

**Міністерство освіти і науки України**  
**Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана**  
**Франка**  
**кафедра соціальної педагогіки та корекційної освіти**

«До захисту допускаю»

Завідувач кафедри соціальної педагогіки  
та корекційної освіти  
кандидат педагогічних наук, доцент

\_\_\_\_\_ Алла РЕВТЬ  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2026 р.

**СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА РОБОТА ЩОДО**  
**ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗМІ**  
**НА ДІТЕЙ ТА МОЛОДЬ**

**Спеціальність 231 Соціальна робота**  
**галузі знань 23 Соціальна робота**

Бакалаврська робота  
на здобуття кваліфікації – «Бакалавр з соціальної роботи за  
спеціалізацією  
соціальна педагогіка»

**Автор роботи Василь КІДОНЬ** \_\_\_\_\_

*підпис*

**Науковий керівник кандидат педагогічних**  
**наук,**

**доцент Ігор ГРИНИК** \_\_\_\_\_

*підпис*

**Дрогобич, 2026**



## АНОТАЦІЯ

У бакалаврській роботі розглядається вплив сучасних засобів масової комунікації на процес соціалізації особистості, показується їхня роль у формуванні інформаційно-комунікативних потреб дітей, підлітків та молоді. Проблема негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків є актуальною темою наукових досліджень. У контексті нашого бакалаврського дослідження визначено, що негативний вплив засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків являє собою процес трансляції ЗМІ інформації, що детермінує заподіяння шкоди розвитку особистості, деформацію соціальних зв'язків підлітків, а також формування різних форм поведінки, що відхиляється від загальноновизнаних норм. У роботі структурно систематизовано основні ознаки негативного впливу ЗМІ на процес соціалізації дітей, підлітків та молоді, а також узагальнено критерії оцінки ефективності діяльності соціального педагога, зокрема, щодо подолання даного явища. Також висвітлено розширення можливостей інформаційно-комунікаційних технологій, що підвищує значення медіакомпетентності та факторів, які її забезпечують, у зв'язку з чим уточнюється зміст понять «медіаосвіта», «медіакритика», «медіапросвіта», що дозволяє точніше диференціювати їхній зміст, властиві їм завдання та сфери взаємодії.

## **ABSTRACT**

This bachelor's thesis examines the impact of modern mass media on the process of socialization and highlights their role in shaping the informational and communicative needs of children, adolescents, and young adults. The issue of the negative impact of the media on the socialization of adolescents is a topical subject of scientific research. In the context of our bachelor's research, it has been determined that the negative influence of the media on the socialization process of adolescents is a process whereby the media transmits information that causes harm to personal development, distorts adolescents' social relationships, and fosters various forms of behavior that deviate from generally accepted norms. The paper systematically organizes the main characteristics of the negative impact of the media on the socialization process of children, adolescents, and youth, and summarizes the criteria for evaluating the effectiveness of a social educator's work, particularly regarding the mitigation of this phenomenon. It also highlights the expanding capabilities of information and communication technologies, which increase the importance of media literacy and the factors that support it, in connection with which the content of the concepts of "media education," "media criticism," and "media literacy" is clarified, allowing for a more precise differentiation of their content, inherent tasks, and spheres of interaction.

## Зміст

Вступ.....	5
<b>Розділ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ ЗМІ НА ДІТЕЙ ТА МОЛОДЬ .....</b>	<b>9</b>
1.1. Можливості впливу ЗМІ на виховання та соціалізацію дітей та молоді.....	9
1.2. Проблема негативного впливу змі на соціалізацію дітей, підлітків та молоді.....	15
1.3. Негативний вплив ЗМІ на суїцидну поведінку неповнолітніх.....	19
1.4. Формування інформаційно-комунікаційних потреб дітей та підлітків за допомогою засобів масової комунікації як інституту соціалізації.....	24
<b>РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ЗМІ НА ДІТЕЙ ТА МОЛОДЬ.....</b>	<b>29</b>
2.1. Дослідження впливу засобів масової інформації на формування духовних та моральних цінностей молоді.....	29
2.2. Медіаосвіта, медіапросвіта, медіакритика як чинники формування медіакомпетентності дітей та молоді.....	34
<b>Висновки.....</b>	<b>40</b>
<b>Список використаної література.....</b>	<b>41</b>

## Вступ

У XXI столітті засоби масової комунікації є невід'ємною частиною повсякденного життя мільйонів людей, впливаючи на їхній настрій, установки та світогляд. На сучасному етапі розвитку суспільства масова комунікація стала необхідним елементом взаємодії людей, груп, інститутів, держав, у ході якої здійснюється передача інформації, цінностей, оцінок, значень, почуттів тощо за допомогою численних джерел: радіо, телебачення, преси, глобальної мережі Інтернет. Тому безпосереднє особистісне спілкування відходить на другий план, а інформаційна взаємодія з навколишнім середовищем стає для молодого людини одним із найважливіших факторів становлення та розвитку її як особистості. Таким чином, для сучасного підростаючого покоління різко зросла значущість ЗМІ.

Досліджуючи ступінь впливу засобів масової комунікації на суспільство, слід виділити дітей молодь як особливу соціально-демографічну групу, оскільки на відміну від інших вікових груп представники цієї групи перебувають на стадії становлення та пошуку власного «Я». Слід розуміти, що свобода ЗМІ стає корисною для розвитку суспільства лише тоді, коли вона поєднується з відповідальністю. Відповідальність ЗМІ проявляється, насамперед, у екологічності тієї інформації, яку вони створюють і поширюють. Проте, багато дослідників відзначають негативний вплив сучасних ЗМІ на молодіжну аудиторію, які транслюють досить великий потік насильства, агресії, еротики та безтурботного способу життя.

Аналізу різних аспектів впливу ЗМІ на формування особистості присвячена ціла низка публікацій. Зокрема, аналіз теоретичних та методологічних засади функціонування ЗМІ, цінності у масовій комунікації, у своїх працях досліджує Н.В. Костенко, Л. В. Губерський, В. А. Вергун, В.

Ф. Іванов, А. З. Москаленко та ін. вивчають особливості діяльності ЗМІ, зокрема в українських реаліях, місце та роль мас-медіа. У дослідженнях В.Ю. Степанова висвітлюються позитивні та негативні аспекти впливу засобів масової інформації, передусім, на молоде покоління. М. М. Матвійчук у своїх роботах представив дослідження організації медіаосвіти в соціально-педагогічній сфері.

Аналіз літератури дозволяє стверджувати, що проблеми соціального виховання молоді засобами рекламних технологій аналізуються у працях О. Бугайова, Н. Лисиці, Т. Лобойко, Л. Березовець, О. Грабчак.

**Об'єкт дослідження** – соціально-педагогічна робота з дітьми та молоддю.

**Предмет дослідження** – попередження та подолання негативного впливу ЗМІ на дітей та молодь у роботі соціального педагога.

**Метою роботи** є аналіз впливу засобів масової інформації на соціальне виховання особистості.

Завдання роботи:

– охарактеризувати можливості впливу ЗМІ на виховання та соціалізацію дітей та молоді;

– проаналізувати проблему негативного впливу змі на соціалізацію дітей, підлітків та молоді та негативного впливу ЗМІ на суїцидну поведінку неповнолітніх;

– окреслити формування інформаційно-комунікаційних потреб дітей та підлітків за допомогою засобів масової комунікації як інституту соціалізації;

– обґрунтувати практичні аспекти вивчення впливу засобів масової інформації на формування духовних та моральних цінностей молоді;

– окреслити шляхи використання медіаосвіти та формування медіаграмотності як способу підвищення особистістю культури користування ЗМІ.

**Методи дослідження:**

- *теоретичні* (вивчення та аналіз наукової літератури з проблеми дослідження, соціально-педагогічного досвіду);
- *емпіричні* (опитування та анкетування, порівняння, узагальнення).

**Теоретична значущість дослідження** полягає в обґрунтуванні можливостей соціально-педагогічної роботи з дітьми та молоддю щодо попередження негативного впливу засобів масової інформації на формування особистості та пошуку дієвих шляхів практичного втілення формування культури користування медіа.

**Практичне значення дослідження.** Теоретичні положення дослідження, фактичний матеріал і пропозиції можуть бути використані під час написання курсових і магістерських робіт; у практичній діяльності соціальних педагогів.

**Методи дослідження:** аналіз соціологічної, науково-педагогічної, психологічної літератури, монографій, підручників; ранжування, систематизація, класифікація, узагальнення соціально-педагогічних явищ та фактів; аналіз, синтез, порівняння.

**Структура роботи:** бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменування), додатків. Загальний обсяг роботи – 44 сторінок, з них основного тексту – 44 сторінок.

