

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Факультет педагогіки, психології та соціальної роботи

Кафедра педагогіки та соціальної роботи

**ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА
ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДЛІТКІВ**

Дипломна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка VI курсу, групи 614
спеціальності 231 «Соціальна робота»

Клічук Дарина Віталіївна

Керівник:

доцент, кандидат педагогічних наук

Кучумова Наталія Іванівна

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри № 4

від «23» листопада 2021 р.

завідувач кафедри _____ Людмила Тимчук

Чернівці – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЗМІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ	6
1.1 Поняття, види та функції ЗМІ	6
1.2 Механізми впливу ЗМІ на свідомість людини та підлітка	9
РОЗДІЛ 2. ЗМІ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛІЗАЦІЇ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ	16
2.1 Дослідження впливу традиційних ЗМІ на процес соціалізації підлітків.....	16
2.2 Роль мережі Інтернет у соціалізації в підлітковому віці	23
2.3 Емпіричне дослідження впливу ЗМІ на процес соціалізації підлітків	31
2.4 Розробка інтегрованого курсу програми «Цифрова та медіаграмотність»	42
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТОК А	64
ДОДАТОК Б	67

ВСТУП

Сучасне суспільство можна охарактеризувати як інформаційне, головним скарбом якого є інформація. Об'єктивною закономірністю розвитку такого середовища стало збільшення інформаційних процесів: подвоюється швидкість передачі повідомлень; зростає обсяг інформації, яка передається; прискорюється її обробка. Цей процес може спричиняти негативний вплив на людину, зокрема підлітка, спричиняти інформаційні перевантаження, і у висновку знижує можливість думати та міркувати. Значне занепокоєння викликає великий вплив сучасних засобів масової інформації на підростаюче покоління. До того ж, такий вплив дуже часто може бути негативним. Це підтверджується і існуючими дослідженнями [22], і у цілому ситуацією в суспільстві. Хвиля насильства, що захопила суспільство, зростання необгрунованої агресії, руйнування знайомих загальнолюдських цінностей, відсутність у підлітків певних соціально-моральних орієнтирів, духовних якостей – все це, перш за все, зумовлено сучасним станом засобів масової комунікації.

Соціалізація – складний, багатоплановий процес, який зумовлює успішне становлення людини в суспільстві. У процесі такого становлення відбувається певне засвоєння людиною соціальних норм і правил, культури, також формуються зразки поведінки, засвоюються різні соціальні ролі. Процес соціалізації відбувається при взаємодії індивіда з оточуючим його середовищем, що справляє значний вплив на становлення особистості.

Підлітковий вік є важливим етапом соціалізації, адже саме в його межах відбувається перехід від дитинства до дорослості, закладаються основні світоглядні погляди. На процес соціалізації підлітка впливає сім'я, школа, різні соціальні системи, в які входить підліток. Слід зауважити, що велику роль в

житті підлітків відіграють також засоби масової інформації, що безпосередньо позначається на їх соціалізації. Так, згідно з результатами дослідження, проведеного Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України, у свій вільний від навчання час підлітки: дивляться телевізор (46 %), спілкуються з друзями (38 %), гуляють (35 %), грають в комп'ютерні ігри (57 %), слухають музику (27 %), займаються в гуртку чи секції (18 %), а також читають книги і періодичні видання (17%). В Україні 72,7 % підлітків використовують інтернет для розваг й проводять у мережі багато часу, що не пов'язано із навчанням [26].

Проблема впливу засобів масової інформації (далі – ЗМІ), в сучасному світі постає особливо гостро з огляду на їхній постійний, динамічний розвиток. Підліток оточений насиченим інформаційним середовищем, і знаходиться під постійним впливом з боку ЗМІ, що відповідно відбивається на його поведінці, формуванні етичних норм і принципів та подальшому розвитку в соціальному середовищі. Саме за допомогою засобів масової інформації підліток спілкується з іншими однолітками, збільшує собі дозвілля, отримує певну інформацію; така широка участь цих засобів у житті підлітка, робить їх одним з основних факторів, що впливають на соціалізацію.

