

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, професор

\_\_\_\_\_ Т.О. Логвиненко “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р.

## **ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНЕ ВИХОВАННЯ ОСОБИСТОСТІ**

**Спеціальність 231 Соціальна робота**

Магістерська робота

на здобуття кваліфікації – Магістр з соціальної  
роботи за спеціалізацією «Соціальна педагогіка»

**Автор роботи:** \_\_\_\_\_ Вадим ЯНЧАК

**Науковий керівник:** канд. псих.наук,  
доцент \_\_\_\_\_ Мар'яна ГРИНЦІВ

Дрогобич, 2025



## АНОТАЦІЯ

### **Янчак Вадим. Вплив засобів масової інформації на соціальне виховання особистості**

Наше магістерське дослідження присвячене аналізу впливу медіасередовища на підростаюче покоління та молодь, на соціалізацію та соціальне виховання особистості. Ця тема на сьогодні є актуальною, оскільки саме медіасередовище стає первинним агентом соціалізації підростаючого покоління та потужним засобом соціального виховання. У роботі охарактеризовано позитивні та негативні впливи медіасередовища на особистість. До позитивних впливів можна віднести трансляцію соціального досвіду та культури. До негативних же належить спотворення морально-етичних уявлень підростаючого покоління. Емпірично досліджено вплив ЗМІ на людину. Також у роботі розглянуто питання медіаосвіти та запропоновано шляхи формування медіаграмотності особистості, за якої вплив медіасередовища на підростаюче покоління буде ефективною.

**Ключові слова:** медіасередовище, соціальне виховання, підростаюче покоління, вплив ЗМІ, медіаграмотність, медіаосвіта.

## ABSTRACT

### **Yanchak Vadym. The influence of mass media on social education of the individual**

Our master's research is devoted to analyzing the influence of the media environment on the younger generation and youth, on socialization and social education of the individual. This topic is relevant today, as the media environment is becoming the primary agent of socialization of the younger generation and a powerful means of social education. The work describes the positive and negative influences of the media environment on the individual. Positive influences include the transmission of social experience and culture. The negative effects include the distortion of the moral and ethical ideas of the younger generation. The influence of the media on individuals has been empirically studied. The paper also considers the issue of media education and proposes ways to develop media literacy in individuals, which will make the influence of the media environment on the younger generation more effective.

**Key words:** mediaenvironment, social education, younger generation, media influence, medialiteracy, mediaeducation.

## Зміст

<b>Вступ.....</b>	<b>5</b>
<b>Розділ I. Теоретичні аспекти проблеми впливу засобів масової інформації на виховання та розвиток особистості .....</b>	<b>8</b>
1.1. Вплив засобів масової інформації на спосіб життя молоді.....	8
1.2. Засоби масової інформації як засіб соціального виховання особистості.....	12
1.3. Соціальне виховання як ресурс особистісного розвитку.....	20
<b>Розділ II. Практичні аспекти проблеми впливу засобів масової інформації на соціальне виховання особистості .....</b>	<b>24</b>
2.1. Емпіричне дослідження впливу ЗМІ на соціальне виховання особистості.....	24
2.2. Медіаосвіта та медіаграмотність як спосіб підвищення особистістю культури користування ЗМІ.....	34
<b>Висновки.....</b>	<b>43</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>44</b>
<b>Додатки.....</b>	<b>49</b>

## Вступ

Актуальність проведеного дослідження, на наш погляд, не викликає сумнівів, оскільки в XXI столітті роль ЗМІ в соціалізації особистості досягла свого логічного піку. В інформаційний простір ЗМІ різних форм і видів занурюється не тільки величезна аудиторія дорослих людей з відносно сформованою психікою, системою цінностей, картиною світу, усталеними нормами поведінки і моральними принципами, а й діти, чия соціалізація ще не завершилася і знаходиться на рівні активного розвитку.

Засоби масової інформації перестають бути тільки джерелом передачі інформації та її констатації, стаючи фактом соціалізації особистості та особистості дитини, зокрема. Ресурси ЗМІ не тільки навчають дитину, але й виховують її, причому виховання може бути як позитивним, так і негативним, залежно від тієї інформації, яку отримує та переробляє дитина.

Аналізу різних аспектів функціонування ЗМІ в суспільстві 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.

Змістові аспекти соціального виховання молоді у освітньому середовищі здійснюються вітчизняними дослідниками соціально-педагогічної сфери О.Безпалько, І. Зверєвою, А. Капською, Н. Колядою, О. Кравченко, Т.

Кравченко, Н.Лавриченко, Г. Лактіоновою, С. Лобановою, М.Лукашевичем, В.Москаленко, О. Мудриком, С.Савченко, Н. Сейко та ін.

Аналіз наукової літератури показує недостатню роздробленість проблеми впливу ЗМІ на соціальне виховання особистості та перспективність вивчення даного питання в сучасних умовах. Це дало підставу до вибору теми: **«Вплив засобів масової інформації на соціальне виховання особистості»**.

**Об'єкт дослідження** – соціальне виховання особистості.

**Предмет дослідження** – вплив засобів масової інформації на соціальне виховання особистості.

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

**Завдання роботи:**

– охарактеризувати вплив засобів масової інформації на спосіб життя молоді;

– проаналізувати засоби масової інформації як засіб соціального виховання особистості;

– обґрунтувати практичні аспекти формування дослідницької компетентності студентів;

– 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 соціального виховання особистості засобами масової інформації та пошуку дієвих шляхів практичного втілення формування культури користування медіа.

**Практичне значення дослідження.** У роботі аргументовано необхідність і доцільність використання механізмів соціального виховання засобами масової комунікації. 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.

**Апробація дослідження:** результати дослідження обговорювалися на засіданні кафедри соціальної педагогіки та корекційної освіти ДДПУ ім. Івана Франка. Основні результати дослідження презентувалися на Всеукраїнській науково-практичній конференції Соціальна робота та інклюзивна освіта: синергія досвіду та новацій (Дрогобич, 24 квітня 2025 року) та частково відображені у її матеріалах [37].

**Структура роботи:** магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування), додатків. Загальний обсяг роботи – 56 сторінок, з них основного тексту – 52 сторінок.

## **Розділ I. Теоретичні аспекти проблеми впливу засобів масової інформації на виховання та розвиток особистості**

### **1.1. Вплив засобів масової інформації на спосіб життя молоді**

Зміни, що відбуваються в останні десятиліття у сфері суспільного устрою, є справді революційними, їхньою основною особливістю стало загальне проникнення інформаційного аспекту в усі сфери життя. Найважливішим наслідком трансформацій, що відбуваються, стала зміна світогляду людей. Вчені вважають, що зміна світогляду – це найбільш складний процес, досить інерційний, але в той же час такий, що впливає на всі інші сфери суспільного розвитку, зміни в яких стають незворотними.

Більшість сучасних дослідників говорять про те, що сучасне українське суспільство вже не має єдиного ціннісного ядра, що включає базові для всіх цивілізованих культур норми і характерні для нашої культури цінності. Це є наслідком комплексу різних факторів, що проявилися в ході трансформаційних процесів.

Можна стверджувати, що наприкінці ХХ століття розпочалася епоха революційних перетворень у системно-орієнтуючих цінностях, які впливають на формування нового способу життя, і ці перетворення відбуваються під впливом інформатизації та зростаючої ролі інформаційних технологій, що визначили зміни в політичній, економічній, духовній сферах нашого суспільства. Тотальний вплив інформації на сучасну людину, а іноді й залежність від неї, та бажання володіти нею спричинили значні зміни ціннісних орієнтацій, вчинків і загалом психології людей. Злам сформованих засад неминуче призвів до переоцінки цінностей і спричинив зміни в способі життя населення, що найбільше проявилось у свідомості такої соціальної групи, як молодь.

У постіндустріальному суспільстві, що формується в Україні, ЗМІ відіграють безпрецедентну роль у формуванні ціннісної системи молодого

покоління, а за допомогою різних маніпулятивних технологій впливають на процес формування способу життя молоді, який відбувається в умовах суспільної аномії, дестабілізації політичного життя і тривалої соціально-економічної кризи [31, с. 146]. Будучи соціальним інститутом, засоби масової інформації активно використовують свій потенціал впливу на формування способу життя молодих людей і способи їх інтеграційної поведінки.

Засоби масової інформації зайняли своє місце в повсякденному житті сучасної людини, міцно закріпившись в ньому. Якщо говорити про молодь, то сьогодні важко знайти людину, здатну відмовитися від присутності телебачення і особливо Інтернету в її житті. Перегляд новин, реклами, розважальних передач і шоу, серіалів, а також гороскопів, прогнозів погоди тощо міцно увійшов у наше життя, і людина навіть не підозрює про той вплив, який цей процес має на формування її життєвих установок, поведінкових стереотипів, звичок, усього того, що складає нашу повсякденність. А це формування безпосередньо пов'язане з роботою ЗМІ.

Безумовно, не можна говорити тільки про негативний вплив ЗМІ на спосіб життя, формування звичок і цінностей молодих людей, це був би односторонній підхід до існуючої проблеми. Засоби масової інформації мають соціальний, культурний, психологічний вплив на суспільство, формуючи потреби людей, і не завжди ці потреби пов'язані з володінням матеріальними благами (хоча і цього ми не виключаємо). Це можуть бути потреби, спрямовані на саморозвиток людини, її самоосвіту (наприклад, в мережі Інтернет велика кількість навчальних лекцій), виховання патріотизму, підвищення культурного рівня, формування установок на здоровий спосіб життя, мотивації досягнення цілей. Крім того, будучи основним джерелом інформації, а сьогодні ще й основним засобом зв'язку, ЗМІ традиційно виконують важливі соціальні функції, серед яких комунікативна, освітня, трансляційна та соціалізуюча. Але постає питання, чи саме ці потреби задовольняють засоби масової інформації, і чи такий великий їхній вплив безпосередньо на особистість молодої людини та її життєві установки? Адже і

в епоху цензури на радіо і телебаченні негативні тенденції в способі життя молодих людей були присутні, не все було так безхмарно. Тому, відзначаючи позитивний вплив ЗМІ, і особливо Інтернету, на молодь, необхідно в першу чергу аналізувати негативний вплив, який вони чинять на основну частину молодого покоління. Тим більше, що результати численних опитувань підтверджують, що під впливом ЗМІ у дітей і підлітків розвивається агресивність. Причому найбільшу агресивність формують комп'ютерні ігри та сучасне кіно. Так, за результатами дисертаційного дослідження Яни Шугайло уточнено поняття «негативний вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків» як поширення засобами масової інформації негативної інформації, яка спрямовує підлітків на порушення соціальних зав'язків та відносин із соціальним оточенням, приведення їхньої індивідуальної та колективної поведінки в невідповідність до загально визнаних суспільних норм і правил, формування особистісних якостей підлітків, які не сприятимуть активній соціалізації в суспільстві [36].

