучкими та чутливими до думки, що нав'язується ЗМІ, вони менш піддані соціальним стереотипам, не мають забобонів, їх мислення менш стереотипізоване, а сприймання – більш свіже.

Загальна кількість експертів у нашому дослідженні – 104, серед них переважна кількість жіночої статі – 74 %, що пояснюється переважанням жінок на спеціальностях «психологія» та «соціологія». Гендерна нерівність виборці в

той же час відповідає реальності: споживачами серіалів є, у першу чергу, жінки. Середній вік експертів – 20 років.

Отримані дані піддавалися статистичній обробці (середні значення, факторний аналіз, кореляційний аналіз тощо).

Аналіз даних оцінок якостей серіальних персонажів довів, що сучасний серіальний світ характеризується сильним змішанням ролевих позицій жінки й чоловіка. Факторний аналіз оцінок персонажів сімейних гумористичних серіалів виявив три стереотипних образи, які визначають серіального персонажа: «ненадійна неосвічена людина», «сильна (слабка) особистість», «некрасива людина, що сподівається лише на себе». Основою для стереотипізації є такі якості як освіченість, сила/слабкість особистості, привабливість.

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*. Як ми розуміємо, в сучасному серіальному світі відбувається підміна понять жіночого та чоловічого: якості, найбільш важливі для жінок – чуйність, турбота про інших, емоційність тощо, є призмою, через яку оцінюється чоловік-герой серіалу, а основними якостями серіальної жінки є сила, статус та якості ідеального підлеглого (нагадаємо, що дія серіалів, герої яких піддавалися оцінці, відбуваються переважно вдома!). Таким чином, у дитини формується установка, що головне – це робота, яка є мірою сили, визначає соціальний статус, в залежності від цього дитина починає оцінювати людей (і соціальний світ взагалі) без огляду на їх особистісні якості та взаємодію з іншими.

Зрозуміло, що стереотипні образи є спрощеними, плоскими, без різноманіття відтінків, що притаманні реальним людям. Типові стереотипні серіальні образи, що є основою гендерної соціалізації дитини молодшого шкільного світу зводяться до таких: чоловічі – «*Грубий неосвічений мужик*»,

«Слабкий чоловік», «Холодний чоловік», та жіночі – «Слабка жінка», «Статусна жінка», «Поступлива жінка».

На жаль, обмеження обсягу статті не дозволяють нам представити всі результати дослідження. В цьому тексті ми більш детально зупинимося на результатах оцінки та факторного аналізу оцінок вираженості цінностей героїв серіалів задля виділення особливостей ціннісних орієнтацій персонажів, що транслюються серіальною реальністю, з метою визначення їх емоційно-оцінної забарвленості й ступеню привабливості та впливу на формування ціннісно-сміслової сфери дітей та молоді.

При аналізі отриманих результатів нас цікавили ті цінності, які отримали максимальні та мінімальні бали за оцінками експертів. Порівняємо результати в гендерному контексті.

Серед загальних результатів треба відмітити, що оцінки вираженості цінностей у жінок майже завжди вище ніж оцінки вираженості цінностей у чоловіків-героїв серіалу. Виключення складають цінності: цікава робота, наявність добрих та вірних друзів, розвиток, розваги (термінальні цінності) та терпимість (до поглядів, думок інших, вміння прощати іншим їхні помилки і омани – інструментальна цінність). З цього можна зробити висновок, що саме жінки у серіалах є носіями та глашатаями цінностей, а життєві завдання чоловіків – власний розвиток (особистий та професійний) та розваги з друзями. Крім того, зауважимо, що чоловікам властива така якість, що частіше визнається як жіноча – терпимість.