Професійний інтерес науковців до різних видів і рівнів особистісних змін, що відбуваються в підлітковому віці досить значний та стійкий. В нашій країні та за кордоном накопичений чималий досвід дослідження підліткового віку. Зокрема, розвитку особистості у підлітковому віці присвячені праці Г. С. Абрамової, Л. І. Божович, М. Й. Боришевського, А. В. Брушлінського, І. С. Булах, Ш. Бюллер, Б. Зазо, І. В. Дубровіної, Х. Жинот, Т. М. Зелінської, В. Т. Кондратенко, М. Коул, І. Ю. Кулагіної, А. Є. Лічко, А. М. Прихожан, Ф. Райса, Х. Ремшмідта та ін.

Ціла низка публікацій є присвяченою також аналізу різних аспектів функціонування ЗМІ в суспільстві. Зокрема, Н. В. Костенко аналізує теоретичні та методологічні засади функціонування ЗМІ, цінності у масовій комунікації. Особливості діяльності ЗМІ, місце та роль мас-медіа, зокрема в

українських реаліях, досліджували Л. В. Губерський, В. А. Вергун, В. Ф. Іванов, А. З. Москаленко та ін. Позитивні та негативні аспекти впливу засобів масової інформації, передусім, на молоде покоління вивчав В. Ю. Степанов. В роботах М. М. Матвійчук представлені дослідження організації медіаосвіти в соціально-педагогічній сфері.

Проте, слід відзначити, що характерною ознакою переважної більшості наявних на сьогодні досліджень є те, що вони здійснювалися з соціологічної, культурологічної, соціально-психологічної чи соціально-педагогічної перспективи. Водночас можна вести мову про їх фактичну відсутність в рамках соціальної роботи, що й зумовило наш інтерес до проблематики дослідження.

З огляду на актуальність та ступінь дослідженості проблеми нами була обрана тема курсової роботи.

Об'єкт дослідження – засоби масової інформації як інструмент інформаційного впливу.

Предмет дослідження – функціонування засобів масової інформації як агента соціалізації підлітків.

Методи дослідження – опитування та анкетування, аналіз, порівняння, узагальнення.

Метою роботи є вивчення специфіки впливу засобів масової інформації на соціалізацію особистості у підлітковому віці.

Для реалізації поставленої мети нами було визначено такі **завдання**:

1. Охарактеризувати основні види засобів масової інформації та визначити їх функції.
2. Визначити механізми впливу засобів масової інформації на свідомість людини.
3. Проаналізувати вплив засобів масової інформації на соціалізацію особистості у підлітковому віці.
4. Емпірично дослідити вплив засобів масової комунікації на процес соціалізації підлітків.

Структура роботи. Дипломна робота складається з вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (31 найменування), Додатку А та Додатку Б.

РОЗДІЛ I

ЗМІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

1.1. Поняття, види та функції ЗМІ

Засоби масової інформації — це система установ, як спрямовані на якнайбільше поширення різної інформації для максимально великого кола людей, що здійснюється за допомогою різних технічних засобів [23, с. 421]. ЗМІ – це самостійна система, яку можна охарактеризувати великою кількістю складових елементів: властивостями, змістом, формою і тощо. Відмінні риси ЗМІ – це публічність, постійно змінюється аудиторія, в залежності від інформації, яку ЗМІ передає.

Поняття "засоби масової інформації" не варто порівнювати з поняттям "засоби масової комунікації". Це не зовсім вірно, оскільки ЗМК має набагато більший спектр засобів. Сюди можна віднести кіно, театри, цирки, в загальному всі вистави, які відрізняють регулярністю звернення до масової аудиторії.

Журналістика пов'язана з використанням різних технічних засобів комунікації – преси (інформація поширюється за допомогою друкованого тексту та зображення), радіо (інформація передається за допомогою електромагнітних хвиль) і телебачення (інформація передається також за допомогою електромагнітних хвиль).

Використовуючи ці три підсистеми ЗМІ виникли: преса, радіо і телебачення, кожна із цих підсистем складається з великої кількості каналів – різних газет та журналів, різної книжкової продукції, великої кількості програм телебачення, які здатні поширюватися як і по всьому всесвіту так і по невеликих областях чи регіонах. Кожна із цих підсистем має і виконує свою частину функцій журналістики [15].