Ресурси засобів масової інформації мають величезні можливості управління свідомістю покоління молодих людей і впливу на напрямки формування їхнього способу життя. Соціологи, використовуючи термін «спосіб життя», мають на увазі сукупність форм поведінки індивіда, його активність у виробничій сфері, повсякденному житті, соціальних, політичних, культурно-дозвіллевих і наукових сферах, а також задоволення соціальних та індивідуально-особистісних потреб. Всі ці форми поведінки складаються під впливом, з одного боку, соціально-економічних і політичних умов, а з іншого - в них значну роль відіграють менталітет, традиції, звичаї, ідентичність. Виходячи з великої кількості факторів, що впливають на формування способу життя, під даною дефініцією можна розуміти як усвідомлене, так і стихійне побудову життя на основі ціннісно-світоглядних орієнтирів, менталітету тощо, а також під впливом зовнішніх факторів, якими в епоху інформаційної цивілізації виступають засоби масової інформації. Саме вони сьогодні мають

визначальний вплив на стереотипи поведінки, стратегії та життєві установки молодого покоління.

Засоби масової інформації, як один з найважливіших соціальних інститутів сучасності, мають серйозний вплив на формування способу життя молоді. Однак при формуванні молодіжної політики в Україні на даний час не приділяє достатньої уваги регулюванню саме цієї функції ЗМІ, особливо телебачення та Інтернету, та й преси. Від позиції ЗМІ залежать цінності, які формуються в молодіжному середовищі, тому в даний час потрібні нові підходи до організації взаємодії держави і ЗМІ, в тому числі і в області протидії негативному інформаційному впливу [16, с. 245]. Безумовно, політичні та економічні еліти ведуть боротьбу за посилення впливу в засобах масової інформації та за домінування в інформаційному просторі. Однак не можна не відзначити, що в сучасному суспільстві діяльність мас-медіа найчастіше має дисфункціональний і деструктивний характер, створюючи тим самим зовсім іншу, нову ієрархію мотивів і потреб.

Ми бачимо стрімку і кардинальну зміну цінностей, формування нових уявлень і, як наслідок, зміну способу життя. Системна криза кінця 90-х років минулого століття – початку 2000-х, що охопила всі соціальні інститути, призвела до того, що визначальну роль у соціалізації та формуванні життєвих установок молодого покоління стали відігравати не сім'я і школа, і тим більше, не держава, а засоби масової інформації. Ця роль виявилася настільки великою, що, використовуючи комунікаційні стратегії, ЗМІ практично сформували шкалу помилкових духовних цінностей, змінили уявлення про соціально-політичні, економічні, духовні процеси і маніпулюють поведінкою молоді.

Про вплив на формування політичних поглядів молоді засобів масової інформації пишуть сучасні соціологи: «інформаційний пресинг окремих засобів масової інформації, що ускладнює формування у молоді автономних і незалежних політичних суджень, робить її все більш схильною до впливу з

боку лідерів популістського типу, організаторів радикальних екстремістських рухів.

У зв'язку з активним використанням молоддю ресурсів мас-медіа сьогодні важливо аналізувати вплив основної маси джерел інформації на молоде покоління. Зокрема, у сфері духовного життя суспільства велику небезпеку сьогодні становлять загрози, пов'язані з триваючою пропагандою споживчого способу життя та великою кількістю сцен насильства і жорстокості на телебаченні. Неконтрольований Інтернет містить загрози для користувачів, в першу чергу дітей та молоді, пов'язані з розширенням поширення агресивного контенту [16]. Не можна залишити без уваги негативну роль зростаючого впливу на молодь соціальних мереж, гра «Синій кит», «Розбуди мене в 4.20». Це має стати предметом ретельного вивчення з метою запобігання або мінімізації негативних наслідків.

Можна зробити висновок, що спосіб життя молоді формується під впливом сучасних медіа, аналіз яких показує фрагментарність і безсистемність проведеної ними політики формування ціннісних установок, а точніше її відсутність. Характерним для сьогодення можна вважати недостатність використання державними органами сучасних каналів інформації для формування лояльності молоді до системи загальнолюдських цінностей, виховання і зміцнення духовних цінностей, вироблення активної громадянської позиції, що формує у молоді установки позитивного способу життя.

## **1.2. Засоби масової інформації як засіб соціального виховання особистості**

У XXI ст. засоби масової комунікації є невід'ємною частиною повсякденного життя мільйонів людей, впливаючи на їхні настрої, установки та світогляд. На сучасному етапі розвитку суспільства масова комунікація стала необхідним елементом взаємодії людей, груп, інститутів, держав, в ході якої здійснюється передача інформації, цінностей, оцінок, значень, почуттів

тощо, за допомогою численних джерел: радіо, телебачення, преса, глобальна мережа Інтернет. Тому безпосереднє особисте спілкування відходить на другий план, а інформаційна взаємодія з навколишнім середовищем стає для молоді людини одним з найважливіших факторів становлення і розвитку її як особистості. Таким чином, для сучасного підростаючого покоління різко зросла значимість ЗМІ.

Досліджуючи ступінь впливу засобів масової комунікації на суспільство, слід виділити молодь як особливу соціально-демографічну групу, оскільки на відміну від інших вікових груп представники даної групи знаходяться на стадії становлення і пошуку власного «Я».

Молодіжне середовище найбільш схильне до процесів трансформації нових норм, традицій, оскільки в силу особливостей свого віку та ставлення до життя, саме воно швидше за інших інтегрує нові ціннісні орієнтації і більше за інших потребує соціальної та культурної ідентичності людини в соціокультурному співтоваристві. Відмінність у сприйнятті та засвоєнні норм і цінностей культури, порівняно з іншими соціальними та віковими групами, сприяє трансформації системи цінностей і формуванню відповідних форм поведінки молоді. Цей процес підкріплюється і змінами в суспільстві, які, як правило, стимулюють і тягнуть за собою виникнення нових ціннісних орієнтацій, посилюють протистояння між цінностями традиційної культури і тими, що з'являються знову.

Вчені відзначають, що молоді люди відрізняються більшою вразливістю, психічною рухливістю і збудливістю, інтелектуальною мобільністю, переважанням емоцій над розумом [15; 16; 20 та ін]. Тому умовам, в яких формується і розвивається молоде покоління, необхідно надавати особливого значення як з боку державної влади, так і суспільства в цілому. Адже світовий досвід свідчить, що недостатня увага до молодого покоління, яке вступає в життя, перетворює його на потужний фактор дестабілізації суспільства [19].

Найважливішою умовою ефективної соціальної взаємодії та стабільного функціонування суспільства є передбачуваність у діях, іншими словами, соціальне схвалення

Асоціальна поведінка веде суспільство до дестабілізації та розпаду. Тому суспільство створює різні механізми соціального регулювання та контролю для того, щоб координувати поведінку своїх членів.

Загально визнано, що основним механізмом інтеграції молоді в суспільство є соціалізація. У сучасних умовах соціалізаційний процес відбувається на тлі загальної деформації функцій основних інститутів соціалізації, витіснення одних інститутів іншими, зміни форм і способів соціального контролю та зниження цілеспрямованого впливу інститутів на формування молоді [20, с. 70].

Водночас зазначається, що в процесі соціалізації завжди присутні відхилення, які В. Москаленко класифікує за такими основами аналізу: соціального (стан суспільства, інститутів соціалізації, характер стихійних впливів тощо), типового особистісного та групового (девіантна поведінка, кризи соціалізації, а також соціальної ідентичності) [21, с. 111].

Основні соціальні інститути, такі як сім'я, держава, освіта, ЗМІ та інші, покликані використовувати різні механізми соціального регулювання та контролю соціуму. Очевидно, що сьогодні зростає роль ЗМІ у функціонуванні всіх соціальних інститутів і в процесі управління суспільством в цілому. Дана тенденція обумовлює посилення відповідальності перед аудиторією за формування і трансляцію норм і зразків поведінки, життєвих стратегій, ціннісних орієнтацій.

Саме ЗМІ є одним з індикаторів змін, що відбуваються в суспільстві, реалізуючи такі функції:

- з формування ціннісних орієнтацій, життєвих стратегій, зразків поведінки, звичок, уподобань;
- з трансляції соціального досвіду, що впливає на спрямованість процесу соціалізації молодого покоління;

- з регулювання соціальної взаємодії та контролю, пропагуючи норми, правила та зразки соціально схвалюваної поведінки;

- із забезпечення згуртованості, взаємозалежності та взаємної відповідальності, ідентичності членів суспільства (інтегративна функція);

- щодо задоволення індивідами, соціальними спільнотами та групами різних потреб, у тому числі інформаційних, освітніх, комунікаційних, рекреаційних тощо.

Слід зазначити, що ступінь і спрямованість реалізації кожної з цих функцій ЗМІ характеризує рівень розвитку даного соціуму.

Очевидно, що в соціальному регулюванні поведінки молоді важливу роль відіграють засоби масової інформації. Результати ряду досліджень свідчать, що, як правило, значну частину вільного часу молодь присвячує використанню різних форм засобів масової комунікації.

Проте, необхідно розуміти, що і свобода ЗМІ стає благом для розвитку суспільства лише тоді, коли вона враховує відповідальність. Відповідальність ЗМІ проявляється, перш за все, в екологічності тієї інформації, яку вони створюють і тиражують.

Екологічність інформації та відповідальність ЗМІ потрібно розглядати в прямому зв'язку з тим, чи сприяє ця інформація стабільності суспільства, чи служить вдосконаленню відносин між різними соціальними групами суспільства та навколишнім середовищем у широкому сенсі цього слова - між народами, містами, підприємствами, всередині кожної організації, у відносинах з навколишнім середовищем тощо [6, с. 33].

На думку Л. Короля та С. Максимець, діяльність ЗМІ повинна містити в собі потенціал розвитку особистості, рівень її поінформованості, розуміння сутності подій і явищ, що відбуваються в світі, країні, близькому оточенні; потенціал підвищення рівня культури і моральності людини, ступінь залученості до суспільних справ [15].

Але реальна ситуація така, що розвиток ринкової економіки призвів до переважання «капіталу» у всіх сферах життєдіяльності населення, включаючи

і засоби масової інформації. Комерціалізація ЗМІ зумовлює ослаблення їх виховної та освітньої функцій і переважання функцій розваги, задоволення споживчих інтересів.

Багато дослідників відзначають негативний вплив сучасних ЗМІ на молодіжну аудиторію, які транслюють досить великий потік насильства, агресивності, еротики та ледачого способу життя.