## **Розділ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ ЗМІ НА ДІТЕЙ ТА МОЛОДЬ**

### **1.1. Можливості впливу ЗМІ на виховання та соціалізацію дітей та молоді**

Виховання людини, що зростає, формування розвиненої особистості є одним із головних завдань сучасного суспільства. Подолання відчуження людини від її справжньої сутності, формування духовно розвиненої особистості в процесі історичного розвитку суспільства не відбувається автоматично. Воно вимагає зусиль з боку людей, і ці зусилля спрямовуються як на створення матеріальних можливостей, об'єктивних соціальних умов, так і на реалізацію нових можливостей для духовно-морального вдосконалення людини, що відкриваються на кожному історичному етапі. У цьому двоїстому процесі реальна можливість розвитку людини як особистості забезпечується всією сукупністю матеріальних і духовних ресурсів суспільства.

Однак наявність об'єктивних умов сама по собі ще не вирішує завдання формування розвиненої особистості. Необхідна організація систематичного процесу виховання, що ґрунтується на знанні та врахуванні об'єктивних закономірностей розвитку особистості, який слугує необхідною та загальною формою цього розвитку. Важливо враховувати всі фактори впливу на розвиток особистості, у тому числі й фактори впливу засобів масової інформації.

Діти та підлітки постійно залучені до тих чи інших форм суспільної практики; і якщо відсутня її спеціальна організація, якщо відсутній планомірний позитивний вплив з боку факторів впливу, то виховний вплив на дитину чинять існуючі, традиційно сформовані її форми, результат дії яких може виявитися суперечливим щодо цілей виховання .

Історично сформована система виховання забезпечує засвоєння дітьми та підлітками з навколишніх факторів впливу, із засобів масової інформації певного кола здібностей, моральних норм і духовних орієнтирів, що відповідають вимогам конкретного суспільства, але поступово засоби та способи організації стають непродуктивними.

І якщо даному суспільству потрібне формування у дітей нового кола здібностей і потреб, то для цього необхідне перетворення системи виховання, здатної організувати ефективне функціонування нових форм виробничої діяльності. Розвивальна роль системи виховання, роль виховного впливу засобів масової інформації при цьому виступає відкрито, стаючи об'єктом спеціального обговорення, аналізу та цілеспрямованої організації [12].

Формування людини як особистості вимагає від суспільства постійного та свідомо організованого вдосконалення системи суспільного виховання, подолання застарілих, традиційних, стихійно сформованих форм. Така практика перетворення сформованих форм виховання немислима без опори на науково-теоретичні психологічні знання закономірностей розвитку дитини в процесі онтогенезу, бо без опори на таке знання існує небезпека виникнення волюнтаристського, маніпулятивного впливу на процес розвитку, спотворення його справжньої людської природи, техніцизму в підході до людини.

Під вихованням розуміється цілеспрямований розвиток кожної людини, що зростає, як неповторної людської індивідуальності, забезпечення зростання та вдосконалення моральних і творчих сил цієї людини, через побудову такої суспільної практики, в умовах якої те, що у дитини перебуває в зародковому стані або поки що лише становить можливість, перетворюється на дійсність [14].

Тільки в соціальному середовищі в процесі цілеспрямованого виховання відбувається дієве вироблення програм соціальної поведінки

людини, формується людина як особистість. Причому соціальна обумовленість розвитку особистості носить конкретно-історичний характер.

Однак соціально-історичне формування особистості не є пасивним відображенням суспільних відносин. Виступаючи і суб'єктом, і результатом суспільних відносин, особистість формується через свої активні суспільні дії, свідомо перетворюючи як навколишнє середовище, так і саму себе в процесі цілеспрямованої діяльності. Тут набуває особливого значення підвищення інтерактивності засобів масової інформації (від друкованих засобів масової інформації, від радіо, телебачення, до інтернету).

Саме в процесі цілеспрямовано організованої діяльності формується в людині найважливіша, що визначає її як розвинену особистість, потреба в благо іншої людини.

Особливу роль у вихованні відіграє мистецтво, яке в емоційно-образній формі відображає різні види людської діяльності та розвиває здатність творчо перетворювати світ і самого себе.

Цілеспрямоване формування особистості людини передбачає її проектування, але не на основі загального для всіх людей шаблону, а відповідно до індивідуального для кожної людини проекту, що враховує її конкретні фізіологічні та психологічні особливості.

Зростання кола потреб, закон підвищення потреб, розвиток потребнісно-мотиваційної сфери визначають характер формування конкретних рис і якостей особистості.

До таких конкретних рис особистості, що формуються в процесі виховання, належать: відповідальність і почуття внутрішньої свободи, почуття власної гідності (самоповага) та повага до інших; чесність і совісність; готовність до соціально необхідної праці та прагнення до неї; критичність і переконаність; наявність твердих, таких, що не підлягають перегляду, ідеалів; доброта і строгість; ініціативність і дисциплінованість;

бажання і (вміння) розуміти інших людей та вимогливість до себе й інших; здатність розмірковувати, зважувати та воля; готовність діяти, сміливість, готовність йти на певний ризик та обережність, уникнення непотрібного ризику. І на виховання всіх цих сторін особистості, так чи інакше, можуть впливати не тільки сім'я, люди, що оточують дитину, педагоги, а й засоби масової інформації [17, с. 70].

Названий ряд якостей не випадково згруповано попарно. Цим підкреслюється, що немає якостей «абсолютних». Найкраща якість має врівноважувати протилежну. Кожна людина зазвичай прагне знайти соціально прийнятну та оптимальну саме для нього міру співвідношення цих якостей у своїй особистості. Лише за таких умов, знайшовши себе, сформувавшись і ставши цілісною особистістю, він здатний стати повноцінним і корисним членом суспільства.

Одне з центральних завдань виховання полягає в тому, щоб сформувати у підростаючої людини гуманістичну спрямованість особистості. Це означає, що в мотиваційно-потребовій сфері особистості суспільні спонукання, мотиви соціально корисних видів діяльності повинні стійко переважати над егоїстичними мотивами. Що б не робив, про що б не думав підліток, у мотив його діяльності має входити уявлення про суспільство, про іншу людину. І тут знову-таки величезну роль відіграють засоби масової інформації. Саме вони, найчастіше в художній, наочній формі, здатні часом донести до дитини ті ідеали гуманізму, які дуже складно пояснити не тільки родині, але й досвідченому педагогу.

Іншим надзвичайно важливим завданням виховання підростаючого покоління є формування у них стійких навчально-пізнавальних інтересів. Повноцінне виховання передбачає розвиток у дітей пізнавальної потреби, спрямованої не лише на зміст шкільних навчальних предметів, а й на всю навколишню дійсність. Дитина повинна на власному досвіді переконатися, що світ пізнаваний, що людина, тобто вона сама, може відкривати закони,

які керують навколишнім світом, передбачати події та перевіряти, чи відбудуться вони насправді, знаходити єдину приховану основу, здавалося б, різнорідних явищ. Ця радість пізнання, радість власної творчості перетворює початкову цікавість на допитливість, властиву дитині, робить її більш стійкою. Допитливість потім конкретизується, зосереджуючись на тій чи іншій галузі дійсності, тобто починає стосуватися того чи іншого навчального предмета (циклу предметів — природничо-наукового, гуманітарного тощо). І тут велике значення мають засоби масової інформації, що володіють високим і досі повністю не розкритим потенціалом наочності, мають можливості зробити вивчення того чи іншого, навіть, на перший погляд, «сухого» теоретичного питання, цікавим і захоплюючим.

Людина входить у життя як цілісний феномен. Життєва діяльність людини завжди несе на собі відбиток рівня її розвитку як особистості у всій її різнобічності. Життєва позиція особистості формується сукупністю усіх соціальних впливів на людину, і, насамперед, системою суспільного виховання, невід'ємною частиною якої сьогодні, безсумнівно, є й засоби масової інформації [19].

Становлення особистості відбувається в процесі засвоєння людьми досвіду та ціннісних орієнтацій даного суспільства, що називається соціалізацією. Людина вчиться виконувати особливі соціальні ролі, тобто вчиться поводитися відповідно до ролі дитини, студента, службовця, подружжя, батька тощо. При цьому дитина сприймає ті чи інші ролі не тільки з навколишнього життя, а й із засобів масової інформації. І тут важливо, наскільки точно і правильно будуть донесені до підлітка ті чи інші рольові орієнтири.

Саме в підлітковому віці, коли дитина починає користуватися джерелами ЗМІ, призначеними не тільки для дітей, коли на неї починають чинити особливий вплив матеріали ЗМІ, призначені для дорослої аудиторії

і тим самим привабливі для підлітка, зростає роль засобів масової інформації в соціалізації особистості.