У друку є властивості, за якими він зазнає поразки порівняно з іншими засобами комунікації. Якщо телебачення і особливо радіо можуть передавати інформацію практично безперервно і найбільшою мірою оперативно, то друк самою технологією приречений на періодичність випуску номерів і книг. Саме тому, преса програє в оперативності інформування. Це найбільше відноситься до преси, яка поширена по всій країні. Взагалі специфіка телевізора можна сказати з'явилась на перетині можливостей радіо і кіно. Оскільки телебачення взяло від радіо можливість передавати сигнал на далекі відстані – і саме цей сигнал має звукову і відеоінформацію, яка на екрані телевізора в залежності від характеру передачі несе кінематографічний характер або ж характер фотокадру, схеми, графіка і т.д.

Телебачення, друк та радіо репрезентують собою характерний "тріумвірат" засобів масової інформації, кожний з яких має ряд характеристик, що проявляється у вигляді і способах донесення інформації до аудиторії. Але, при наявності специфічних властивостей преса, радіо і телебачення мають одну спільну властивість – це здатність оперативно донести до великої аудиторії словесно - понятійну і емоційно - образну інформацію.

Завдяки досягненням людини в науці та техніці призвели до створення таких ЗМІ як інтернет і реклама.

Аналізуючі останні роки то можна побачити як швидко розвивають усі сфери ЗМІ і при цьому розвитку практично повністю відсутні будь-які бар'єри. В ЗМІ одну із найважливіших ролей відіграє саме інтернет - глобальна система пошуку і передачі інформації. Реклама – це специфічна інформація про певні осіб чи продукт, вона поширюється з метою одержання прибутку [13].

Одним із найважливіших моментів систем соціальної діяльності є саме розгляд та аналіз функцій.

Загалом ЗМІ виконують велику кількість функцій у різних сферах суспільного життя. Так, наприклад, С.Г. Корконосенко [15, с. 53] виділяє такі сфери: економічну, політичну, духовно-ідеологічну і соціальну. ЗМІ відіграє свої соціальні ролі у кожній з цих сфер:

1. Виробничо-економічну;
2. Регулюючу;
3. Духовно-ідеологічну;
4. Інформаційно-комунікативну.

У виховному плані дослідники виділяють такі важливі функції засобів масової інформації [7; с.10]:

1) Рекреативна – ЗМІ виконують в першу чергу рекреативну роль, оскільки багато в чому визначають проведення вільного часу людей. Ця роль відноситься до всіх людей (в тому числі і до підлітків), так як відпочинок на дозвіллі з книгою, в кіно, перед телевізором чи з комп'ютером розвантажує їх від буденних проблем та турбот.

2) Релаксаційна – набуває специфічного відтінку, коли мова йде про підлітків. Для великої частини підлітків перегляд телепередач, проведення часу за комп'ютером, прослуховування музики, для когось навіть і читання стають можливістю відволіктись від певних проблем з сім'єю чи однолітками.

3) Інформаційно-пізнавальна – сфери ЗМІ спрямовуються на потребу людей у пізнанні світу, зосереджені на необхідності пізнання світу, пошуку різних фактів та ідей про захоплюючі явища та суспільні події.

4) Нормативна – за допомогою засобів масової інформації серед людей пропагуються норми і зразки поведінки в суспільстві, затверджується система цінностей.

5) Інтегративна – засоби масової інформації об'єднують маси навколо ідей, сприяють формуванню у підлітків загальних позицій, аналізу тих чи інших подій в суспільстві.

6) Розважально-компенсаторна – ця функція засобів масової інформації особливо важлива для підліткового віку. Коли підліток після шкільного дня сідає перед телеекраном то в нього змінюється настрій, він отримує заряд позитивних та яскравих емоцій.

7) Фонова – радіо, телебачення, звукозапис дозволяють багатьом людям уникнути самотності. Єдина в сім'ї дитина, яка готує уроки в порожній

квартирі під звуки телевізора або магнітофона – явище, яке давно вже стало звичним. Втім, цим же способом він може закриватися від батьків, для того, щоб не чути сварок батьків чи неприємних розмов.