Так, спеціально проведений дослідниками аналіз дозволив виявити важливу закономірність у тому, що наростання інтенсивності трансляцій сцен насильства та еротики в релаксаційних фазах, коли знижений рівень самоконтролю та критичності, сприяє прийняттю глядачем негативних зразків поведінки. Більш того, наростання сцен агресії в нічні години телемовлення (стан «перед-сну») дозволяє поставити спеціальне питання про опрацювання девіантних моделей поведінки в сновидіннях [28; 31].

Очевидно, сучасні ЗМІ не завжди відповідально і вибірково підходять до вибору змісту інформації, що транслюється, часто популяризуючи асоціальну поведінку. Наприклад, через кінематограф, реаліті-шоу, шоу-бізнес активно пропагуються девіантні форми поведінки, де головні герої гордо демонструють свої шкідливі звички, антисупільні дії, нецензурну лексику, свободу і вседозволеність у міжособистісних і міжпоколінних відносинах.

Слід зазначити, що сприйняття та інтеріоризація всіх трансльованих форм поведінки, включаючи і явно девіантні, може призводити до того, що молоде покоління починає сприймати їх за норму і без особливих перешкод відтворювати в реальному житті, враховуючи у власній системі ціннісних орієнтацій і життєвих стратегіях, що обумовлює не вдосконалення і саморозвиток, а деградацію особистості, і навіть її руйнування.

В умовах сучасних суспільних змін соціалізаційні норми, ідеали, зразки поведінки зазнають кардинальних змін. Тому засоби масової інформації як один з найважливіших соціальних інститутів повинні транслювати аудиторії приклади ідеального типу особистості, соціально схвалюваної поведінки,

норми і правила, які будуть служити орієнтиром для наслідування не тільки молодому поколінню, а й суспільству в цілому.

Соціальне виховання - це виховання індивіда в конкретному соціумі, соціальному середовищі або соціальній громаді в ході його включення в них і взаємодії з ними. Мета соціального виховання дитини — сприяння розвитку дитини як особистості, реалізації її здібностей і можливостей у суспільстві, тобто сприяння накопиченню її соціального досвіду і формуванню соціальної компетентності дитини [30].

У сучасному світі ЗМІ взяли на себе значну частину функцій з формування свідомості людей, виховання їх смаків, поглядів, звичок, уподобань. Завдяки можливостям засобів масової інформації, особистість може ознайомитися з найрізноманітнішими проявами суспільного життя, скласти про них певне уявлення. Особливо сильний вплив ЗМІ здатні чинити на формування особистості неповнолітнього. Підлітковий вік, як відомо, є одним з найскладніших періодів. Змінюються світогляд, інтереси, погляди на навколишній світ особистості і на себе. Діти в цьому віці найбільш сприйнятливі і чутливі до всього, що їх оточує. Виражена нерівномірність дозрівання різних органічних систем в цей період призводить до підвищеної стомлюваності, збудливості, дратівливості, негативізму. Необхідно відзначити, що засоби масової інформації стали істотним фактором виховання — підлітки намагаються наслідувати поширені зразки. У зв'язку з цим слід підтримати правомірність сучасних дослідників про те, що вони, як одержувачі інформації, піддаються тиску і можуть легко стати жертвою шахраїв.

Відповідно до закону [Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX «Про медіа»](#) [8], ЗМІ — це періодичне друковане видання, мережеве видання, телеканал, радіоканал, телепрограма, радіопрограма, відеопрограма, кінохронікальна програма, інша форма періодичного поширення масової інформації під постійною назвою (назвою). У Законі подано визначення термінів (Ст. 1 Розділу I), зокрема:

- **друковане медіа** - медіа, що здійснює поширення інформації у текстовій чи візуальній формі на друкованих носіях, однотипно оформлене, виходить у світ через певні проміжки часу упродовж року - у міру настання відповідного періоду або накопичення матеріалу;

- **онлайнове медіа** - медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному вебсайті, крім медіа, які віднесені цим Законом до аудіовізуальних медіа.

Друковані ЗМІ, попри зниження своїх рейтингів, продовжують утримувати свою аудиторію. Інтерес до газет і журналів, призначених не тільки спеціально для дітей, але і для дорослих, починає проявлятися зазвичай з підліткового віку. Важливі кількість і якість тієї інформації, яка розміщена на сторінках періодичних видань і яка повинна враховувати потреби зростаючої особистості, допомагати формувати загальнолюдські цінності, мораль і базові компоненти культури. Таким чином, друковані видання повинні містити великий матеріал з даної тематики, оскільки виховання особистості з високим рівнем самосвідомості, готової до самовдосконалення і самовиховання, - дуже тривалий і трудомісткий процес.

Підліток, який освоює власне «Я», найбільше любить читати про життя своїх однолітків. На цьому і ґрунтуються редакції різних молодіжних журналів і видавництв, що їх друкують. Тематика подібних журналів, як правило, не відрізняється науковою пізнавальністю і різноманітністю. Їх основні рубрики: музика, мода, новини шоу-бізнесу, секс, гороскоп, тести, анекдоти. Цілком ймовірно, подібні видання не ставлять собі за мету розширення кругозору, підвищення рівня освіти та начитаності серед підлітків. Нова інформація активно поглинається дитиною, яка прагне все знати [16, с. 242].

Підлітку, який ще не навчився правильно відбирати і адекватно сприймати «дорослу» інформацію, необхідно вміло її надавати, причому

«невеликими дозами», оскільки психіка дитини в підлітковий період особливо сприйнятлива. Сучасні молодіжні видання зачасти не враховують цей фактор.

За даними ЮНІСЕФ, найбільш актуальним видом ЗМІ є Інтернет. Одним з негативних ефектів глобальної комп'ютерної мережі є широке поширення різної інформації сумнівного змісту. За статистичними даними, 9 з 10 дітей стикалися з порнографією в Мережі, близько 17% регулярно заглядають на заборонені ресурси, приблизно 5,5% готові втілити побачене там в життя. Існують сайти, присвячені порнографії, піротехніці, суїциду, обговоренню дії тих чи інших наркотиків. Подібним чином може послідувати захоплення девіаціями, що загрожують їх здоров'ю. За статистикою, найбільшим ризиком знайомства з деструктивними особистостями і спільнотами є спілкування в чатах або соціальних мережах. Підлітки можуть бути залучені до радикальних політичних груп, сатанинських культів, які існують у реальному світі, але брати участь у них підлітку легше, сидячи за комп'ютером у себе вдома. Онлайн-ігри завдають непоправної шкоди, займаючи у дитини переважну частину часу, відволікаючи її від занять і просоціального відпочинку, шкодячи психічному та фізичному здоров'ю [40].

Таким чином, можна зробити висновок, що сучасні медіасистеми значною мірою мають особливий вплив на особистість.

Пізнавальна, соціально значуща, гуманістично забарвлена інформація, якої потребують підлітки, нерідко підміняється деструктивно спрямованим змістом, розвагами.

Вільний доступ дитини до необмежених інформаційних ресурсів, таких як телебачення, різноманітні друковані видання, Інтернет (у тому числі за допомогою мобільного телефону) дає дитині можливість знайти будь-яку інформацію, яка не завжди є корисною для дитини, оскільки саме ЗМІ є одним з основних факторів соціального виховання дитини в сім'ї та поза нею.

Якщо раніше основними факторами соціального виховання дитини були школа, сім'я, батьки, то зараз цю роль взяли на себе ЗМІ. Але дитяча психіка, особливо в підлітковому віці, досить вразлива, тому вся інформація,

сприйнята дитиною із ЗМІ, має серйозний вплив на формування її особистості та соціальне виховання, в результаті чого дитина отримує нову інформацію про навколишній світ, людей, традиції, норми моралі та себе самого.

### **1.3. Соціальне виховання як ресурс особистісного розвитку**

Розглядаючи соціальне виховання – ресурс особистісного розвитку людини, яка реалізує себе як суб'єкт сучасного соціуму, можна визначити кілька основних складових цього процесу, зокрема: концептуальну, когнітивно-ціннісну, праксіологічну. Концептуальна складова розкриває основні стратегічні орієнтири соціального виховання – ресурс особистісного розвитку людини як суб'єкта сучасного соціуму. Когнітивно-ціннісна складова акумулює знання про сутність і цінність соціального виховання як ресурс особистісного розвитку людини в контексті її суб'єктного саморозвитку в сучасному соціумі. Практиологічна складова дозволяє систематизувати та аналізувати досвід і технології соціального виховання – ресурс особистісного розвитку людини як суб'єкта сучасного соціуму.

Розвиваючи теорію і практику соціального виховання, яке ми розглядаємо як ресурс особистісного розвитку людини, ми акцентуємо особливу увагу на необхідності та значущості формування у підлітків і молоді: суб'єктної позиції; комунікативних умінь; соціальних компетенцій; лідерського потенціалу.

Аналіз теорії та практики соціального виховання дозволяє нам стверджувати, що соціальне виховання – це дійсно ресурс, використовуючи який ми можемо розвивати людину як суб'єкта сучасного соціуму. По-перше, соціальне виховання дозволяє розкривати і конкретизувати концептуальні основи розвитку людини як суб'єкта соціуму, створюючи «простір цільової суб'єктної самореалізації». По-друге, соціальне виховання забезпечує людині формування стратегії «позитивної суб'єктної взаємодії». По-третє, соціальне виховання активізує про процес індивідуально-особистісного та групового

вдосконалення, використовуючи «технології практиологічної різноманітності» [17].

Соціальне виховання забезпечує успішне формування суб'єктної позиції особистості, відображає тенденції розвитку наукового знання про людину як суб'єкта соціуму, який, за словами Ю. Поліщука, завжди співвідносить знання про світ не тільки з обраними ним засобами пізнавальної діяльності, але і з ціннісно-цільовими структурами, втіленими в нормах і ціннісно-смыслових утвореннях особистості (як своєї, так і інших людей [22, с. 330].

Проблема формування суб'єктної позиції особистості людини розкрита в науковій філософській, психологічній, педагогічній літературі, в практиці соціального виховання.

Накопичено і емпіричний матеріал, необхідний для усвідомлення сутності та змісту поняття «суб'єктна позиція особистості», засобів і способів її формування у людини як суб'єкта сучасного соціуму.