Виступаючи і суб'єктом, і результатом суспільних відносин, особистість формується через її активні суспільні дії, свідомо перетворюючи і навколишнє середовище, і саму себе в процесі цілеспрямованої діяльності.

Саме в процесі цілеспрямовано організованої діяльності у людини формується найважливіша потреба в благополуччі іншої людини, яка визначає її як розвинену особистість.

Цілеспрямоване формування особистості людини передбачає її проектування, але не на основі загального для всіх людей шаблону, а відповідно до індивідуального для кожної людини проекту, що враховує її конкретні фізіологічні та психологічні особливості. Точно так само і засоби масової інформації при сприйнятті підлітком можуть дати абсолютно різні орієнтири розвитку, залежно від виховання, закладеного в дитині з самого раннього дитинства [19, С. 329].

Сучасні засоби масової інформації сьогодні є домінуючими і здатні чинити величезний вплив на формування думки, способу життя, моди та стандартів споживання підлітків.

Дитина, яка проводить багато часу у віртуальному світі, стикаючись із реальним світом, неминуче вступає з ним у конфлікт. Цей світ не відповідає тій моделі, яка вже закладена в її підсвідомості.

Дитина чи підліток, окрім агресії, страху, відвертого антиестетизму, отримує хибну і дуже небезпечну інформацію про устрій світу. У його підсвідомості міцно закріплюється ідея про відсутність світового порядку як такого, про відсутність у світі добра. У результаті діти, не навчені тому, як поводитися в цьому світі, втрачають будь-яку здатність проявляти доброту.

## **1.2. Проблема негативного впливу змі на соціалізацію дітей, підлітків та молоді**

Соціалізація особистості є багатофакторним і довготривалим явищем, на яке впливають різні агенти соціалізації. Одним із таких агентів у добу штучного інтелекту та цифровізації всіх сфер життя, безперечно, є засоби масової інформації. Однак, незважаючи на зовнішню інформаційну користь, закладену в основу маркетингу, деякі сучасні ЗМІ можуть чинити й цілком відчутний негативний вплив своїм контентом, тим самим деформує особистісні цінності неповнолітніх та популяризуючи патерни асоціальної поведінки. Низка ЗМІ тиражує контент, що пропагує жорстокість, нетерпимість, демонстрацію антисуспільної поведінки заради «популярності» та кількості переглядів у статистичних звітах соціальних мереж.

З огляду на зазначену проблематику особлива увага приділяється розробці та впровадженню заходів у системі освіти всіх рівнів, спрямованих на запобігання негативному впливу ЗМІ на процес соціалізації дітей, підлітків та молоді. Проблема негативного впливу ЗМІ на процес соціалізації неповнолітніх є не суб'єктивною оцінкою деяких аспектів їхньої діяльності, а предметом ретельного вивчення в сучасних дослідженнях.

Цифрова трансформація суспільства призвела до активного поширення у всіх сферах засобів масової інформації, які, як уже зазначалося, мають істотний вплив на процес соціалізації неповнолітніх. Якщо звернутися до ретроспективи досліджень, присвячених науковому обґрунтуванню впливу ЗМІ на соціалізацію, то перші роботи датуються початком ХХІ століття, що зумовлено історичним періодом складних економіко-політичних трансформацій та докорінних змін у житті суспільства [28].

Аналіз наукових досліджень Я. Шугайло дав змогу узагальнити деякі негативні аспекти цього впливу, серед яких:

- деформація ціннісних орієнтацій підлітків під впливом «кліпової» та беззмістовної інформації, а також реклами;
- домінування серед рекламного контенту дорослої тематики та відсутність цілеспрямованої інформації для дитячо-підліткової аудиторії;
- переважання ідеології несправжніх цінностей над істинними, спрямованими на формування у підростаючого покоління загальнолюдських цінностей, заснованих на альтруїзмі, активності, відповідальності тощо [33].

Таким чином, зазначені проблемні аспекти негативного впливу ЗМІ на процес соціалізації дітей, підлітків та молоді є вагомим чинником, що детермінує необхідність активізації ресурсів усіх інститутів соціалізації для протистояння їм. Поряд із зазначеними проблемами сучасні підлітки перебувають у полі «інформаційної війни», яка активно нав'язується західними ЗМІ, що також актуалізує необхідність формування ціннісної системи та критичної оцінки інформації, що надходить із ЗМІ.

Підсумовуючи сказане, можна узагальнити поняття «негативний вплив ЗМІ на процес соціалізації підлітків», під яким слід розуміти процес поширення інформації, що деструктивно впливає на формування ціннісних орієнтацій сучасних підлітків та побудову ними просоціального вектора поведінки при взаємодії з соціумом, а також формування особистісних якостей дітей та підлітків, які не сприятимуть активній соціалізації в суспільстві.

Останнім часом все більшої уваги заслуговують питання, пов'язані з запобіганням деструктивному впливу джерел інформації на свідомість підростаючого покоління, оскільки саме шкільний період є тією ланкою, в якій закладається основа морально-етичних цінностей та критичного мислення. У цьому контексті підлітковий вік є одним із основоположних

вікових етапів становлення особистості. У зв'язку з чим слід детальніше описати особливості впливу ЗМІ на соціалізацію дітей, підлітків та молоді.

Розглянуті точки зору дають підстави стверджувати, що ЗМІ можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на особистісний розвиток у підлітковому віці. Як узагальнення можна стверджувати, що найбільшою мірою ЗМІ чинять негативний вплив на когнітивну сферу дітей та підлітків, приводячи до формування некритичного ставлення до інформації, що отримується, що, у свою чергу, може зумовлювати поведінкові порушення у вигляді асоціальної поведінки та формування різних адикцій.

Наприклад, В. Степанов виділяє такі наслідки впливу ЗМІ на дитячу та підліткову аудиторію:

- 1) порушення пізнавальної функції, звуження кола пізнавальних інтересів;
- 2) відволікання від реального життя;
- 3) інертність («лінь») психіки;
- 4) формування спотворених світоглядних цінностей та установок;
- 5) наслідування агресивної, асоціальної поведінки кіногероїв;
- 6) деформація морального розвитку та схильність до порушення морально-етичних норм;
- 7) порушення соціальних контактів;
- 8) специфічні прояви соціальної патології;
- 9) раннє «дорослішання» та рання сексуалізація дітей тощо [28].

М. Смирнова розрізняє такі наслідки, як:

- 1) зниження інтелектуальних здібностей під час вирішення простих завдань та зменшення гнучкості пізнавальних процесів;
- 2) виникнення залежної поведінки у разі надмірного захоплення;
- 3) деформація структури особистості;
- 5) формування спотворених світоглядних цінностей та установок [25].

Отже, щоб уникнути вищезазначених негативних наслідків впливу ЗМІ на особистість підлітків, у них слід сформувати критичне ставлення до ЗМІ. Сформованість цього ставлення є важливою умовою запобігання та подолання негативних проявів впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. Результати теоретичного аналізу сутності та впливу сучасних ЗМІ на соціалізацію підлітків довели, що вони є найвпливовішим чинником соціалізації. Завдяки ЗМІ підлітки отримують інформаційне забезпечення багатьох сфер своєї життєдіяльності. У контексті впливу Інтернету, телебачення, радіо, преси здійснюється соціальний розвиток і соціалізація підлітків.

Проведений теоретичний аналіз наукових джерел дозволив стверджувати, що наслідки негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків простежуються в когнітивній, афективній, ціннісній та поведінковій сферах життєдіяльності підлітка:

1) когнітивна сфера: звуження кола пізнавальних інтересів; зниження гнучкості пізнавальних процесів (наслідок використання «готової» інформації); інертність психіки; формування «спотвореної» картини світу;

2) афективна сфера: підвищення рівня особистісної тривожності; рівня агресивності та демонстративності;

3) ціннісна сфера: знецінення загальнолюдських цінностей та висунення на перше місце в системі ціннісних орієнтацій матеріальних цінностей;

4) поведінкова сфера: виникнення адиктивної поведінки (інтернет-залежність, гаджет-адикція тощо); порушення харчової поведінки (анорексія, булімія тощо); виникнення споживчої поведінки (наслідок впливу реклами); віктимна поведінка внаслідок недотримання правил безпечної роботи в мережі Інтернет; девіантна та делінквентна поведінка (наслідки впливу сцен насильства); зменшення фізичної активності та виникнення захворювань (короткозорість, захворювання опорно-рухового

апарату, депресії тощо); відволікання від навчальної та інших просоціальних видів діяльності [13].