Можна сказати, що різні автори по-своєму бачать та представляють функції засобів масової інформації. Один із найпростіших поділів функцій можна вважати таким [10]:

1. Гуманітарні функції ЗМІ, які діляться на:

- інформаційну функцію — це поширення різної інформації, яка найбільш важлива для суспільства.

- освітню функцію — її мета навчити та донести до людей певні знання, також вміння адекватно оцінювати та упорядковувати інформацію, яка надходить.

- функцію соціалізації — її мета навчити людину адаптуватися в суспільстві за допомогою засвоєння людиною суспільно-моральних норм та цінностей.

2. Політичні функції ЗМІ – мета цієї функції направляти вплив на окремі групи суспільства. Завдяки цій функції політична влада починає впливати на громадську думку. Найбільше це виражено під час політичних виборів, оскільки саме тоді влада нав'язує свої погляди, думки та стереотипи, маніпулює цілями в результаті чого людина виконує певну, потрібну їм дію.

Отже, можна сказати, що однією спільною ознакою усіх видів ЗМІ є їхня мета : якнайбільше поширення різної інформації для максимально великого кола, а також ЗМІ виконують велику кількість функцій у різних сферах суспільного життя.

1.2. Механізми впливу ЗМІ на свідомість людини

У сучасному світі ЗМІ має великий вплив на формування світогляду людей. ЗМІ впливаю на маси за допомогою навіювання та переконання. У результаті культивування і тиражування інформації стосовно духовних цінностей, соціальних вимог стандартизуються і стереотипізуються поведінкові й світоглядні норми суспільного життя [25].

Зазвичай ЗМІ не привчають людей замислюватись над причинами чи наслідками тих чи інших фактів, і цим самим вони створюють людину, якою легко маніпулювати, яка піддається впливу тій інформації, що надходить; створюється малосвідома особа. Засоби масової інформації за допомогою психологічного пресу впливають на людей, навіюють їм один і той же стереотип поведінки чи норми.

Можна зазначити, що «ЗМІ мають справу з інформацією, і саме контроль за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати у ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми на сьогодні є найбільш актуальними. Штучно відтворюється таке явище, як медіасвідомість (тобто свідомість, заснована на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі), коли реальність, пропонована ЗМІ, відрізняється від дійсної. Громадська думка через медіасвідомість значно спотворюється та має значні відмінності з реальністю» [4].

Взагалі вся ця медіа – маніпуляція має певну мету і цілі певних індивідів, тобто вона використовує кимось для когось.

Вплив засобів масової інформації можна назвати неоднозначним, оскільки в ньому присутні як і позитивні властивості, так і негативні. Безумовно, соціалізація не може проходити без участі ЗМІ, і для того, щоб вона проходила якнайкраще, необхідно виховна участь різних соціальних інститутів, таких як школа, секції, друзі, колеги та сім'я. З їх допомогою можливо розвинути у людини вміння аналізувати та відсіювати негативну інформацію, розуміти її наслідки впливу, відбирати та сприймати тільки пізнавальну або навчальну інформацію, яка не шкодить психіці.

Людина вільна в своїх вчинках в рамках інформації, яка надходить йому про навколишній світ. ЗМІ змушують людину вчинити не так, як якщо б вона, наприклад, мала у своєму розпорядженні повну і достовірну інформацію про дійсність [21, с. 375].

Людина влаштована так, що вона звертає набагато більше уваги на те, хто говорить і як говорить, ніж на те, що говорять. Тобто поведінка телеведучого в кадрі, тембр його голосу, елементи руху, ставлення до події, оточення, все, що можна назвати зовнішньої модуляцією повідомлення, діють на людину більше, ніж безпосередня інформація, оскільки потрапляє відразу в підсвідомість, минаючи канали логіки і аналізу.

Однією із найбільших переваг ЗМІ є те, що люди сприймають інформацію, вони змушені це робити, але вони не завжди мають можливість відповісти на неї. Тобто, їхня бурхлива негативна реакція залишається при них і тим самим тільки підсилює емоційний стан людини. Оскільки, аудиторія, яка сприймає інформацію, а це можуть бути як і слухачі так і глядачі, перебувають на самоті, коли до них надходить інформація, або в родинному колі чи в компанії з друзями, і вони можуть виплескувати свої заперечення хіба один одному. Тобто зараз, при теперішній системі інформування люди виконують тільки пасивну роль об'єкта впливу.