Аналіз наукової літератури та вивчення реальної педагогічної практики дозволяють встановити, що залежно від того, як проблема суб'єктної позиції, суб'єктності вписана в коло наукових інтересів дослідників, вибираються основні аспекти її вивчення. Зокрема, обґрунтовується, що суб'єктна позиція «відображає і розвиває індивідуальність, авторство, суб'єктивність особистісної позиції, вихід за межі заданої діяльності, вироблення перспектив подальшого саморозвитку; надає діяльності неповторну, особистісну своєрідність; характеризує спосіб особистісного і професійного існування людини»; виражає авторство, індивідуальність, самостійність, суб'єктивність особистості, її активно-перетворювальну стратегію; визначає характер діяльності людини, спрямованої на пізнання і перетворення культури і себе в культурі [18, с. 22-25].

Проведений нами аналіз наукової педагогічної літератури та вивчення реальної практики соціального виховання показує, що сучасне соціальне виховання в основному розглядається як ресурс особистісного розвитку людини, але в той же час, пріоритет віддається зовнішнім впливам на людину,

що росте (педагог, батьки, групи, освітні установи, соціум), а характеристика людини як суб'єкта сучасного соціуму в соціальній педагогіці обмежується констатацією значимості цього процесу [17; 18; 22; 26; 30].

Конкретизація наукового уявлення про соціальне виховання – ресурс особистісного розвитку людини як суб'єкта сучасного соціуму, ґрунтується в наших наукових дослідженнях на розвитку відносно постійних, затребуваних людиною, позитивних і креативних суб'єкт-об'єктних і суб'єкт-суб'єктних відносин людини до світу як об'єктивного соціуму, що забезпечує формування концепції суб'єктного розвитку людини; до самого себе як цілеспрямовано діючого, активно, креативно і позитивно взаємодіючого суб'єкта; до інших людей як суб'єктів соціуму, що підтримують людину в реалізації її ціннісно-смыслових і практиологічних стратегій.

Ми обґрунтовано вважаємо, що соціальне виховання тільки тоді виступає як ресурс особистісного розвитку людини, коли орієнтує її на суб'єктну самореалізацію, що забезпечує формування власної концепції особистісного розвитку людини як суб'єкта соціуму; самостійне знаходження людиною стратегічних орієнтирів, що розкривають об'єктно-суб'єктну спрямованість людини; активне, позитивно-креативне самовдосконалення в практиологічному просторі соціуму [30].

У теорії соціального виховання конкретизується наукове уявлення про педагогічну сутність і зміст поняття «суб'єктна позиція особистості»; «суб'єкт соціуму», визначаються принципи і зміст соціального виховання як ресурс особистісного розвитку людини в сучасному соціумі. Важливо визначити напрямки діяльності вчених, педагогів-практиків, установ, організацій, усіх зацікавлених осіб у соціальному вихованні суб'єкта сучасного соціуму. У педагогічних дослідженнях розробляються моделі і програми соціального виховання, аналізується їх специфіка і значимість як ресурс особистісного розвитку людини – суб'єкта сучасного соціуму.

Однією з актуальних проблем соціального виховання є розвиток здатності людини бути суб'єктом пізнання, спілкування та діяльності, що

дозволяють активно і цілеспрямовано здійснювати обмін способами цілепокладання, діяльності, рефлексії, проектувати передбачувані напрямки і шляхи активної, креативно-позитивної взаємодії, в яких представлена як сама людина, так і її соціальне оточення. У характеристиках людини як суб'єкта соціуму відображається: об'єктна спрямованість, предметний зміст, індивідуальне цілепокладання, практика спілкування і діяльності, потреба в рефлексії, необхідність постійно фіксувати ступінь активності, самостійності, позитивності та креативності людини. Саме це, на нашу думку, є необхідною характеристикою результативності соціального виховання – ресурсу особистісного розвитку людини як суб'єкта сучасного соціуму. Таким чином, соціальне виховання, як теорія і практика, розробляючи концепції, реалізуючи стратегії, зберігаючи і вдосконалюючи технології практичної діяльності, може об'єктивно виступати ресурсом особистісного розвитку людини як суб'єкта сучасного соціуму.

## **Розділ II. Практичні аспекти проблеми впливу засобів масової інформації на соціальне виховання особистості**

### **2.1. Емпіричне дослідження впливу ЗМІ на соціальне виховання особистості**

Соціальне виховання – складний процес, об'єктивно покликане надавати людині можливість продуктивної самореалізації. Сучасні тенденції соціального виховання можна охарактеризувати таким чином: технологічність, індивідуалізація, інноваційність.

Соціальне виховання вирішує численні завдання. Соціальне виховання стає фактором продуктивної самореалізації особистості, якщо дає можливість вирішити такі завдання:

- навчити ефективним прийомам освоєння інформаційного простору;
- індивідуалізувати освітній маршрут учнів;
- забезпечити формування суб'єктної позиції в соціопросторі;
- інтегрувати основні види діяльності освітнього закладу [22].

Дотримання законів, що захищають незміцнілу психіку і свідомість дітей, правильний підбір програм для перегляду, друкованої продукції, комп'ютерних ігор – все це допоможе звести до мінімуму шкоду від потоку інформації. Останнім часом вчені і психологи всього світу б'ють на сполох з цього приводу.

В рамках нашого дослідження ми провели роботу, спрямовану на перевірку того, чи використання ЗМІ впливає на успішність соціального виховання особистості.

Дослідження було проведене серед учнів восьми-дев'ятих класів Самбірської гімназії №9 імені Андрія Струся. Вибірку склали 43 підлітки, віком від 14 до 15 років. У ході дослідження був використаний метод

анкетування (див. Додаток А). Анкетування передбачало з'ясування впливу ЗМІ на соціальне виховання:

1. З'ясування основної мети використання Інтернету.
2. Визначення у яких соціальних мережах підлітки проводять найбільше часу, у яких саме, які основні види діяльності соцмереж.
3. З'ясування загальної задоволеності сучасних підлітків телевізійними програмами, визначення найбільш популярних.
4. Визначення впливу телебачення на соціальне виховання опитуваних на підставі їхніх висновків та тверджень, зроблених за підсумками перегляду телепередач.
5. З'ясування того, чи читають підлітки друковані ЗМІ, яке тематичне спрямування цих друкованих видань.
6. З'ясування того, чи слухають радіо опитувані підлітки.

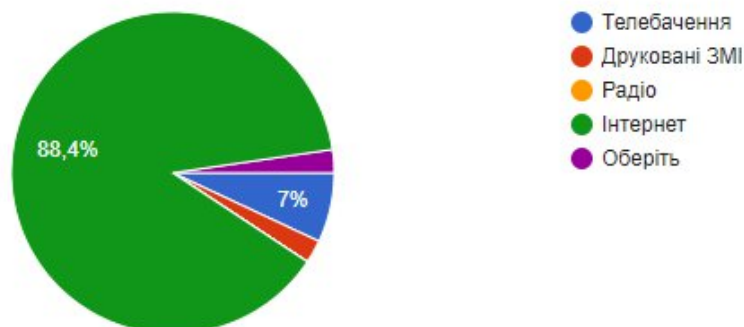
Щодо того, які медіа джерела опитувані використовують найчастіше, відповіді розподілилися так: 88,4 % опитуваних використовують Інтернет-джерела, для 7 % важливим є перегляд телепрограм і тільки 2,3 % вважають важливою пресу (див. Діаграму №1). Отож, можемо вважати, що найбільш популярним засобом масової інформації серед опитуваних є мережа INTERNET.

Зважаючи такі отримані дані, слід особливу увагу приділити тому, який позитивний та негативний вплив на соціальне виховання дітей та молоді несе це джерело. Відповіді на це питання можна побачити на діаграмі №1.

Діаграма №1

Якими джерелами засобів масової інформації ви користуєтесь найчастіше?

43 відповіді



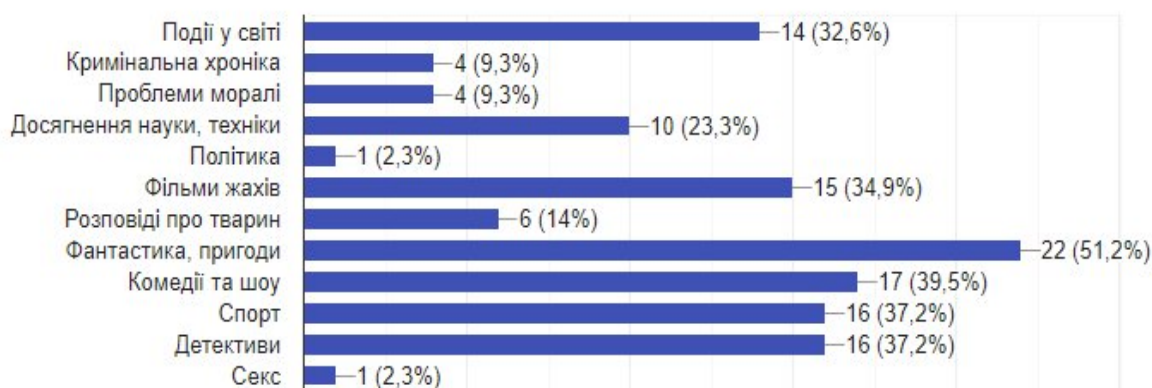
Проаналізувавши відповіді учнів щодо того, які телепередачі є популярними для них, які фільми їх найбільше цікавлять, отримуємо такі дані:

- фантастика, пригоди, комедії та розважальні шоу – 1 місце;
- спорт, детективи та фільми жахів – 2 місце;
- досягнення науки і техніки, передачі про тварин – 3 місце;
- кримінальна хроніка та проблеми моралі – 4 місце;
- секс, політика – 5 місце (див. Діаграму №2).

Діаграма №2

Що найбільше цікавить вас у кінофільмах, у передачах телебачення?

43 відповіді



Ми також поставили питання, які дозволили б нам виявити задоволеність опитуваних телевізійними програмами різного спрямування (див. Діаграму №3).

### Діаграма №3

Чи відповідають телевізійні програми твоєму запиту на:...?



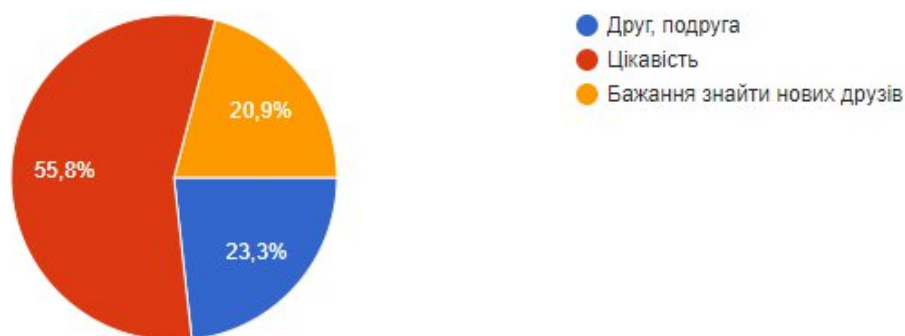
Перегляд телепрограм впливає на різні соціальні групи. У своєму прагненні орієнтувати аудиторію у подіях, що відбуваються, медіа часто здійснюють соціальні дослідження різних соціальних інституцій, їх запитів, і в кінцевому результаті роблять свої припущення чи висновки та висвітлюють пропозиції. Саме це безсумнівно справляє вплив на соціальне виховання особистості.