Таким чином, проблема негативного впливу ЗМІ на процес соціалізації дітей, підлітків та молоді є актуальною темою сучасних досліджень з метою розробки ефективних засобів подолання даного негативного явища, під яким розуміється цілеспрямоване поширення інформаційного контенту, що детермінує спотворення ціннісних орієнтацій сучасних підлітків і перешкоджає формуванню базових загальнонаціональних цінностей. Найбільшою мірою негативний вплив ЗМІ позначається на когнітивній, афективній, ціннісній та поведінковій сферах підлітків, що є підставою для цілеспрямованої розробки превентивних програм як на загальнодержавному, так і на локальному рівні.

### **1.3. Негативний вплив ЗМІ на суїцидну поведінку неповнолітніх**

Сьогодні засоби масової інформації та масової комунікації (далі — ЗМІ) значно потіснили релігійні, етнічні, расові та інші цінності суспільної свідомості. Більша частина населення, як дорослого, так і неповнолітнього, сприймає інформацію, що передається ЗМІ, як істину, яку не піддають сумніву. Слід зазначити певну функціональну відмінність безпосередньо ЗМІ та засобів масової комунікації. Незважаючи на те, що їхній вплив тісно переплітається між собою практично в усіх сферах життєдіяльності людини, існує певна функціональна різниця. Безсумнівно, що з подальшим розвитком інтернет-технологій ця різниця буде дедалі менш помітною, і, ймовірно, з часом зовсім зникне. Проте на сьогодні поняття «комунікації» охоплює переважно передавальну функцію, а поняття «інформації» — «сміслову». Для дослідження ЗМІ як чинника, що впливає на суїцидальну поведінку підлітків, має значення і те, і інше. Тому використання терміну

«ЗМІ» як каналу поширення інформації та як засобу виховного впливу на суїцидальну поведінку підлітків буде коректним.

Функції ЗМІ тісно пов'язані з поняттям масової культури, їх розгляд має пряме відношення до суїцидальної поведінки підлітків. Їх соціальна цінність незаперечна, але й неоднозначна у зв'язку з різноманітністю інформаційно-культурного змісту, який, безсумнівно, впливає на формування світогляду підлітків. Ці функції спрямовані, з одного боку, на просвіту та виховання, з іншого боку, певний ряд програм виховує поганий смак і негативно впливає на поведінку дітей та підлітків. Величезні можливості впливу ЗМІ впливають на почуття, розум, спосіб мислення та поведінку підлітків, надаючи зацікавленим особам ефективні важелі впливу для формування підліткових умів і душ у заданому ними напрямку. Необмежені можливості ЗМІ у формуванні певних соціальних настроїв можуть мати як позитивний, так і негативний ефект на суспільство, особливо цей факт важливий у становленні підростаючого покоління.

Не викликає сумнівів, що ЗМІ впливають на соціальний настрій людей усіх вікових груп. Біологічні та фізіологічні особливості розвитку дітей та підлітків сприяють тому, що вони схильні до впливу ЗМІ більшою мірою, ніж інші вікові категорії.

Гостроту проблеми суїцидальної поведінки дітей та підлітків посилюють погане виховання або його відсутність у сім'ях та освітніх закладах; легкість і доступність інформації, що надходить із ЗМІ, особливо з телебачення та інтернету. Засоби масової інформації як соціальний інститут і фактор соціалізації впливають на суїцидальну поведінку неповнолітніх не тільки за допомогою трансляції певної інформації, але й через представлення певних зразків поведінки .

Підліток, отримавши завдання в школі, насамперед звернеться до Інтернету. Інтернет відповість на будь-яке питання, а якщо й не відповість, то запропонує таку кількість «розумників» із соціальних мереж, таких,

наприклад, як у «Синьому киті» чи інших спільнотах, запропонує «розваги» та «принади» певної спрямованості, що підліток взагалі може забути, що він шукав.

Ефективність впливу ЗМІ на підліткову аудиторію, зокрема на суїцидальну поведінку, зумовлена тим, що ЗМІ – це головне джерело отримання відомостей про те, що відбувається в навколишньому світі, про те, як живуть інші люди, як живуть однолітки в інших країнах. Підліток, з його незміцнілим світоглядом і віковою нездатністю до аналізу та критичного сприйняття отриманої інформації, одразу викладає свої відчуття та думки в соціальні мережі, які набирають дедалі більшої популярності.

ЗМІ активно впливають на установки та переконання людини, формуючи тим самим рівень її життєвих прагнень. Щодо дитячої чи молодіжної аудиторії такий вплив є дуже сильним і проникає глибоко у свідомість та далі.

Багато дітей та підлітків співвідносять свій спосіб життя, матеріальний достаток сім'ї, її соціальний статус із способом життя однолітків та їхніх сімей, який вони побачили в ЗМІ. У цей момент у голові багатьох відбувається порівняння побаченого з реальністю. Починається пошук засобів для наслідування, якщо таких засобів не знайдено, реакція підлітка на незадоволеність своїм статусом і матеріальним становищем може бути небезпечною для суспільства, у кращому випадку, це просто поганий настрій або агресія проти дорослих, у гіршому – суїцид.

Наступним способом впливу ЗМІ на дитячу чи молодіжну аудиторію можна назвати вплив на психологічну складову особистості неповнолітнього. Усе, що підліток сприймає зі ЗМІ, так чи інакше, безсумнівно, впливає на його психіку, душевний стан та рівень душевного комфорту. Психологічне благополуччя неповнолітнього забезпечується, коли його власне життя та його якість узгоджуються з тим, що він черпає із ЗМІ. У цьому випадку ЗМІ виступають як дзеркало, в якому можна

спостерігати за процесами власного життя. Підліток ще не здатний зрозуміти, що в цьому дзеркалі зображення подається з позиції того, хто це зображення створює. На думку дослідників, ЗМІ не просто інформують людину, вони створюють певні реальності та занурюють у них. Таким чином, програмуються, задаються свідомо або несвідомо переживання, думки, світогляд. Відбувається нав'язування певних стандартів існування. Сприяє цьому значною мірою така властивість телебачення, як перетворення вигаданих подій на реальні за допомогою властивих йому можливостей техніки та зв'язку тощо [16].

Широко використовуваним способом впливу ЗМІ на суїцидальну поведінку дітей та підлітків можна вважати втручання у формування їхніх поглядів на світ та їхніх ціннісних орієнтацій.

У період підліткового віку, коли ослаблений вплив сім'ї та школи, що посилюється віковою кризою «самості», нав'язування підліткам певних цінностей знаходить сприятливий ґрунт, і такі якості, як індивідуалізм, егоїзм, егоцентризм, споживацьке ставлення до життя, стають основними векторами становлення особистості підлітка.

Раннє вживання наркотиків, вживання алкоголю, агресивна поведінка, ранні статеві стосунки – усе це присутнє в житті сучасних підлітків. У підлітковому середовищі зростають ворожість, агресивність, зміна цінностей та моральних норм, і, як наслідок, розвиток девіантних установок та аномальних соціальних настроїв.

Відомо, що ціннісні орієнтації, засвоєні підлітком у сім'ї, впливають на його життєву стратегію, що являє собою перспективу діяльності в майбутньому, визначають способи та форми досягнення успіху в подальшому житті. Від ціннісних орієнтацій залежить, як буде реалізовано «Я» підлітка в подальшому. ЗМІ транслюють різні життєві установки, і, не маючи позитивних результатів у реальній миттєвій життєвій ситуації, підліток найчастіше засвоює негативні.

У підсумку суспільство отримує нігіліста, недоосвіченого, недоученого, недовоспитаного, обмеженого лише матеріальними потребами, який нікому й нічому не довіряє, маніпулює суїцидальними спробами, які найчастіше спрямовані на привернення уваги до себе та своїх споживчих потреб.

Наступним способом впливу ЗМІ на суїцидальну поведінку дітей та підлітків можна назвати поширення чуток, домислів та пліток. Як правило, ЗМІ подають їх як «виправлення» фальсифікованої інформації. У дитячому чи молодіжному середовищі дуже швидко розвиваються відчуття тривоги та нестабільності, відсутності життєвих перспектив і втрати соціального оптимізму. Як наслідок, суспільство отримує зростання дитячої та підліткової алкоголізації та наркоманії, далі йдуть правопорушення та злочини, суїцидальна поведінка, суїциди [15].

ЗМІ, намагаючись створити в очах суспільства ілюзію незалежності, пропонують «свої, оригінальні» точки зору на події та явища реального життя. Ступінь впливу ЗМІ на виховання дітей, підлітків та молоді у цьому випадку тим сильніший, чим далі пропонована увазі підлітків сфера життя віддалена від реальності і чим яскравіше вона забарвлена емоційно. Такий опосередкований вплив на дітей та підлітків розрахований на те, що їхня емоційна сфера поки що переважає над раціональною сферою. Так здійснюється приховане керування соціальним настроєм підростаючого покоління. Крім того, ЗМІ є ефективним інструментом у руках терористичних організацій та російських вербувальників, які з їхньою допомогою займаються вербуванням молоді до своїх лав.