ЗМІ, будучи одним із соціальних інститутів, в тій чи іншій мірі виконують замовлення окремих соціальних груп (в основному тих, які володіють політичної або економічної владою) на певний вплив на населення в цілому, а також на окремі вікові та соціальні верстви. Це і дозволяє вважати, що ЗМІ в тій чи іншій мірі використовують направлений вплив на суспільство в цілому. Відзначимо два аспекти цього впливу.

По-перше, ЗМІ формують у людей цінностей у сфері політики чи економіки, впливають на засвоєння різних соціальних норм та ін.

По-друге, засоби масової інформації фактично являють собою систему неформальної освіти, освіти різних верств населення. Всі користувачі ЗМІ

набувають різних відомостей з різноманітних питань суспільно-політичного життя.

Саме через загальний вплив на суспільство в цілому ЗМІ впливає на кожну людину окремо, і тим самим формує у людей однакові емоції. ЗМІ впливає на формування громадської думки, як наприклад, громадська думка про запобігання загальнолюдських проблем. Тому, саме тут ЗМІ можуть маніпулювати людьми, створювати хибну громадську думку, та навіювати потрібні цілі. Громадська думка виступає в контрольній, консультативній функції [29].

ЗМІ використовує найдієвіший прийом роботи з суспільством : максимально швидко інформувати про події одними із найперших [25]. Оскільки той засіб, який найперший повідомив про певну «гарячу» подію стає найпопулярнішим серед глядачів. В кінцевому результаті визначається рейтинг засобу інформації і після цього зростає її фінансове благополуччя. Тому, журналісти завжди організовують все максимально швидко, вони прагнуть до надоперативності, і для цього допускають як і правду, такі неправду в прямих ефірах з місця подій. Для цього вони використовують всі методи, навіть ті, які можна вважати безтактовними і навіть моментами піддають загрози життя людей. ЗМІ всіма силами старається класичну світову культуру перетворити у масову культуру. А саме ця, масова культура, спрямована проти духовного та особистісного розвитку індивіди. Її мета – позбавити людину внутрішнього світу, привчити жити за певними стандартами та стереотипами, позбавити людину самостійності. Духовна культура поступово замінюється на культуру "зірок", які штучно вирощені ЗМІ. Люди все більше прислуховуються до співаків, блогерів чи інших популярних людей, підлітки обирають собі кумира і починають наслідувати йому: одягатись так само, змінювати свій зовнішній вигляд, переймати на себе поведінку, яка не завжди є позитивною.

Г. Крайг говорив про те, що на підліткову психіку з боку ЗМІ чиниться більше впливу, ніж на психіку дорослої людини, оскільки, психіка підлітка

знаходиться в беззахисному стані. «Підлітки, фізичні і розумові здібності, яких розвиваються швидко, особливо уразливі, будучи пасивними споживачами засобів масової інформації. Нерідко вони будують моделі своєї поведінки на основі спостережуваних ними повсякденних або неординарних подій на екрані і в житті, тим самим, потрапляють під вплив тиражованих засобів масової інформації форм поведінки і норм життя » [17].

Механізми впливу ЗМІ на людей обумовлені глибоким знанням психології особистості і груп, саме тому існує великий тиск на світогляд людини, прояви її активності.

Основними механізмами впливу засобів масової інформації на психіку людини, на думку С. А. Зелінського, є ідентифікація, сублімація, проекція, інтродекція, витіснення, розщеплення, заперечення, зміщення, ізоляція, регресія [15].

1. Ідентифікація – передбачає ототожнення себе з певним суб'єктом (наприклад, з персонажем фільму).

2. Сублімація – виражається в тому, що глядач, відчуваючи внутрішню тривожність, знаходить її заміщення на перемиканні на позитивні заняття, наприклад перегляд фільму.

3. Проекція – людина приписує свої негативні якості іншим, і таким чином тимчасово позбавляється від них.

4.Інтродекція. Інтродекціювати можуть риси обличчя, до яких глядач формує найрізноманітніші установки. Часто інтродекціюється об'єкт, який втрачено: ця втрата замінюється інтродекцією об'єкта свого Я.