Щодо запитання мотивації зареєструватися у соціальних мережах, 55,8% опитуваних назвали цікавість, 23,3 % опитуваних зізналися, що присутність у мережі друга чи подруги мотивувало і їх зареєструватися, 20,9% – через бажання спілкування з новими людьми та нового кола знайомств (див. Діаграму №4).

### Діаграма №4

Що вас підштовхнуло зареєструватися в соціальній мережі?

43 відповіді



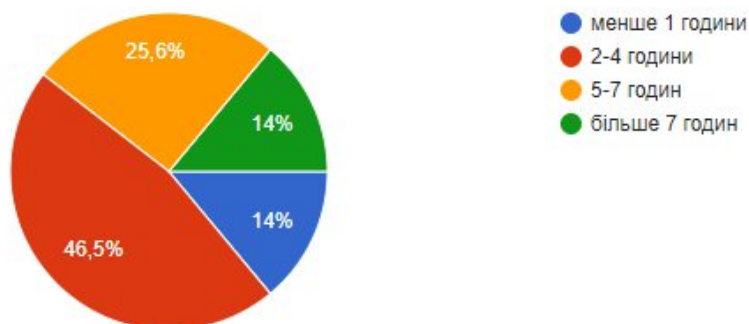
Згідно отриманих відповідей, можемо зазначити, що обраний більшістю респондентів фактор цікавості, може нести як негативний, так і позитивний вплив. Те, що респонденти можуть шукати та переглядати будь яку інформацію, у тому числі, ту, яка шкодить психічному чи соціальному здоров'ю, є негативним впливом ЗМІ. А от можливість цікавитися розвитком передових технологій, науки, подіями у світі, належить до позитивного впливу.

Аналізуючи тривалість перебування опитуваних у соціальних мережах, можемо зауважити, що 20 (майже половина) опитаних користуються соціальними мережами від 2 до 4 години, 11 підлітків – 5-7 годин. Окрім того, шестеро респондентів зізналися, що проводять у соцмережах більше 7 годин та шестеро відповіли, що менше однієї години (див. Діаграму №5).

#### Діаграма №5

Скільки часу щодня ви проводите в усіх зареєстрованих соціальних мережах в цілому?

43 відповіді



Уже той факт, що значна кількість респондентів проводять свій час у соціальних мережах від 4 до 7 годин, може нести негативний вплив на їх фізичне, психічне чи соціальне здоров'я.

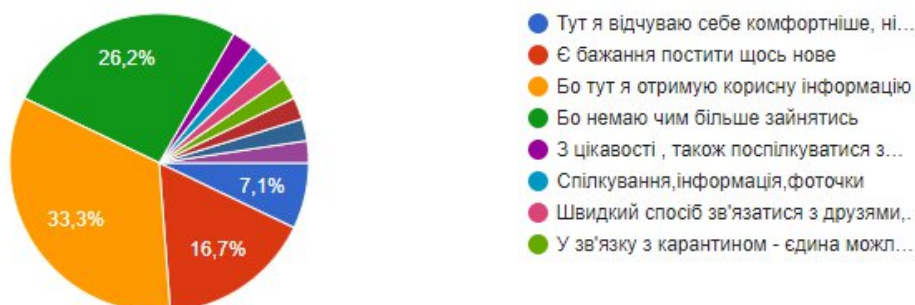
До причин, через які опитувані проводять час у соціальних мережах, належать:

- підтримка зв'язку друзями, однолітками, знайомими;

- підтримка зв'язку з людьми, з якими вони не бачилися спочатку через карантин, а після повномасштабного вторгнення, через виїзд за кордон;
- можливість зайняти вільний час;
- допомога у пошуку необхідну інформації, у тому числі, навчального характеру (див. Діаграму №6).

### Діаграма №6

Чому ви відвідуєте соціальні мережі?

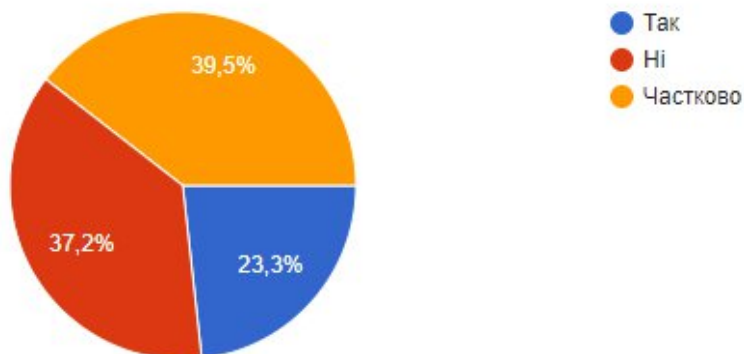


Наступним питанням було про залежність опитаних від соціальних мереж і тут відповіді були такі: 37,2% опитаних стверджували, що вони не є залежними від соціальних мереж, 23,3% визнали, що відчувають залежність від соціальних мереж. 39,5% опитуваних відповіли, що залежність від соціальних мереж у них частково присутня (див. Діаграму №7).

### Діаграма №7

Чи вважаєте ви, що у вас є залежність від соціальних мереж?

43 відповіді



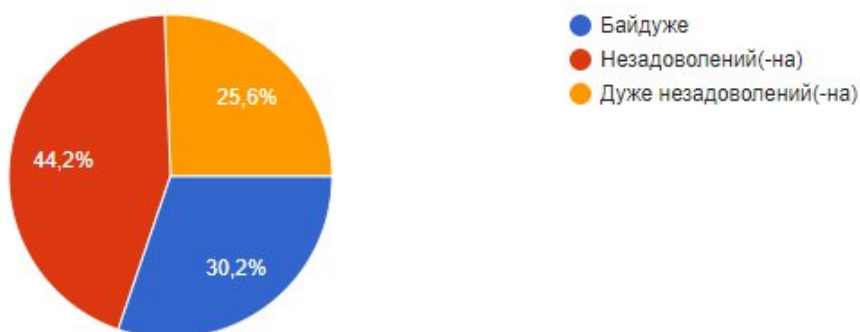
Із отриманих відповідей випливає, що досить значний відсоток опитуваних серед тих, хто вважає себе залежними або частково залежними від соцмереж.

Щодо запитання, якою буде реакція опитуваних у випадку закриття соціальних мереж, то відповідь «Мені байдуже» дали 30,2% опитаних, відповідь «Буду не задоволеним» дали 44,2% респондентів, ще 25,6 % відповіли, що будуть дуже незадоволені, мотивуючи це тим, що у соцмережі міститься уся необхідна їм інформація та контакти (див. Діаграму №8)

Діаграма №8

Яка буде ваша реакція, якщо випадково станеться, що всі соціальні мережі й подібні сайти у світі закриють?

43 відповіді

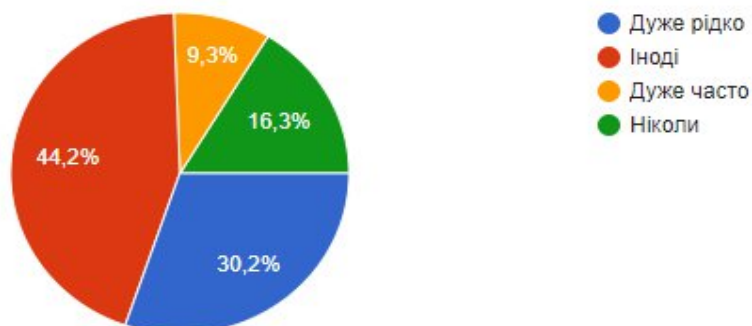


Фактом, що насторожує, є те, що 44,2% опитуваних дали відповідь, що через довге перебування в соціальних мережах іноді не виконували домашнє завдання, ще у 9,3 % респонденті така ситуація є звичною і лише у 16,3 % такого не трапляється (див. Діаграму №9).

## Діаграма №9

Чи бувало так, що ви не встигали зробити домашнє завдання через тривале використання засобів масової інформації?

43 відповіді

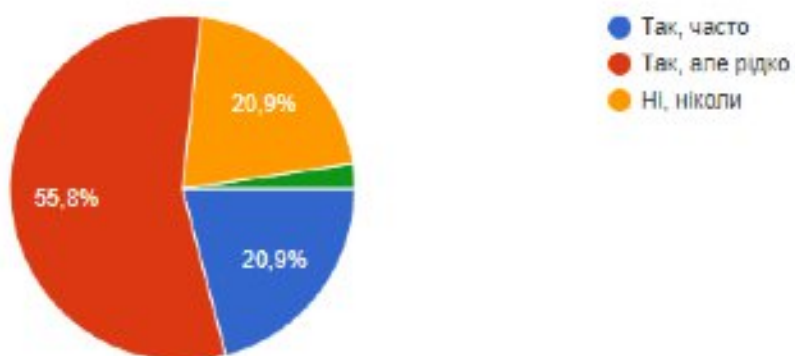


На наше запитання, чи читають підлітки друковані ЗМІ, 55,8 % відповіли, що рідко читають друковані ЗМІ; 20,9 % не читають ні пресу, ні книги, взагалі. Майже половина респондентів за останні п'ять років прочитали більше п'яти книг, однак, прикрим є той факт, що 9,3 % за цей час не прочитали жодної книги. Отож, отримані нами дані говорять, що опитувані надають перевагу соціальним мережам перед читанням преси чи книги (див. Діаграму №10-11).

## Діаграма №10

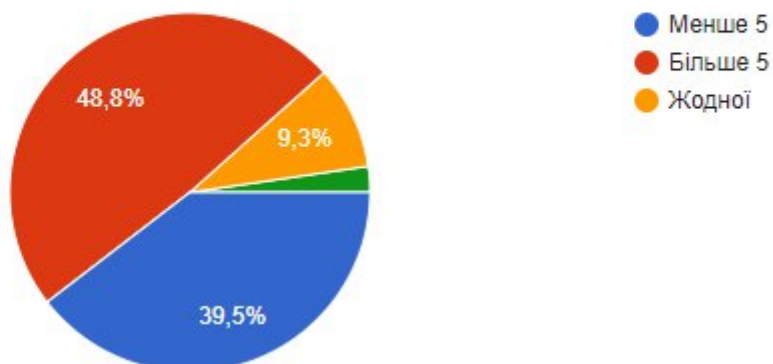
Чи використовуєте ви друковані ЗМІ і як часто?