ЗМІ, а особливо телебачення, мають значний вплив на емоції та почуття підлітків. Серед методів, які використовують ЗМІ з цією метою, найчастіше застосовуються методи переконання, навіювання, нейролінгвістичного програмування та міфотворення. Усі перелічені методи можна вважати маніпулятивними, мети таких маніпуляцій ретельно

приховуються і подаються підліткам та дорослій аудиторії у спотвореному вигляді. Треба правильно розуміти цю обставину і пам'ятати, що найважливішою метою подібних маніпуляцій є здійснення впливу на почуття та свідомість підростаючого покоління.

На думку психологів, у підлітковому віці дитина починає співвідносити свою особистість із системою оцінок навколишнього світу. Оскільки школа, втративши педагогічну функцію, не фіксує увагу підлітка на позитивних прикладах, а сім'я часто не дає оптимістичних життєвих установок, молода людина починає думати про безглуздість свого існування і світу в цілому. Ці думки часто стають каталізаторами суїцидальної поведінки дітей та підлітків.

#### **1.4. Формування інформаційно-комунікаційних потреб дітей та підлітків за допомогою засобів масової комунікації як інституту соціалізації**

Сучасні дослідження, присвячені проблемі розвитку особистості в підлітковому віці, зазначають, що у зв'язку з розвитком інформаційних технологій якісно змінюється характер провідного типу діяльності підлітків та молоді. Інтимно-особистісне спілкування з однолітками зі сфери міжособистісної взаємодії дедалі більше переміщується у віртуальну сферу. Так, згідно з даними соціологічних опитувань, більшу частину вільного часу молоді люди проводять в Інтернеті, у соціальних мережах [17]. Такий вид комунікативної активності дозволяє підліткам та молодим людям задовольняти різноманітні потреби: у визнанні та орієнтації в соціальних нормах (спілкування з однолітками, презентація результатів своїх досягнень, захоплень і хобі); розвазі та емоційній розрядці (перегляд різних фільмів і серіалів в режимі онлайн, задоволення ігрових та музичних

запитів); інформації (відкриті та закриті групи та форуми за інтересами, різноманітні пошукові системи); підвищенні культурно-освітнього рівня (електронні книги, енциклопедії, освітні портали, віртуальні подорожі та експозиції музеїв тощо); формуванні ідентичності та життєвого самовизначення (інформація про життя суспільства та окремих видатних особистостей, про світ професій та перспективи професійного зростання, про різні політичні організації, про національні та етнічні традиції, про релігійні та культурні погляди тощо).

Разом з тим сьогодні можна говорити про якісну зміну засобів масової інформації: комунікативний аспект у їхній структурі стає домінуючим над інформаційним, що дозволяє говорити про формування так званих засобів масової комунікації [12, С. 159]. При цьому друковані видання втрачають свою популярність, дедалі більшим попитом користуються їхні версії, що переносять акцент з текстових видів інформації на образотворчі, що дозволяють сприймати її яскравіше. Саме тому посилюється соціалізуючий вплив аудіовізуальних засобів масової комунікації — Інтернету — на особистість підлітків, що розвивається і відрізняється емоційним сприйняттям світу.

При цьому молоді люди можуть без особливих зусиль отримувати інформацію (пасивна форма інформування) на відміну від друкованої продукції, отримання інформації з якої вимагає певних і тривалих зусиль (активна форма інформування). Щодо ролі Інтернету А. Данько-Сліпцова зазначає, що для підлітків «він став однією зі звичних граней буття» [2, С. 85] і, як своєрідний інститут соціалізації, формує у них особливий — інформаційний — спосіб життя.

Особливостями Інтернету як засобу масової комунікації є: акумулювання, сортування та поширення інформації; дистанційні способи її передачі, максимально доступні аудиторії (як фізично, так і фінансово); можливість регулярного контакту з аудиторією; ринкові взаємовідносини, в

яких відбувається обмін інформаційного продукту на гроші та увагу споживача; наявність своїх соціальних цілей. Крім того, Інтернет сьогодні — не стільки інформаційна система, скільки унікальна спільнота людей, вплив якої особливо помітний у підлітковому віці: при різкому зростанні соціального тиску він дозволяє підліткам уникнути повсякденних заборон та обмежень, але натомість пропонує власні етичні норми. Інтернет — місце, яке підліток сам формує, ґрунтуючись на своїх уподобаннях. Це своєрідний острівець необхідної йому самотності, інтимності й водночас дружби, спілкування та соціального пізнання [6, с. 70].

Дослідження можливостей Інтернету для задоволення особистих потреб показали його популярність серед підлітків у задоволенні матеріальних потреб (придбання одягу, їжі та заробляння грошей в Інтернеті), потреби в безпеці (менша інтенсивність складних емоційних переживань під час знайомства та спілкування з людьми), потреб у міжособистісному спілкуванні, у визнанні (соціальні мережі дозволяють підліткам знаходити значущу групу підтримки) та у самоактуалізації (значно знижується поріг, необхідний для включення у творчу діяльність, а також для обміну та отримання зворотного зв'язку) [11].

Говорячи про ризики соціалізації підлітків та молоді під впливом засобів масової інформації, дослідники відзначають у них формування:

— фрагментарного, «кліпового» образу світу, що містить безліч стереотипів, що може призводити до зниження рефлексивності, до поєднання в суб'єктивній реальності протилежних або якісно різних уявлень, конфліктних смислів, суперечливості яких не усвідомлюється;

— розмитих меж уявлень про нормативну та ненормативну, допустиму та недопустиму поведінку через нечіткість і множинність соціальних норм у кіберпросторі;

— почуття самотності, тривоги, невпевненості в собі, переживання труднощів у плануванні та вибудовуванні перспектив власного життя,

зниження кількості стійких тривалих стосунків у звичайному житті, загальної ізоляції та зниження почуття приналежності до живої спільноти, породжених переживанням непередбачуваності та динамічності інформаційних процесів у життєвому середовищі, включенням у великі віртуальні групи за умови дефіциту міжособистісного спілкування;

— віртуальної (мережевої) ідентичності, яка спочатку є обов'язковою в деяких мережевих іграх, але згодом свідомо включається підлітками та юнаками у процес конструювання своєї реальної ідентичності [16].

Як інститут соціалізації підлітків, засоби масової комунікації виступають не тільки джерелом дозвілля та емоційної розрядки, а й важливим елементом системи громадянського, правового, морального виховання, оскільки включають особистість у систему суспільних відносин, вчать визначати її ставлення до реальності; способом задоволення інформаційної потреби, пов'язаної з формуванням самосвідомості, особистісного та життєвого самовизначення. Вони впливають на сприйняття підлітками навколишнього світу, на їхню оцінку подій та явищ, що відбуваються як у суспільному, так і в особистому житті. Інформація, що пропонується підліткам через засоби масової інформації, слугує засобом комунікації, що дозволяє їм задовольняти свої пізнавальні інтереси, розширювати кругозір, розвивати рефлексивні можливості, засвоювати соціальні норми та правила, формувати ціннісні орієнтації та життєві орієнтири, що визначають спрямованість їхніх вчинків і дій.

Таким чином, засоби масової комунікації як інститут соціалізації є для підлітків інструментом задоволення їхніх інформаційно-комунікативних потреб, пов'язаних з інформаційним забезпеченням життєво необхідних підструктур особистості (досвід, знання, спрямованість, інтереси, специфічні форми відображення) та виявляються у попиті на форму пропонованих суспільством комунікаційних повідомлень (реальних або віртуальних), зокрема й у сфері міжособистісних взаємодій. При цьому у

зв'язку з особливостями провідного типу діяльності у підлітків домінує комунікативна складова цієї потреби, зумовлена нагальною необхідністю «обміну смисловою та оціночною інформацією з метою взаємодії в різних сферах свого існування та впливу один на одного в умовах комунікації різного типу» [17, С. 70].

Незважаючи на те, що просторово-часова необмеженість комунікації та легкість візуалізації власного образу в електронних засобах масової комунікації створюють передумови для інтенсифікації спілкування на особистісному рівні, така реалізація комунікативної потреби підлітками може бути пов'язана з ризиками соціалізації. Наприклад, у мережевій комунікації не є настільки важливими такі соціальні категорії, як стать, вік або етнічна приналежність, які становлять значну частину ідентичності сучасної людини, і це може стати причиною розпаду традиційних ідентичностей підлітків як суб'єктів спілкування. Крім того, недостатність інформації про партнера по спілкуванню, відсутність емоцій, відповідних поведінкових реакцій часто призводить до труднощів при побудові його образу, а амбівалентний характер мережевого спілкування може як сприяти, так і перешкоджати позитивному розвитку вищих психічних функцій.