Розглянемо спочатку окремо цінності серіальних чоловіків. Серед тих, що були найбільш високо оцінені експертами у чоловіків-героїв серіалів – переважно цінності-цілі (цінності розташовані у порядку зменшення вираженості за оцінками експертів): розваги, здоров'я, активне діяльне життя, любов, матеріальна забезпеченість, щасливе сімейне життя. Лише один спосіб дій є для серіальних чоловіків найкращим в усіх ситуаціях – життєрадісність. Отже, девіз серіального чоловіка – «посміхнися, і отримаєш все»: задоволення, гроші, жінок, щастя, енергію, навіть сім'ю. Невже для досягнення всього цього

треба лише посміхатися та радіти життю, сприймати світ та самого себе з гумором? Саме це засвоюють діти із таких серіалів: нічого не треба робити, щоб отримати те, що прагнеш.

Поглянемо, які **цінності** є найважливішими для **жінок-героїнь серіалів**. Отже, чоловіки хочуть проводити своє життя в розвагах та на відпочинку, в приємних почуттях, любові та щасті у сім'ї, а для жінок – навпаки – важливим є розвиток, кар'єра, освіта (крім сімейного щастя, носіями якого як цінності традиційно є жінки). Перший блок цінностей, найбільш виражених у жінок-персонажів серіалів, пов'язаний з **вольовими якостями**, це цінності-засоби самоствердження: впевненість у собі, сміливість у відстоюванні власної думки, поглядів, незалежність, тверда воля, непримиренність до своїх недоліків та недоліків інших, вони поєднані з цінностями цілями – свободою та активним діяльним життям.

Жінки також опікуються своїм здоров'ям та щасливим сімейним життям, для них важливим є й матеріальне благополуччя (цінності-цілі **особистого життя**). Але задля цього вони розвивають у собі якості доброго **виконавця** – акуратність, вихованість, дисциплінованість (цінності-засоби). Поза увагою жінок-персонажів не залишаються й розваги та любов. Тобто вони є переважно є **підлеглими з високими домаганнями**, що дозволяє їм отримувати те, до чого вони прагнуть.

Як бачимо, якщо чоловік лише посміхається та одразу ж отримає все, то жінці треба потрудитися для досягнення своїх цілей, отримати виховання, навчитися бути сміливою і незалежною, важко працювати над власними недоліками. Отже, вважаємо, що це – **гендерний стереотип**, що впроваджується в нашому суспільстві вже багато десятиліть. Мати каже дівчинці: «Треба працювати, треба досягти успіху, тоді на тебе зверне увагу достойний чоловік». Це, мабуть, було актуально в першому поколінні після великої вітчизняної війни, коли чоловіків було менше. Так і зараз: чоловіки цінуються більше ніж жінки (й на роботі, й в сім'ї серед дітей). Цей стереотип несвідомо батьки передають дітям. А джерело його виникнення ще в минулих

століттях, коли хлопчик ставав опорою батьків у старості, а дівчинка виходила заміж й залишала батьківський дім. Цей стереотип живе до сіх пір.

Якщо коротко зупинитися окремо на цінностях головних персонажів серіалу «Щасливі разом», то бачимо, що головний герой *Гена* найбільш цінує свободу, розваги та здоров'я (індивідуалістичні цінності), про нього можна сказати, що він намагається стати «легким чоловіком». Серед засобів досягнення цих цілей він спирається на життєрадісність, сміливість у відстоюванні власних поглядів, тверду волю, незалежність – як бачимо, традиційно чоловічі якості (і теж індивідуалістичні цінності). Найменш він прагне цінностей, що можна об'єднати в групу «розвиток особистості», а серед засобів досягнення цілей він не користується тими, що можна об'єднати під загальною назвою «дбайливе ставлення до інших». Для нього також неважливою є ефективність в справах.

Дашу – дружину Гени – теж по-перше всього цікавить розваги, впевненість у собі, свобода, здоров'я, але для неї також є важливими щасливе сімейне життя, любов, активне життя. Вона прагне досягти цього за допомогою життєрадісності, твердої волі, сміливості в відстоюванні своїх поглядів, високих запитів до життя (домагань) та незалежності. Але виникає питання, як любові та щасливої сім'ї можливо досягти твердою волею та незалежністю? Даша також як й Гена не цікавиться розвитком себе, й відкидає такі шляхи досягнення своїх цілей як відповідальність, раціоналізм, вихованість, широта поглядів.