43 відповіді



Скільки книг ви прочитали за останні 5 років?

43 відповіді

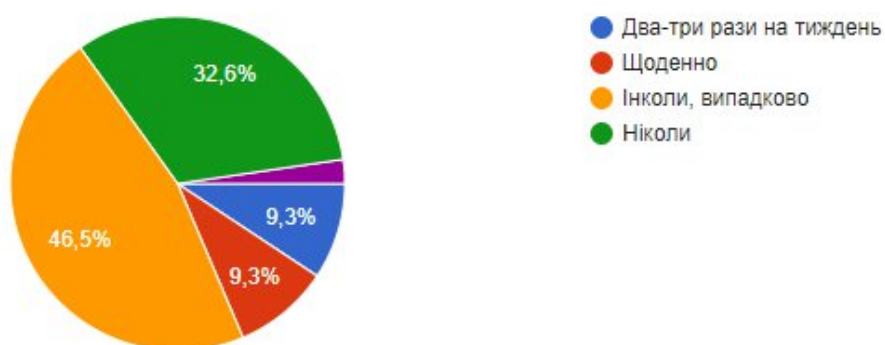


Щодо прослуховування радіо, то 74,4 % опитаних вважають радіо застарілим джерелом отримання інформації, а 36,2 % опитаних його не слухають взагалі (див. Діаграму №12).

Діаграма №12

Як часто ви слухаєте радіо?

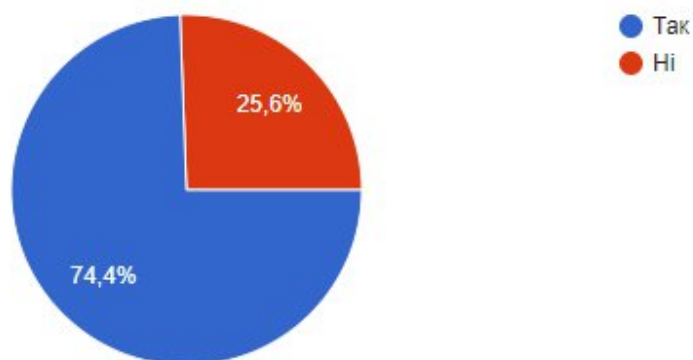
43 відповіді



Діаграма №13

Чи можна зробити висновок, що радіо - це застаріле джерело засобів масової інформації?

43 відповіді

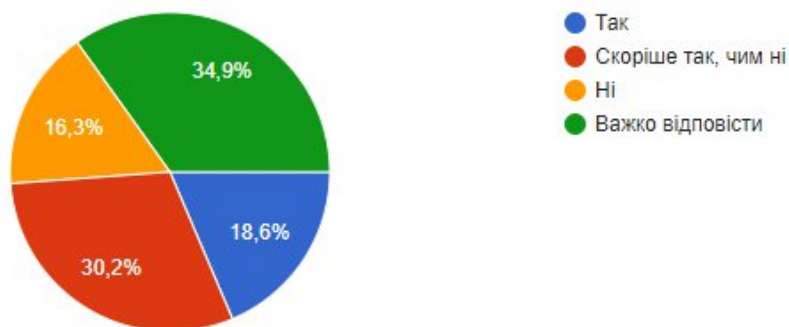


Щодо запитання, чи мають ЗМІ вплив на формування девіантної поведінки, 30,2 % сказали, що скоріше так, ніж ні; 16,3 % – ні; а 34,9 % не змогли дати однозначну відповідь (див. Діаграму №14).

Діаграма №14

Як Ви думаєте, чи впливають ЗМІ на поширення наркоманії, алкоголізму, злочинності в підлітковому середовищі?

43 відповіді



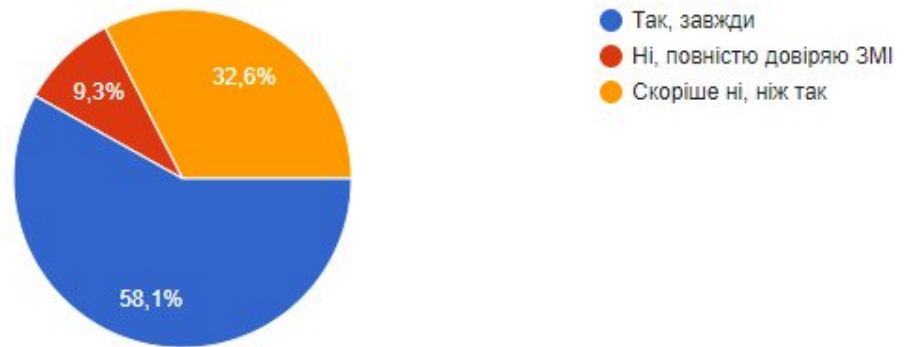
Занепокоєння викликає те, що 39,9 % опитаних повністю довіряє ЗМІ, що може нести певну небезпеку, адже в Інтернеті можна наразитися на онлайн-загрози: кібершахрайство, порнографію, різноманітні прояви збочень, онлайн-насилля та інший негативний контент.

Лише трохи більше половини респондентів (58,1 %) зауважили, що намагаються аналізувати інформацію, отриману із ЗМІ (див. Діаграму №15).

Діаграма №15

Чи аналізуєте ви інформацію, яку отримуєте від ЗМІ?

43 відповіді



Підбиваючи підсумки під відповідями респондентів, можемо виділити цілу низку проблем:

- низький рівень обізнаності дорослих перед онлайн загрозами, які не можуть убезпечити дитину, адже самі мало розуміються на всіх тонкощах користування Інтернетом, а також часто не можуть пояснити, що інформацію потрібно аналізувати та перевіряти;
- формальний підхід у педагогів щодо використання ЗМІ як потужного засобу впливу на особистість з метою її соціального виховання;
- нагальну потребу у формуванні медіаграмотності особистості та культури використання ЗМІ.

## **2.2. Медіаосвіта та медіаграмотність як спосіб підвищення особистістю культури користування ЗМІ**

Медіаосвіта як молодий напрямок у педагогіці пов'язаний з пізнанням закономірностей масової комунікації, розвитком культури спілкування з медіа, комунікативних здібностей, критичного мислення, навчанням різних форм самовираження за допомогою технічних засобів. Активне включення медіаосвітнього компонента на різних рівнях освітньої системи, апріорі могло

б створити умови для оволодіння навичками самостійної роботи з джерелами інформації, а також для повноцінної та ефективної практики духовно-морального виховання. У даному контексті особливого значення набуває педагогічний потенціал засобів масової інформації (ЗМІ), звернення до якого дозволяє оцінити можливості їх впливу на суспільство в цілому і на кожну людину окремо [27, с. 58].

Розкриваючи потенційні можливості медіаосвіти у вихованні молоді, нам видається необхідним дослідження педагогічного потенціалу засобів масової інформації, оскільки саме ЗМІ виконують, зокрема, важливу виховну та педагогічну функцію і відіграють певну роль у передачі досвіду від одного покоління до іншого. Можна зробити висновок, що засоби масової інформації в суспільстві здійснюють безперервний процес виховання і навчання не тільки дітей, а й дорослих.

Необхідно зазначити, що, як правило, осмислення педагогічного потенціалу ЗМІ здійснюється через цілеспрямоване включення сучасних інформаційних засобів у навчально-виховний процес.

Однак, педагогічний потенціал може реалізовуватися і в практиці щоденної взаємодії особистості зі ЗМІ.

Медіаосвітня діяльність засобів масової інформації реалізується тільки в результаті взаємообміну інформацією, практичним досвідом, емоціями. Цілісність медіаосвітньої системи можна розглядати як міру такої її інтегративної якості, як інтерактивність [9].

Педагогічний потенціал засобів масової інформації за своєю суттю є нейтральним. Використовуючи мас-медіа як комунікативний інструмент, суспільство на свій розсуд реалізує педагогічний потенціал ЗМІ, їх інформаційні тексти та всю ЗМІ-продукцію для утвердження власних духовно-матеріальних цінностей.

Педагогічний потенціал засобів масової інформації проявляється постійно і повсюдно. Виховна роль сучасних мас-медіа величезна і не підлягає сумніву. Тому так важливо сьогодні виявити особливості педагогічного

потенціалу ЗМІ, провести їх функціональний і типологічний аналіз, визначити місце і роль в системі суспільства, в його духовному житті і соціальній діяльності. Можна виділити чотири групи функціонально-педагогічних орієнтацій у сфері ЗМІ: освітню, розвиваючу, комунікативну, виховну.

До групи освітніх педагогічних функцій ЗМІ можна віднести комплекс гносеологічних функцій, що формують у споживача інформації духовно-ідеальні образи і коригують систему когнітивних, емоційних і поведінкових реакцій аудиторій ЗМІ.

В рамках освітньо-орієнтованих функцій, образний ряд ЗМІ виступає як метод пізнання світу - формування духовно-ідеальних образів і створення нової реальності.

Розвивальна орієнтація функціонування ЗМІ призводить до формування певного особистісного рівня споживача інформації, багато в чому визначаючи характер взаємодії з іншими людьми та навколишнім світом.

Комунікативна орієнтація визначається самою природою ЗМІ як організатора масового спілкування в системі масових комунікацій, що поширює нові системи думок і впливає на поведінку людей.

Група соціально-виховних функцій ЗМІ формує ціннісні орієнтації споживача інформації. Найважливішою сферою діяльності ЗМІ є ціннісне орієнтування. На думку Н. В. Комуґіна, власне педагогічна діяльність ЗМІ полягає в процесі передачі та освоєння соціального досвіду людства [9, с. 55]. У педагогічній діяльності сьогодні накопичено багатий досвід щодо зберігання, накопичення та трансляції соціального досвіду. Можна зазначити, що педагогічні процеси включають в себе три системи соціальних цінностей: система знань, система умінь і система ціннісних установок.

Науковими підставами вивчення педагогічного потенціалу засобів масової інформації пропонується позначити наступні: загальнопедагогічна, філософська, культурологічна, феноменологічна, соціально-психологічна, інформаційно-технічна. Кожна з цих основ об'єднує в собі комплекс певних

наукових уявлень, необхідних для розуміння феномену ЗМІ в їх педагогічному аспекті.

Загальнопедагогічна основа дає можливість визначити місце і роль ЗМІ в сучасній системі освіти, що надзвичайно важливо в процесі формування і становлення особистості. Загальнопедагогічна основа реалізації педагогічного потенціалу ЗМІ базується на основних принципах медіапедагогіки. Медіапедагогіка, доповнюючи «класичну» педагогіку, розширює можливості самої педагогіки.