5. Витіснення. Це процес, при якому зі свідомості виключаються почуття, думки, бажання, які заподіюють сором і почуття провини.

6. Розщеплення. При цьому процесі глядач розділяє «хороше» і «погане».

7. Заперечення. Глядач при сприйнятті негативної інформації несвідомо заперечує її.

8. Зміщення. У людини відбувається перемикання уваги з об'єкта, що цікавить на сторонній.

9. Ізоляція – абстрагування від чогось тривожного і хвилюючого.

10. Регресія. Глядач постійно повертається думками в минуле, яке було краще теперішнього. Це особливо добре проявляється при перегляді старих фільмів.

В сучасному світі можна виділити наступні способи медіа-маніпуляції на аудиторію для вигоди влади чи певних компаній:

1) «Спіраль мовчання». Це явище дослідила Е. Ноель-Нойманн. Суть його полягає в тому, що особистість краще залишить свої погляди та думки невисловленими, якщо вона розуміє, що вони не підтримаються іншими людьми. Таким чином, «спіраль мовчання» зв'язана із ізольованістю індивіда [19].

2) Техніка «сандвіча». Назва «сандвіч» означає накладання один на одного різних матеріалів. Цей ефект полягає у тому, що протиставляються позитивні та негативні образи. «Отруйний сандвіч» – позитивна подія або факт. «Цукровий сандвіч» – навпаки, негативний факт [19].

3) Міфи. Зазвичай серед масової комунікації розповсюджуються різні соціальні міфи – це такі розповіді, які сприймаються без істотних на те фактів. ЗМІ бере активну участь у їх створенні та трансляції. Американський професор Г.Шиллера, виділив декільки основних соціальних міфів, за допомогою яких формується свідомість людини та суспільства в цілому:

- міф про свободу кожного індивіда;
- міф про реальні егоїстичні особливості людини, агресивність до навколишнього середовища;
- міф про відсутність в суспільстві різного роду соціальних конфліктів[30].

4) Створення інформаційної реальності. Людина завжди потребує інформації про те, що відбувається в світі, інформації, яка зачіпає її інтереси, навіть тоді, коли немає доступу до цієї інформації. Проте ЗМІ не завжди відображають реальні та чисті факти, а Але ЗМІ можуть відображати не чисті факти, а тільки пояснюють їх своїми словами. Тому замість відображення

дійсності вони створюють псевдореальність, у якій за допомогою шаблонів маркують і закріплюють необхідну інформацію [30].

5) Стереотипізація. ЗМІ діють на людину і суспільство і формують різні стереотипи. Перша із особливостей цього типу полягає в тому, що інформація, яка надається ЗМІ проходить відбір, її класифікують та «випускають» у світ. Саме на цьому рівні і відбувається стереотипізація інформації.

6) Посилання на анонімний авторитет. Тобто, авторитет на якого рівняються може бути чи політичною фігурою, лікарем, письменником тощо. Ім'я цієї людини не повідомляється. При цьому для того, щоб більше переконати людей можуть цитуватись різні документи. Наприклад: «Науковці встановили...», «Лікарі рекомендують...», «Політичний діяч повідомляє...» тощо. Такі посилання на неіснуючий авторитет створюють солідність в очах громадян, зважаючи на те, що відповідальність за неправдиву інформацію журналісти не несуть, оскільки джерело не ідентифіковане.

7) Буденна розповідь. Як доведено, щоб люди все менше боялись насильства, вбивств тощо, ЗМІ кожного дня повідомляє про найважчі з них. Через декілька таких ефірів люди перестають реагувати на найжахливіші злочини і масові вбивства, оскільки в них виникає психологічний ефект звикання.

Таким чином, засоби масової інформації мають великі можливості впливу на особистість та суспільство загалом. Вони буквально стають вихователями молодого покоління, важливим фактором формування світогляду значних людських мас, спонукання їх до певної поведінки.