Син Даші та Гени – *Рома* – взагалі отримав усі оцінки нижче середніх, причому ці оцінки цінностей мають невеликий розкид: найнижчу з них отримала цінність «щастя інших», найвищу – звісно, «розваги». До цього слід додати, що при ранжуванні найбільша кількість цінностей-цілей отримала найменші балі, а цінності-засоби – відносно більші. Крім розваг, Рома цінить активне діяльне та продуктивне життя, свободу, здоров'я, а задля досягнення цього вважає важливим як й його батько – життєрадісність, а крім цього – самоконтроль, раціоналізм, відповідальність. Рома виявляється більш

серйозним та цілеспрямованим ніж його батьки, він готов працювати, прагнучи досягти цілей.

Света – сестра Роми – теж прагне розважатися! Причому в найбільшій мірі, порівняно з всією своєю сім'єю. Їй також притаманні цінності свободи, впевненості у собі, здоров'я, вона цінує активне діяльне та продуктивне життя і любов. Але як вона буде до цього прагнути, крім використання природньої життєрадісності? Для неї є також важливими високі запити, намагання, а інші цінності-засоби Світлани отримали в оцінках експертів дуже низькі оцінки.

Сусіди родини Букіних – **Олена** та **Толік** – теж є цікавими персонажами для оцінки цінностей, тому що дещо відрізняються від Букіних – в них найбільш цінною річчю є не розваги! Розпочнемо с Толіка. Найбільшою цінністю для нього є **матеріальний добробут**, а лише потім – розваги. Він також цінує любов, щасливе сімейне життя та здоров'я. Задля досягнення цього він використовує вихованість, життєрадісність, акуратність, терпимість, чуткість, дисциплінованість, в нього також високі запити до життя. Отже, «вихований і слухняний хлопчик» Толік буде завжди жити добре. В нього єдиного серед героїв цього серіалу ми спостерігаємо високі оцінки цінностей спілкування та прийняття інших.

Серед усіх персонажів серіалу «Щасливі разом» Олена отримала максимальні оцінки порівняно з іншими по більшості цінностей. Дружина Толіка також цінує матеріальний добробут поза усе. Але для неї крім цього важливі й активне та продуктивне життя, і ефективність в справах, і цікава робота, і любов, і щасливе сімейне життя, і навіть – у єдиної героїні цього серіалу – освіта. В неї високі запити, і вона цінує акуратність, незалежність, вихованість, дисциплінованість, раціоналізм та відповідальність. Олена наділена цінностями й професійної самореалізації й особистого життя, використовує індивідуалістичні цінності та цінності справи і самоствердження.

Отже, якщо узагальнити отримані дані, стає зрозумілим, що саме Олена – найбільш відрозливий персонаж, над яким сміються усі інші – є носієм цінностей. Букіни на перше місце ставлять лише розваги, для них важливою є

життєрадісність, а їхні сусіди прагнуть матеріального добробуту перш за все. Отже, дитині молодшого шкільного віку, що дивиться цей серіал засвоює: треба веселитися, гуморити, насміхатися над іншими – бо це найвища цінність, а ще важливо мати багато грошей, тоді можна буде купити ще більше розваг! Але для добробуту та розваг не треба вчитися, не треба працювати, треба лише мати високі запиту до життя та бути слухняним, і в той же час – незалежним, індивідуалістом. Картинка, що ми намалювали, показує, що дитину вчать скидати авторитети, слухати лише себе. До цього додамо, що ті, хто є носієм великої кількості цінностей – викликають відразу.

Наступним кроком обробки первинних даних був зроблений факторний аналіз експертних оцінок цінностей героїв серіалів. Було отримано 3 фактори, що пояснювали взагалі більше 60 % дисперсії.