Розкриваючи особливості медіапедагогіки, можна відзначити, що медіапедагогіка будується на базі педагогіки соціально-комунікативної системи ЗМІ, яка формує у споживача інформації певну систему поглядів на світ і місце в ньому людини, на взаємовідносини людини і суспільства, на діяльність самих ЗМІ в цьому суспільстві. Медіапедагогіка використовує всі досягнення теоретичного розвитку педагогічної думки, а також прикладні форми педагогічної взаємодії людей. При цьому для педагогічного аспекту діяльності ЗМІ важливо підкреслити зосередженість саме на проблемах людини, особистості і суспільства, на процесах людського виховання, освіти і навчання [7].

Медіапедагогіка, розташовуючись за формами свого впливу ближче до гуманітарної естетико-художньої області, використовує тисячолітній досвід художньо-естетичного впливу, накопиченого в сфері історії та теорії мистецтва і, перш за все, різних проявів художнього аспекту масової культури.

Соціально-філософська основа вивчення ЗМІ, яка включає в себе діалектичний метод, видається найбільш прийнятною для вивчення педагогічного потенціалу ЗМІ і визначається системно-інтегративним підходом, що дозволяє позначити ЗМІ як соціально-комунікативну систему.

Засоби масової інформації, поширюючи свої повідомлення в суспільстві, будучи засобом комунікації, мають певні цілі і завдання, функціонують

систематично і є частиною всіх соціокультурних процесів суспільства. Як системне утворення ЗМІ мають свою структуру, зміст і динаміку.

Організаційні особливості, впорядкована сукупність компонентів і відносин, об'єднаних певною логікою розвитку, знаходять відображення в структурі. Сукупність системоутворюючих елементів становить зміст системи. Процеси функціонування, діяльності, зовнішні та внутрішні логічні зміни характеризують динаміку системи.

Важливою характеристикою педагогічної системи ЗМІ є її включеність у життя всієї суспільної системи та їх діалектична взаємодія.

Принцип діалогу культур у його виховній значенні реалізується при розкритті культурологічних зв'язків ЗМІ в суспільстві.

ЗМІ як педагогічна соціально-комунікативна система, ґрунтуючись на широкому культурологічному фундаменті, є частиною загальної культури суспільства. Культурологія, що вивчає специфіку людської культурної діяльності, розглядає суспільство як сукупність соціальних утворень - культурних продуктів [9, с. 75].

Функціонування педагогічної системи ЗМІ є частиною загального культурного процесу. ЗМІ існують у культурі суспільства, саморозкриваючись і демонструючи себе суспільству як феномен і предмет культури. Однак і саме суспільство говорить через взаємодію із ЗМІ. Процес розуміння в системі ЗМІ є актом формування розуміючої свідомості, що існує в культурному просторі.

Важливим видається феноменологічне обґрунтування, що розкриває різні аспекти педагогічного значення ЗМІ-феноменів у руслі герменевтичної філософської традиції нового часу. Феноменологія виходить з положення, що світ людини і світ навколишніх її явищ онтологічно злиті воедино - вони спочатку взаємопов'язані.

Соціально-психологічна основа вивчення педагогічного потенціалу ЗМІ реалізується при розгляді їх як каналу і засобу людського спілкування, що є специфічним способом взаємодії. Традиційно спілкування базується на контакті, зв'язку, взаємодії, передбачає комунікативну діяльність людини і

існує в людському суспільстві. Проте осмислення даного феномену, зокрема, в російській філософській школі XIX-XX ст., виводить поняття спілкування на рівень «людина - універсум» з рівня «людина-людина». Тобто, людина здатна до спілкування як з іншою людиною, так і з усім світом.

Засоби масової інформації як соціально-комунікативне явище активно включаються в процес людського спілкування і є його частиною. У процесі глобальних комунікативних контактів людини досягається власне мета ЗМІ, що виражається в систематичному масовому спілкуванні людей. Подібна взаємодія впливає як на існування самих засобів масової інформації та особливості їх педагогічного функціонування, так і безпосередньо на людину – споживача інформації [15].

Інформаційно-технічна основа також є необхідною, оскільки дає уявлення про нові інформаційні педагогічні технології, що глобально реалізуються ЗМІ. Поряд із зростаючою роллю інформаційних технологій, необхідно відзначити той факт, що останнім часом має місце так званий «безконтрольний» розвиток техніки, коли техніка, набуваючи більш самостійного значення, розглядається вже не тільки як помічник людини, але як рівноправний учасник спілкування. Очевидним результатом технологізації є феномен технофобії. В цілому, необхідно відзначити, що питання про співвідношення людського і технічного в сучасному світі, залишається сьогодні одним з найважливіших, в тому числі і для соціально-комунікативної системи засобів масової інформації.

Інформація (від латинського «informatio» - «роз'яснення», «виклад») як термін має загальнонауковий зміст [3]. Спочатку слово «інформація» означало відомості, які передавалися усно, письмово або будь-яким іншим способом, будь то умовні сигнали, технічні засоби тощо. Для педагогічного функціонування ЗМІ важливе розуміння інформації як відомостей корисних, сприйнятих, зрозумілих і оцінених. Припустимо, що отримана і зрозуміла інформація не сприймається одержувачем як корисна, в результаті, інформація не сприймається в повному обсязі, а відноситься одержувачем до

прагматичних шумів. Звідси випливає, що передані відомості за допомогою ЗМІ розцінюються як інформація тільки тоді, коли залучаються до процесу спілкування і починають використовуватися. Тобто, інформація - це відомості, у яких є споживач, що застосовує їх. У цьому випадку інформація актуалізується, а до того часу залишається в статусі потенційної, що очікує своєї реалізації [41].

Слід зазначити загальну гуманістичну орієнтацію в змістовному наповненні всіх методологічних засад і підходів, детерміновану функціонуванням ЗМІ в людському суспільстві, що існують як канал багатовимірного людського спілкування.

Ці підстави, необхідні для вивчення педагогічного потенціалу ЗМІ, розглядаються в єдиному змістовно-смісловому просторі процесу виховання.

Висновки дослідження та перспективи подальших досліджень даного напрямку. В цілому можна зробити висновок, що медіаосвіта має свої педагогічні технології саморозвитку та самореалізації, творчої активізації людини. Під педагогічним потенціалом медіаосвіти ми розуміємо рухливу систему, що забезпечує виховання та освіту особистості, її соціалізацію на матеріалах медіа та за допомогою матеріалів медіа. Медіаосвіта не тільки розширює або коригує обмеження стандартної середньої та вищої освіти, але й змінює сфери освіти [34, с. 60].

Якщо традиційна освіта найчастіше використовує інформаційні, навчальні технології (з опорою на інтелект, розумові дії), орієнтовані на середньостатистичного учня, то соціально-інтегруючі, практико-діяльнісні технології медіаосвіти передбачають оволодіння різними прийомами організації навчальної та виховної діяльності, пов'язаної з реалізацією художньо-творчого потенціалу особистості учня. Дидактичний ефект медіаосвіти в мотивації, систематизації та поглибленні знань учнів, розвитку їх мовлення, пам'яті, критичного мислення, творчих і комунікативних здібностей, естетичного сприйняття та аналізу безсумнівний. Різноманітність виразних засобів, багатоваріантність форм їх використання відповідно до

цілей, методів, прийомів, завдань навчального заняття допомагають зробити процес навчання повним, вплинути на глибину і практичність засвоєння навчального матеріалу. Використовуючи елементи медіаосвіти, можна ширше застосовувати метод індивідуальної самостійної роботи.

Необхідність розробки нових навчальних технологій зараз є однією з найгостріших проблем сучасної педагогіки. Навчальна технологія в медіаосвіті повинна сприяти розвитку і формуванню необхідних на цьому етапі розвитку суспільства соціальних і світоглядних якостей. Педагогічна технологія являє собою сукупність дій і умов, послідовне здійснення яких призведе до вирішення цілей і завдань медіаосвіти. При цьому педагогічні технології повинні забезпечувати тісний взаємозв'язок навчання, освіти і виховання.

У праці О. Дубасенюк знаходимо таке визначення: «Медіаосвітні технології – це окрема галузь педагогіки, яка спеціалізується на розвитку теорії медіаосвіти і методів навчання з використанням медіапродуктів та мас-медіа. Вона досліджує зміст медіаосвіти, визначає закономірності, принципи, методи та організаційні форми такого навчання. Медіадидактика також прагне гуманізувати освіту та сприяти підвищенню інтелектуального, культурного, духовного та морального рівня майбутніх фахівців» [7, с. 67].

Інтеграція медіаосвіти у шкільні дисципліни полягає в тому, щоб знаходити якомога більше точок дотику навчальної інформації кожної освітньої галузі та інформаційних потоків, з якими зіштовхується учень поза школою.

Особливості змісту медіаосвіти, інтегрованої в різні шкільні дисципліни, є те, що фактологічна основа того чи іншого навчального предмета одночасно є фактологічною основою медіаосвіти. Зміст медіаосвіти входить у контекст змісту тих чи інших навчальних дисциплін, на основі тематичних, інструментальних, історико-логічних, фактологічних та інших взаємозв'язків.

На уроці учні повинні вирішувати такі медіаосвітні завдання:

- Пошук важливої інформації в тексті;

- Критично оцінювати прочитану чи почуту інформацію;
- З'ясувати істинну позицію автора, висловлену приховано або в підтексті;
- Поглибити поняття про загальнолюдські проблеми та їхній зв'язок з нашою сучасністю;
- Виробляти вміння формулювати власний погляд та обґрунтовувати її у дискусії;
- Формувати не лише вміння відстоювати свою думку, а й уміння займати активну громадську позицію [13].

Започаткування видань в школі у вигляді: газет, он-лайн журналів, радіо та TV передач дасть змогу винести здобуте на уроках на ширший загал. Створюється докільця для обговорення проблем, досягнень, загальнолюдських цінностей. Виникає можливість створити позитивний приклад «героя дня». Спрацьовують особливості підліткової психології – прагнення до самоствердження, бажання успіху як мотиваційний рушійний момент для участі в такій діяльності. Безумовно, не всі вміють викласти на папері свої думки. Для цього можуть бути різні шляхи самореалізації в «медіа-центрі»: технік обладнання, редактор тексту, фотокореспондент. Але всіх об'єднує одна справа, відповідальність за справу, результативність діяльності.

Проблеми школи та її досягнення можуть стати темою публікацій місцевих газет.