Результатом соціалізації в широкому сенсі є соціалізованість особистості, яка розуміється як «сформованість рис, що визначаються статусом і вимагаються даним суспільством».

## **РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ЗМІ НА ДІТЕЙ ТА МОЛОДЬ**

### **2.1. Дослідження впливу засобів масової інформації на формування духовних та моральних цінностей молоді**

В останні роки, у зв'язку з масовим поширенням інформаційних технологій та Інтернету, істотно зросла роль ЗМІ у формуванні моральних засад молоді та формуванні ціннісних орієнтирів. Сьогодні ЗМІ взяли на себе значну частину функцій щодо формування свідомості підлітків, виховання їхніх поглядів, смаків, уподобань. Впливом ЗМІ на підростаюче покоління керувати важче, ніж впливом сім'ї та школи, з тієї причини, що потік інформації, який ллється з екранів телевізорів, комп'ютерів і телефонів, складно контролювати.

У проведеному нами дослідженні, в якому взяло участь понад 105 школярів 7-11 класів Самбірських ліцеїв «Престиж» та «Лідер», ми дійшли висновку, що, на думку молоді, одним із провідних на сьогоднішній день серед засобів масової інформації є інтернет (90 %), друге місце (8 %) посідає телебачення, третє розділили між собою радіо (1 %) та друковані видання (1 %). Інтернет, на думку користувачів, сьогодні надає багато нової та цікавої інформації про навколишній світ і дозволяє її миттєво актуалізувати залежно від змін у науковому чи суспільному житті, інтернет сприяє розширенню кругозору, а також є простим способом спілкування та комунікації між людьми.

Сфера розваг поступово переходить із центральних телеканалів у цифровий простір. Але найголовніше, що інтернет задовольняє потребу молоді у відволіканні, втечі від повсякденних справ і буденності навколишнього світу у власний унікальний простір, наповнений улюбленим контентом, музикою та відеороликами.

Можна нескінченно сперечатися про якість, продуманість, достовірність інформації в ЗМІ, але, на думку більшості дослідників та аналітиків, сучасний медійний простір має яскраво виражений вплив на підростаюче покоління. Хвиля насильства, неконтрольованої агресії, руйнування цінностей, відсутність моральних і духовних орієнтирів у ЗМІ сприяє зміні ціннісних орієнтирів молоді, що в подальшому спричинить деморалізацію всього суспільства [17].

Вивчення впливу ЗМІ на молоде покоління важливе ще й тому, що воно, як найбільш мобільне та сприйнятливие до будь-яких інновацій, більше за інших схильне до ціннісних та світоглядних перетворень, ніж дорослі, життєвий досвід яких є фільтром в океані різноманітної інформації [22, с. 2].

Особливо важливо зазначити, що медійний простір завжди мав велике виховне значення. Однак, якщо раніше він контролювався та коригувався державою, то сьогодні цей процес перейшов до рук блогерів, рекламодавців та різних медійних діячів із низьким рівнем соціальної відповідальності.

За результатами наших досліджень, які узгоджуються з багатьма дослідженнями [22; 24; 28], більшість сучасних молодих людей виховують соціальні мережі, інтернет і телебачення. Масове впровадження інформаційних технологій і створення глобального інформаційного простору стало важливим фактором у формуванні особистісних характеристик молоді. Звичка довіряти ЗМІ робить молодь вразливою перед нав'язуванням їй певних установок щодо «правильної» життєвої позиції. Одним із головних завдань сучасного суспільства є виховання — цілеспрямований розвиток людини як певної індивідуальності, вдосконалення її творчих і моральних сил.

Сьогодні ЗМІ значною мірою втратили своє виховне значення, замінивши його на функцію розваги та задоволення споживчих інтересів. Це відбивається на примітивності використання форм і методів впливу на

потенційну аудиторію, спрощенні тексту, що використовується, та домінуванні аудіовізуальних технологій над глибинним аналізом проблеми, що розглядається. Дана проблема стосується не тільки інтернету. На думку А. Тадаєва [29] істотно знизилася якість передач на телебаченні. Інтелектуальні, аналітичні передачі замінюються шоу-програмами та іграми, що не несуть у собі жодного виховного чи освітнього аспекту.

Можна з упевненістю сказати, що відійшла в минуле колишня система виховання молодшої людини, закладена за радянських часів. Значною мірою втрачена і традиційна виховна функція ЗМІ, і, що найдивовижніше, виникла нова модель комунікаційних відносин, коли молодіжна аудиторія починає брати участь у процесі духовного виробництва, сама формує інформаційне середовище існування та формує нові моральні орієнтири [33].

На сьогодні великий вплив у різних соцмережах дедалі більшої популярності набувають блогери з вкрай суперечливими стилями спілкування та цінностями, які вони пропагують, пропущеними крізь призму власного життєвого досвіду та освіти. Завдяки їм сучасний підліток опиняється втягнутим у нову для нього, як і для суспільства, суспільну реальність, в якій відбувається соціалізація особистості. Більшість блогерів, з метою активного просування свого «продукту», використовують для впливу на аудиторію безліч провокаційного контенту, видовищних постановочних сюжетів, «чорний» гумор та агресивну манеру поведінки. Все це може негативно вплинути на молоде покоління.

За результатами проведених досліджень ми склали рейтинг найпопулярніших соціальних мереж, якими сьогодні користується молодь. Це стало першим питанням нашої анкети, відповіді на яке подаємо у таблиці 1.

Таблиця 1

Рейтинг найпопулярніших соціальних мереж серед школярів віком від 12 до 18 років

Назва	Відсоток респондентів
TikTok	66,6 %
Instagram	36,6 %
Facebook	2,6 %

Перше місце за популярністю посів TikTok (66,6 %). Це порівняно молода соціальна мережа, головною особливістю якої є велика кількість коротких відеороликів. За даними аналітиків, TikTok є платформою, що динамічно розвивається та набуває щораз більшої популярності.

Значно відстають у рейтингу найпопулярніших мереж Instagram (36,6%) та Facebook (2,6 %). Instagram цікавий молоді лише як ресурс для зберігання та публікації фотографій, а також для висвітлення яскравих подій свого життя у медійному просторі. Facebook, на думку школярів, більше призначений для старшого покоління, і тому не викликає у них жодного інтересу. 89 % зареєстрованих у Facebook користувачів зробили це з причини «щоб було». Це також позначається на частоті відвідування даної соціальної мережі.

Другим питанням нашої анкети було оцінити значимість кожної соціальної мережі в житті, під якою розумілася кількість часу, що відводиться на роботу в ній, зручність інтерфейсу та зацікавленість у розміщених матеріалах, можливості комунікації з однолітками, а також рівень захисту персональних даних під час її використання. 3 бали ми пропонували за найбільш значиму соцмережу, 2 – за менш значиму і 1 бал за найменш значиму для школяра.

## Значимість соціальних мереж у житті школяра від 12 до 18 років

Назва соцмережі	Кількість балів
TikTok	275
Instagram	210
Facebook	85

За результатами проведеного нами опитування з'ясувалося, що для молодшої людини найважливішою соціальною мережею є TikTok (275 балів). Цей ресурс зручний і корисний не лише з точки зору медіа-розваг, а й для обміну інформацією з друзями та вивчення цікавих тематичних рубрик. Другою за значимістю мережею є Instagram (210 балів). Останнє місце за значимістю соціальних мереж посів Facebook (85 балів), який орієнтований на дорослу аудиторію і нецікавий молодому поколінню.

За результатами проведеного опитування було зроблено висновки про велику значимість соціальних мереж для молоді, тому пропонуємо активно залучати такі соціальні мережі, TikTok та Instagram для висвітлення медійного життя ДДПУ імені Івана Франка, профорієнтаційної діяльності, а також як зручний спосіб спілкування з аудиторією з питань, що їх цікавлять.

Інтернет та соціальні мережі активно впливають на формування духовних і моральних цінностей дітей молоді. Сьогодні засоби масової інформації з одного боку, необхідний, а з другого — небезпечний союзник освітнього процесу. Суперечливість трактувань подій, псевдонаукові новини, фальсифікація даних та домінування негативної інформації створюють несприятливий фон для розвитку дитини. Завдання сучасної системи освіти полягає не лише у формуванні навичок медійної культури, а й у тому, щоб побачити можливості використання соціальних мереж у своїй роботі – як зрозумілого, доступного та зручного ресурсу взаємодії з аудиторією та просування справжніх суспільних цінностей.

## **2.2. Медіаосвіта, медіапросвіта, медіакритика як чинники формування медіакомпетентності дітей та молоді**

Сьогодні спостерігаються значні якісні зміни у функціонуванні засобів масової інформації, пов'язані насамперед з інноваціями у сфері інформаційних технологій та сервісів.