Перший фактор отримав назву «*Цінності інтелігента*». До нього увійшли цінності-цілі, пов'язані з «освітою та розвитком себе» з найбільшим факторним навантаженням (наприклад, освіченість, широта поглядів, пізнання, творчість тощо), цінності-засоби, пов'язані з діловими якостями (відповідальність, вихованість, ефективність у справах, дисциплінованість, самоконтроль тощо), та дбайливе ставлення до інших (чуйність, терпимість, щастя інших). Це ті засоби, які спрямовані на досягнення розвитку, отримання цікавої роботи, що приносить щастя іншим, людини творчої, яка проживає продуктивне життя, цінує красоту природи та мистецтва, володіє життєвою мудрістю.

Другий фактор презентує нам цінності *компанійської людини*, що дуже полюбляє розваги, має багато друзів, щасливої у сім'ї, що досягла суспільного визнання. Це, на відміну від попереднього дуже серйозного і відповідального образу, весела людина. Але як досягти визнання та любові друзів, якщо не має відповідальності, дисциплінованості, якщо не прагнути розвитку? Звернемо увагу, що серед цінностей-засобів лише одна – життєрадісність, як у Гени Букіна. Мабуть, все ж таки для того, щоб тебе любили друзі, сім'я, розважатися

та бути визнаним достатньо лише почуття гумору та вміння сміятися над собою та вірити у світле майбутнє...

В третьому факторі ми знов бачимо на перших місцях за факторним навантаженням цінності-засоби, які притаманні жінкам-героїням серіалів, і Даші Букіной зокрема: тверда воля, сміливість у відстоюванні власних поглядів, думок, незалежність. Завдяки цьому досягається впевненість у собі, свобода, оволодіння життєвою мудрістю. Навіть без роботи над собою не обходиться – потрібна непримиримість до недоліків у себе та в інших. Отже, цей **фактор цінностей впевненої, вільної людини**. Скоріше за все ця людина самодостатня, оскільки в фактор не увійшла жодна цінність, пов'язана зі стосунками з іншими, увагою і дбайливим ставленням до них. Інші повинні лише відтіняти власне Я: в них повинні бути недоліки, до яких можна бути непримиримим, перед кимось треба відстоювати власні думки, настоювати на своєму та не відступати, і незалежність в судженнях і вчинках може проявлятися лише на фоні впливів інших.

Висновки. Таким чином, 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»*.

І постає питання, до чого дійде наше суспільство за умови впливу таких викривлених серіальних ціннісних орієнтацій, що впливають на формування ціннісно-сміслової сфери дитини? Ті діти, які зараз засвоюють ці серіальні цінності через кілька років будуть будувати власні стосунки, формувати сім'ї та виховувати дітей. Чи можемо ми довірити сучасним серіалам соціалізацію дитини? Діти дивляться гумористичні серіали і будуть дивитися надалі, несвідомо засвоюючи гендерні стереотипи та усмоктуючи серіальні цінності.

Медіа є нашою реальністю, від цього не заховаєшся. Але в силах батьків допомогти обрати дитині медіатекст задля розваг і задоволення. На наш погляд, єдиною відповіддю на всі ці питання є медіаосвіта – формування

медіакомпетентності, і не лише підростаючого покоління, а й їхніх батьків, які сьогодні заохочують дитину до медіасоціалізації, несвідомо віддаючи медіа перше місце і в своєму житті.

Література:

1. *Абраменкова В.В.* Социальная психология детства: Учебное пособие. – М.: ПЕР СЭ, 2008. – 431 с.
2. *Вознесенська О.Л.* Спільне медіа-дозвілля родини// Психологічні перспективи. – Спеціальний випуск «Психологія професійної діяльності працівників соціальної сфери». – 2012. – С. 100-110.
3. *Лемши Д.* Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей/ Пер. с англ. С.Д. Грековой // – М.: Поколение, 2007. – 304 с., с. 90
4. *Мид М.* Культура и мир детства: Изб. произв. /Пер. с англ. и коммент. Ю.А. Асеева. – М.: Наука, 1988. – 429 с., с. 321

Скнар О.Н. Коллаж в арт-терапевтической работе с темой «Мужчина и Женщина» / Скнар Оксана // Простір арт-терапії : [Зб. наук. статей]. – К. : Міленіум, 2008. – Вип. 2 (4). – С. 119–128.