Внутрішні видання мають бути зорієнтовані на вікові особливості учнів:

- Молодший шкільний вік (проект «Всеукраїнська школа онлайн», що транслює уроки для початкової школи, сайт На Урок, Всеосвіта);
- Середня школа (основною метою і темою може бути розвінчування попси, сленгу, ідей кримінальної культури, насильства, відстоювання прав дітей в суспільстві та сім'ї);
- Старша школа (орієнтири у виборі майбутньої професії адаптивність до нового докільця після закінчення школи);

Отож ця ідея може стати дієвою силою соціального виховання молоді лише у тій школі, де вона не буде заформалізована. Там, де технології медіаосвіти є реальністю кожного навчального дня.

### **Висновки**

Соціальне виховання як цілеспрямований, інтегрований, багатогранний процес розвитку та реалізації особистості має факторний вплив, стаючи її рушійною силою, за умови: стратегічної визначеності, технологічної розробленості, професійної забезпеченості. Чималий вплив на соціальне виховання мають засоби масової інформації.

У сучасному суспільстві відбувається криза традиційних інститутів соціалізації (сім'я, школа, референтні групи), і медіасередовище стає одним з її найважливіших інститутів. Тим самим вона витісняє сформовані форми соціального виховання інформаційними, які відіграють важливу роль у розвитку особистості, замінюють традиційні способи виховання і диктують свої зразки та «ідеали» для життя підростаючого покоління.

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.

Вважаємо, що засоби масової інформації несуть такі позитивні впливи на соціальне виховання особистості:

- 1) ознайомлення дитини зі світом культури;
- 2) трансляція соціальних цінностей, завдань, смислів, норм і правил;
- 3) орієнтація дитини в системі соціальних і міжособистісних ролей і відносин;
- 4) формування комунікативної культури, забезпечення дитині переживання почуття прийняття і безпеки.

Позитивні впливи медіапродукції на соціальне виховання підростаючого покоління повинні полягати, на сам перед, в розвитку ціннісних орієнтацій особистості, адже спочатку медіасередовище зароджувалося як виховний засіб і як ідеальний приклад для підростаючої особистості.

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.

Аналіз наукової літератури та проведене емпіричне дослідження дозволяють зробити висновок, що впливу засобів масової інформації на соціальне виховання особистості буде ефективним при дотриманні таких умов:

- 1) інтерес педагогів і батьків до того, який контент дивиться чи читає підростаюче покоління;
- 2) проведення інформаційних заходів про вплив медіапродукції на особистість;
- 3) обговорення переглянутих медіасюжетів у класі;
- 4) обговорення інформаційної безпеки;

5) стимулювання зацікавленості дитини до даної проблематики та її власної роботи над собою;

6) організація на державному рівні визначення результатів впливу ЗМІ на підростаюче покоління;

7) психолого-педагогічна підтримка формування у школярів критичного мислення, медіаосвіти та формування у них медіаграмотності.

Таким чином, якщо організувати комплексну роботу з батьками, педагогами, підростаючим поколінням і молоддю, можна буде сформувати певні якості особистості, завдяки яким підростаюче покоління зможе аналізувати деструктивний вплив медіасередовища, критично ставитися до поданої інформації, а також вміти протистояти маніпуляціям.

### **Список використаних джерел**

1. Безпалько О. В. Соціальна педагогіка в схемах і таблицях : навч. посіб. К.: Центр навч. літератури, 2003. 140 с.
2. Булах І. С. Психологія особистісного зростання підлітка: Монографія. К.: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2003. 340 с.
3. Голубєва Л. В. Телебачення як фактор соціального виховання дітей. Початкова школа. 2012. № 8. С. 42–47.
4. Городенко Л.М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? Актуальні питання масової комунікації. 2013. Вип. 14. С. 65–69.
5. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. Український науковий журнал «Освіта регіону». 2014. №1–2. С. 80–85.

6. 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.
7. 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.
8. Закон України про медіа від 13.12.2022. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-IX#Text>
9. Зражевська Н. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. Актуальні питання масової комунікації. 2013. Вип. 14. С. 70 –75.
10. Капська А. Й. Соціальна робота : навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2013. 328 с.
11. Коваль Л. Г. Соціальна педагогіка / Соціальна робота : навч. посібник. Л. Г. Коваль, І. Д. Зверева, С. Р. Хлеб'юк. К. : ІЗМН, 1997. 392 с.
12. Козир Л. М. Медіаосвіта як напрям навчально-виховного процесу. Наукові записи ТНПУ, 2013 № 3. С. 81-85.
13. Комугіна Н. В. Упровадження медіаосвіти у навчально-виховному процесі. Управління школою, 2012. № 19/21. С. 57-66.
14. Конах В.К. Виникнення та еволюція поняття «медіа-простір» в науковій думці. Вісник Дніпропетровського університету. Політологія. 2015. Вип. 2. 113 с.
15. Король Л. М., Максимець С.М. Психологічні чинники впливу ЗМІ на формування особистості сучасної молоді. «Наука і освіта». №5. 2014. С. 157-162.
16. 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.
17. Лимар Ю. В. Соціальне виховання в Україні: теоретико-методологічний аспект [Електронний ресурс].  
Режим доступу: <http://sjournal.cdu.edu.ua/base/2008/v3/v3pp125-127.pdf>
  18. Лобанова С. І. Сучасні підходи до визначення сутності поняття «соціальне виховання». Соціальна педагогіка : теорія та практика. Луганськ, 2010. №3. С. 19-27.
  19. Мак-Квейл. Теорія масової комунікації. Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010.
  20. Михайльова К., Шкурапет, Н. Потенціал використання понять «спосіб життя» та «стиль життя» для соціологічного аналізу практик щодо індивідуального здоров'я. Соціологічні студії. 2020. 1 (16). 64–74. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2020-01-64-74>
  21. Москаленко В. В. Соціальна психологія : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Центр навч. літератури, 2005. 624 с.
  22. Поліщук Ю. Й. Соціальне виховання учнівської молоді як соціально-педагогічна проблема. 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.
  23. Полевікова О. В. Специфіка впровадження дошкільної медіаосвіти на Херсонщині. Наукові записи ТНПУ 2013. С.108- 113.
  24. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика, 2010. ПАІС. 244 с
  25. Савченко С., Караман О. Кіберсоціалізація молоді в умовах інформаційної війни Росії проти України. Вісник НАПН України, 2021. 3(1). С. 2-4.
  26. Сейко Н. А. Соціальна педагогіка : курс лекцій. Житомир : ЖДПУ, 2002. 260 с.
  27. Слюсаревський М. Медіаосвіта: українська перспектива. Рідна школа, 2010. № 9. С. 57-58.

28. 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)
29. Соціальна робота в Україні : навч. посіб. / за заг. ред. : І. Д. Зверевої, Г. М. Лактіонової. К. : Наук. світ, 2003. 233 с.
30. Соціальне виховання. Принципи соціального виховання. Особистісний, віковий, гендерний, диференційний, індивідуальний підходи у соціальному вихованні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://psi-help.com>.
31. Степанов В.Ю. Вплив засобів масової інформації на свідомість молоді. Культура України. Випуск 38, 2012. С. 145-149.
32. Тадаєва А.В. 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». 2016. 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)
33. Толмачова І.Г. Роль медіа-засобів у формуванні медіа-компетентності майбутніх учителів початкової школи. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 2019. 1(324) Ч. 2. 276–287.
34. Федоров А. Медіаосвіта: уроки творчих завдань для школярів. Відкритий урок: розробки, технології, досвід. 2008, № 1. С. 56-60.
35. Шевченко Л., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Медіалінгвістика : словник термінів і понять Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2014. 326 с.
36. 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
37. 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.

38. Dominick, J.R. Social Effects of Mass Communication. McGraw-Hill Higher Education. 2011. с. 467.
39. Dominik, J.R. Social Effects of Mass Communication. McGraw-Hill Higher Education. 2011. с. 469.
40. <https://www.unicef.org/ukraine/press-release/actively-check-online-sources>
41. [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)

## ДОДАТКИ

### Додаток А

«Анкетування впливу ЗМІ на процес соціального виховання»

1. Ваш вік? \_\_\_\_\_
2. Якими джерелами засобів масової інформації ви користуєтесь найчастіше?
  - Телебачення
  - Інтернет
  - Друковані ЗМІ
  - Радіо
3. Що найбільше цікавить тебе у кінофільмах, у передачах телебачення?
  - кримінальна хроніка;

- події у світі;
- досягнення науки, техніки;
- проблеми моралі;
- політика;
- спорт;
- фантастика, пригоди;
- секс;
- комедії та шоу;
- фільми жахів;
- детективи;
- розповіді про тварин;

4. Чи відповідають телевізійні програми твоєму запиту на:...?

- Одержання інформації.
- Питання ідеології та політики.
- Формування загальної думки людей.
- Культурно-освітні програми.
- Розваги та просто відпочинок.
- Рекламно-довідкову продукцію.

5. Що вас підштовхнуло зареєструватися в соціальній мережі?

- Друг (подруга)
- Бажання завести нових друзів
- Цікавість
- Навчальна чи робоча необхідність

6. Скільки часу щодня Ви проводите в усіх зареєстрованих соціальних мережах в цілому?

- Менше 1 год.
- 2-4 год.
- 5-7 год.
- Більше 7 год.

7. Я використовую соціальні мережі, тому що:

- вони допомагають підтримувати зв'язок зі знайомими;
- мені комфортніше спілкуватись в інтернеті, ніж вживу;
- вони допомагають зв'язатися з людьми, яких я не бачив деякий час у

зв'язку з карантинном.

8. Чи вважаєте ви, що у вас є залежність від соціальних мереж?

- Так;
- Ні;
- Частково.

9. Якщо випадково станеться, що всі соціальні мережі й тому подібні сайти у світі закриють, ви будете ...?

- Дуже незадоволений(-на);
- Незадоволений(-на);
- Байдуже.

10. Чи бувало так, що ви не встигали зробити домашнє завдання через тривале використання засобів масової інформації?

- Ніколи;
- Іноколи;
- Дуже часто.

11. Чи використовуєте ви друковані ЗМІ і як часто? \*(книги, газети і т.д.)

- Так, часто;
- Так, але рідко;
- Ні, ніколи;

12. Скільки книг ви прочитали за останні 5 років?

- Більше 5;
- Менше 5;
- Жодної

13. Чи можна зробити висновок, що радіо - це застаріле джерело засобів масової інформації?

- Так;
- Ні

14. Як Ви думаєте, чи впливають ЗМІ на поширення наркоманії, алкоголізму, злочинності в підлітковому середовищі?

- Так;
- Скоріше так, ніж ні;
- Ні;
- Важко відповісти.

15. Чи аналізуєте ви інформацію, яку отримуєте від ЗМІ?

- Так, завжди;
- Ні, повністю довіряю ЗМІ;
- Скоріше так, ніж ні.