Інтернет та ринок інформаційних технологій в останні десятиліття змінили не тільки обличчя мас-медіа, комунікативні механізми, а й навколишню дійсність, основи міжособистісної комунікації, соціальну перцепцію. Сучасний світ важко уявити без доступної інформації, соціальних мереж, відеохостингів, месенджерів тощо.

Людина не здатна протистояти інформаційній лавині без вироблення індивідуальних механізмів інтерпретації інформації, її оцінки та систематизації, тому дедалі актуальнішими стають стратегії споживання та поширення інформації, її фільтрації, інформаційної дієти та інформаційної гігієни.

Ефективній взаємодії із засобами масової комунікації в умовах постійної еволюції медіасередовища сприяє розвинена медіакомпетентність, яка визначається як сукупність мотивів, знань, умінь, що сприяють відбору, використанню, критичному аналізу, оцінці, створенню та передачі медіатекстів у різних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування медіа в соціумі [31].

«Медіакомпетентність особистості багатовимірна і вимагає широкої перспективи, заснованої на розвиненій структурі знань. Це не застигла категорія: теоретично збільшувати ступінь медіакомпетентності можна протягом усього людського життя, сприймаючи, інтерпретуючи та аналізуючи пізнавальну, емоційну, естетичну та етичну медійну інформацію, і аудиторія, яка перебуває на більш високому рівні

медіаграмотності, має вищий рівень розуміння, управління та оцінки медійного світу» [33].

В умовах перманентної трансформації медіасередовища актуалізується поняття медіаосвіти як неінституціоналізованої, стихійної, природної, неопосередкованої форми розвитку медіакомпетентності, яке вимагає сьогодні більш чіткої дефініції на тлі сформованих і активно використовуваних на даний момент понять «медіаосвіта» та «медіакритика».

Дефініція базових термінів значною мірою сприяла уточненню сфери взаємодії медіаосвіти, медіапросвіти та медіакритики, а також спектру властивих їм завдань.

Медіаосвіта сьогодні розглядається як «процес розвитку особистості за допомогою та на прикладі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різним формам самовираження за допомогою медіатехніки» [31, с. 59].

Медіаосвітні програми мають інституціоналізований, цілеспрямований, спланований характер. Медіаосвіта може бути як частиною формальної освіти (підготовка кваліфікованих фахівців у сфері медіа), так і частиною неформальних освітніх практик (організовується у формі короткострокових курсів, майстер-класів або семінарів).

Наведені вище визначення дозволяють нам розглядати медіаосвіту як широке, багаторівневе поширення, просування актуальних знань у сфері медіакультури, розвиток медіаграмотності, інтелектуальної незалежності, у тому числі за цілеспрямованої або стихійної участі засобів масової комунікації та на їхньому матеріалі, що не передбачає жодних формальних процедур контролю. На відміну від медіаосвіти, медіапросвіта може бути як частиною неформальної освіти, так і мати характер інформального,

випадкового або несистемного навчання, виступаючи в одній зі своїх іпостасей:

а) як складова частина неформальної освіти медіапросвіта характеризується наявністю інституціоналізованих, цілеспрямованих, комплексних, спланованих програм медіаосвіти. У цьому значенні терміни «медіаосвіта» та «медіапросвіта» можуть вживатися як синоніми.

б) як складова частина неформального навчання, медіапросвіта має цілеспрямований, спланований, але не інституціоналізований характер.

в) як складова частина випадкового або несистемного навчання медіапросвіта здійснюється в процесі комунікації, не призначеної для навчання: міжособистісної взаємодії (у тому числі технічно опосередкованої), взаємодії з медіасередовищем.

Медіакритика є однією з ключових галузей, суміжних з медіаосвітою та медіавихованням. Її предметом є актуальне багатоаспектне соціальне функціонування засобів масової комунікації.

Важливими є такі завдання медіаосвіти:

- розвиток у аудиторії здібностей до критичного мислення/критичної автономії особистості;
- розвиток у аудиторії здібностей до сприйняття, оцінки, розуміння та аналізу медіатекстів;
- підготовка аудиторії до життя в демократичному суспільстві;
- навчання аудиторії розумінню соціальних, культурних, політичних та економічних смислів і підтекстів медіатекстів;
- навчання аудиторії декодуванню медіатекстів/повідомлень;
- розвиток комунікативних здібностей особистості;
- розвиток здібностей аудиторії до естетичного сприйняття, оцінки, розуміння медіатекстів, до оцінки естетичних якостей медіатекстів;
- навчання аудиторії творчо самовиражатися за допомогою медіа;

- навчання аудиторії ідентифікувати, інтерпретувати медіатексти, експериментувати з різними способами технічного використання медіа, створювати медіапродукти/тексти;

- навчання аудиторії теорії медіа та медіакультури;

- навчання аудиторії історії медіа та медіакультури.

Ключові завдання медіакритики полягають у наступному:

- пізнання значущих аспектів інформаційного виробництва;

- медіатексти;

- вивчення та зміна суспільного сприйняття медійного змісту та уявлень про зовнішній світ, що складаються у свідомості аудиторії під впливом ЗМІ;

- вплив на ставлення аудиторії до окремих ЗМК та медійного комплексу в цілому, формування суспільної культури вивчення та оцінки діяльності засобів масової інформації, розвиток духовного світу аудиторії;

- сприяння розвитку та вдосконаленню професійно-творчої культури авторів медіатекстів;

- сприяння вдосконаленню соціального середовища функціонування засобів масової комунікації та суспільному прогресу.

Медіаосвіта, будучи частиною неформальної освіти та інформального, випадкового й несистемного навчання, поєднує в собі як загальноосвітні завдання, так і завдання медіаосвіти та медіакритики.

Проаналізувавши ключові завдання сучасної медіаосвіти, медіакритики та просвіти загалом, а також спираючись на виявлену специфіку феномену медіапросвіти, ми виокремили низку притаманних йому завдань:

- сприяння вдосконаленню соціального середовища функціонування засобів масової комунікації та суспільному прогресу; просування гуманістичних цінностей;

- забезпечення загального права доступу до освіти; поширення знань, інформування аудиторії про наявний соціокультурний досвід, розвиток загальної ерудиції аудиторії, розширення медійного кругозору;

- формування громадської думки з актуальних питань сучасності, забезпечення громадської дискусії, плюралізму думок;

- декодування культурних, політичних та економічних смислів і підтекстів медіатекстів; експертна корекція громадського сприйняття медійного змісту та уявлень про дійсність, що формуються у свідомості аудиторії під впливом ЗМІ;

- розвиток здібностей аудиторії до критичного мислення: розуміння, інтерпретації, естетичного сприйняття, оцінки медіатекстів;

- сприяння виробленню індивідуальних механізмів оцінки, фільтрації та систематизації інформації, оптимізації комунікації;

- сприяння розвитку та вдосконаленню професійно-творчої культури творців медіатекстів, розробка етичних внутрішньокорпоративних нормативів;

- навчання аудиторії теорії та історії медіа та медіакультури, розвиток компетенцій аудиторії у сфері медіавиробництва;

- сприяння професійній, соціальній, політичній та культурній орієнтації аудиторії; сприяння активній та компетентній участі аудиторії в різних видах практичної діяльності.

- сприяння соціалізації, ефективній самоідентифікації реципієнта за допомогою медіа; розвиток комунікативних здібностей особистості, здібностей аудиторії до медійної творчості, умінь самостійно створювати медіаконтент [30].

У житті сучасного школяра медіакомунікація є не лише джерелом інформації, що має освітнє значення, а й приводом для формування системи поглядів на світ. Це відбувається як під час пасивного сприйняття різних

медіатекстів, так і, насамперед, під час спроби створити власні тексти, використовуючи мову масової комунікації.

Сучасний світ — світ масової комунікації. Отримання знань про світ, формування естетичних уявлень, засвоєння норм етики та моралі часто відбуваються не на основі власного досвіду, а на матеріалах ЗМІ. Сучасний учень вагається у виборі основного джерела інформації між телебаченням та Інтернетом; а вчитель, на думку багатьох вчених, мав би перейти на позицію тьютора та консультанта. Однак не варто забувати про те, що чималу частину уявлень про світ (у тому числі світогляд та світобачення) дитина та підліток формують на основі неявної інформації, яку можна передати лише під час особистого спілкування. Вчитель повинен залишитися вчителем – змінивши особистісну позицію, оскільки він тепер не єдине і головне джерело інформації, а людина, завдяки досвіду якої дитина адаптується до ситуації інформаційного стресу і вчиться гармонізувати своє внутрішнє буття, отримує основи соціального буття у сучасному соціокультурному просторі.

Саме тому одним із варіантів вирішення проблеми є цілеспрямоване формування медіакультури учнів.

## ВИСНОВКИ

Формування людини як особистості вимагає від суспільства постійного та свідомо організованого вдосконалення системи суспільного виховання, подолання застарілих, традиційних та стихійно сформованих форм. Така практика перетворення сформованих форм виховання немислима без опори на науково-теоретичні психологічні знання закономірностей розвитку дитини в процесі онтогенезу, бо без опори на таке знання існує небезпека виникнення волюнтаристського, маніпулятивного впливу на процес розвитку, спотворення його справжньої людської природи, техніцизму в підході до людини.

Формування особистості відбувається в процесі засвоєння людьми досвіду та ціннісних орієнтацій даного суспільства, що називається соціалізацією. Людина вчиться виконувати певні соціальні ролі, тобто вчиться поводитися відповідно до ролі дитини, студента, службовця, чоловіка чи дружини, батька чи матері тощо. При цьому дитина сприймає ті чи інші ролі не тільки з навколишнього життя, а й із засобів масової інформації. І тут важливо, наскільки точно й правильно будуть донесені до підлітка ті чи інші рольові орієнтири.

Дослідники впливу засобів масової інформації на соціальне виховання особистості відзначають як позитивні, так і негативні впливи медіа на формування цінностей, переконань, світогляду дітей, підлітків, молоді.

Також, ми, не заперечуючи позитивного впливу ЗМІ, маємо відзначити і негативні його аспекти:

- 1) шкідливий вплив на особистість дитини, що формується;
- 2) зображення спотворених моральних і етичних цінностей;
- 3) придушення свободи світоглядного вибору;
- 4) психологічні проблеми;

5) асоціальна спрямованість особистості.

Саме в дитячому та підлітковому віці, коли дитина починає користуватися матеріалами ЗМІ, призначеними не тільки для дітей, коли на неї починають чинити особливий вплив матеріали ЗМІ, призначені для дорослої аудиторії і тим самим привабливі для дітей, підлітків та молоді, зростає роль засобів масової інформації в соціалізації особистості. Сучасні засоби масової інформації сьогодні відіграють домінуючу роль і здатні чинити значний вплив на формування поглядів, способу життя, моди та стандартів споживання дітей та молоді.

### Список використаних джерел:

1. Городенко Л.М. (2013). Нові медіа: журналістика чи комунікація? Актуальні питання масової комунікації. Вип. 14. С. 65–69.
2. Данько-Сліпцова А. (2014). Нові медіа: історія, типологія. Український науковий журнал «Освіта регіону». №1–2. С. 80–85.
3. Демідова А.А., Ярова А.Б. Засоби масової інформації як «четверта неформальна гілка публічної влади». Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки» (30 жовтня 2017 р.). Полтава: РВВ ПДАА, 2017. С. 33-36.
4. Дубасенюк О.А. Медіаосвітні технології підготовки майбутніх педагогів початкових класів у закладах вищої освіти // Плекаємо особистість : наук.- метод. альманах. Вип. 7. Полтава, Лубни: Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2024. С 67-71.
5. Закон України про медіа від 13.12.2022.  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-IX#Text>

6. Зражевська Н. (2013). Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. Актуальні питання масової комунікації. Вип. 14. С. 70–75.
7. Капська А. Й. Соціальна робота : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2005. 328 с.
8. Коваль Л. Г. Соціальна педагогіка / Соціальна робота : навч. посібник / Л. Г. Коваль, І. Д. Зверєва, С. Р. Хлебик. К. : ІЗМН, 1997. 392 с.
9. Козир Л. М. Медіаосвіта як напрям навчально-виховного процесу // наукові записи ТНПУ, 2013 № 3. С. 81-85.
10. Комуґіна Н. В. Упровадження медіаосвіти у навчально-виховному процесі. Управління школою, 2012. № 19/21. С. 57-66.
11. Конах В.К. (2015). Виникнення та еволюція поняття «медіа-простір» в науковій думці. Вісник Дніпропетровського університету. Політологія. Вип. 2. 113 с.
12. Король Л.М., Максимець С.М. Психологічні чинники впливу ЗМІ на формування особистості сучасної молоді. «Наука і освіта». №5. 2014. С. 157-162.
13. Крат Д. А. Вплив засобів масової інформації на розвиток особистості у підлітковому віці. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки: збірник наукових праць. К. : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016. № 4(49). С. 241-247.
14. Лимар Ю. В. Соціальне виховання в Україні: теоретико-методологічний аспект [Електронний ресурс] / Лимар Ю. В. – Режим доступу: <http://sjournal.cdu.edu.ua/base/2008/v3/v3pp125-127.pdf>
15. Лобанова С. І. Сучасні підходи до визначення сутності поняття «соціальне виховання». Соціальна педагогіка : теорія та практика. Луганськ, 2010. №3. С. 19-27.

- 16.Мак-Квейл. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів : Літопис, 2010
- 17.Михайльова, К., Шкурапет, Н. (2020). Потенціал використання понять «спосіб життя» та «стиль життя» для соціологічного аналізу практик щодо індивідуального здоров'я. Соціологічні студії, 1 (16). 64–74. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2020-01-64-74>
- 18.Москаленко В. В. Соціальна психологія : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Центр навч. літератури, 2005. 624 с.
- 19.Поліщук Ю. Й. Соціальне виховання учнівської молоді як соціальнопедагогічна проблема / Ю. Й. Поліщук // Сприяння здоров'ю дітей та молоді: теоретико-методичні аспекти : матеріали IV між нар. соц.-пед. конф. (Луцьк, 29–30 вересня 2009 р.) / гол. ред. П. М. Гусак. – Луцьк : [б. в.], 2009. – С. 328–335.
- 20.Полевікова О. В. Специфіка впровадження дошкільної медіаосвіти на Херсонщині. Наукові записи ТНПУ 2013. С.108- 113.
- 21.Потятиник Б.В. (2010). Інтернет-журналістика. ПАІС.
- 22.Савченко С., Караман О. (2021). Кіберсоціалізація молоді в умовах інформаційної війни Росії проти України. Вісник НАПН України. 3(1). С. 2-4.
- 23.Сейко Н. А. Соціальна педагогіка : курс лекцій. Житомир : ЖДПУ, 2002. 260 с.
- 24.Слюсаревський М. Медіаосвіта: українська перспектива. Рідна школа, 2010. № 9. С. 57-58.
- 25.Смирнова М. Створення стереотипів засобами масової інформації в добу інформаційного суспільства [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу до ресурсу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir\\_2016\\_15\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2016_15_11)
- 26.Соціальна робота в Україні : навч. посіб. / за заг. ред. : І. Д. Зверєвої, Г. М. Лактіонової. К. : Наук. світ, 2003. 233 с.

27. Соціальне виховання. Принципи соціального виховання. Особистісний, віковий, гендерний, диференційний, індивідуальний підходи у соціальному вихованні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://psi-help.com>.
28. Степанов В.Ю. Вплив засобів масової інформації на свідомість молоді. Культура України. Випуск 38, 2012. С. 145-149.
29. Тадаєва А.В. (2016). Соціально-педагогічний супровід соціалізації молодших школярів в сучасному інформаційному просторі : дис. ... канд. пед. наук, Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка]. Репозитарій ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка». URL: [http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2016/06/tadaeva\\_dis.pdf](http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2016/06/tadaeva_dis.pdf)
30. Толмачова І.Г. (2019). Роль медіа-засобів у формуванні медіа-компетентності майбутніх учителів початкової школи. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 1(324) Ч. 2. 276–287.
31. Федоров А. Медіаосвіта: уроки творчих завдань для школярів. Відкритий урок: розробки, технології, досвід. 2008, № 1. С. 56-60.
32. Шевченко Л., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. (2014). Медіалінгвістика. ВПЦ «Київський університет»
33. Шугайло Я. В. Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків. Дисертація на здобуття ступеня кандидата наук за спеціальністю 13.00.05
34. Янчак В., Ревть А. Вплив ЗМІ на соціалізацію молоді. Соціальна робота та інклюзивна освіта: синергія досвіду та новацій [Електронне видання] : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. (Дрогобич 24 квітня 2025 р.). Дрогобич: ДДПУ імені І. Франка, 2025. С. 93-97.

35. Dominick, J.R. (2011). Social Effects of Mass Communication. McGraw-Hill Higher Education. c. 467.
36. Dominik, J.R. (2011). Social Effects of Mass Communication. McGraw-Hill Higher Education. c. 469.
37. <https://www.unicef.org/ukraine/press-release/actively-check-online-sources>
38. [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8\\_%D0%BC%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97\\_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8_%D0%BC%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97)