РОЗДІЛ II

ЗМІ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛІЗАЦІЇ У ДИТЯЧОМУ ВІСІ

2.1. Вплив традиційних ЗМІ на процес соціалізації підлітків

Соціалізація підлітків є доволі специфічним процесом, адже визначальну роль в засвоєнні соціального досвіду відіграють імітація та ідентифікація, тобто наслідування поведінки значимих інших і ототожнення себе з певними спільнотами, що призводить до прийняття їх певних цінностей та установок, норм і зразків поведінки. У результаті цього, засоби масової інформації є потужним інструментом соціального управління та формування різних соціальних норм.

Традиційно засоби масової інформації та комунікації поділяються за способом передачі інформації (преса, радіо, кіно, телебачення, відео, комп'ютерні мережі тощо) і по каналу сприйняття (візуальні, аудіальні, аудіовізуальні).

Одним з домінуючих видів традиційних засобів масової інформації є телебачення, на нього варто звернути особливу увагу при аналізі його ролі в житті підлітка та освоєнні ним певної інформації, оскільки, для цього вікового періоду властиві: пришвидшене формування світогляду, становлення морально-духовних норм і ціннісних орієнтацій особистості. Оскільки телебачення має задовольняти масового глядача, воно повинне орієнтуватися на його потреби.

А. Маслоу представив структуру потреб людини у вигляді так званої піраміди: в її фундаменті знаходяться різні фізіологічні потреби, такі як: потреби у їжі, потреби у сні тощо, над ними знаходяться більш значимі потреби в безпеці, любові, повазі, а ще вище над ними – мета потреби у самореалізації, досконалості та красі. Розуміється, щоб добре жити людина спочатку має задовільнити потреби найнижчого, фундаментального, рівня, а звідси потім – вищого. Потреби у сні, їжі і тощо притаманні всім людям,

оскільки вважаються базовими, наступні потреби – великій кількості людей, проте не всім. Щоб отримати вплив на поведінку певної людини, необхідно зачепити такі її потреби, які б дали найефективніший результат, тому телебачення експлуатує насамперед базові потреби людини.

Телебачення здійснює специфічний вид комунікації, а саме: опосередкований технічними засобами. Саме такий вид комунікації витісняє з життя людей безпосереднє живе спілкування. Оскільки, з телевізором не зможеш порозмовляти, нереально отримати від нього відповіді на власні запитання, йому не розповіш про свої переживання та не отримаєш підтримки. Фахівці застерігають: звичка спілкуватися з неживими предметами є небезпечною [6].

Надзвичайні можливості впливу телебачення на психіку та поведінку підлітка одразу помічають люди, які «роблять гроші» — так як, пройти повз таке ефективне джерело прибутку взагалі неможливо. Телебачення можна назвати виробником особливого продукту, споживати який будуть завжди, а саме – споживання різних видовищ. Те, що ми можемо сьогодні побачити на екранах наших телевізорів, є логічним поєднанням природних характеристик телебачення з комерціалізацією цієї сфери товарних послуг. Фахівці з проблеми масової комунікації наділяють сучасне телебачення такими характеристиками: примітивізм, спотворювання, одномірність, відсутність історії у відтворенні подій, змінення поведінки, стереотипність мислення, спрощення сенсу інформації, недиференційованість, грубість, упередженість між героями, збільшення пристрастей та забобон [27].

Насамперед, телебачення має на меті збільшення прибутку за допомогою привабливих для великої кількості людей цінностей. Якщо свідомо впливати на підсвідомість підлітка та показувати деякі морально заборонені теми, то це теж матиме ефект.

В наш час роль телебачення в соціалізації підростаючого покоління оцінюють з двох сторін. Воно може бути як позитивним фактором, так і негативним та завдавати шкоди у розвитку підлітка [8].

Розглядаючи різні аспекти впливу телебачення на соціалізацію, можливим є виокремлення трьох ключових. По-перше, у кожній сім'ї є телевізор, тому підростаюче покоління занурюється в область телемистецтва, на відміну, наприклад, від школи, - неформально. Цей процес протікає в домашньому середовищі, є частиною спонтанного, нерегламентованого сімейного життя.

По-друге, в теперішніх умовах комерціалізації сам зміст телебачення не зовсім відноситься до цілей освіти, прогресуючому розвитку особистості, соціалізації. Головна мета більшості фільмів – розвага, розширення глядацької аудиторії з метою отримання максимального прибутку.

По-третє, підлітки зазвичай починають дивитися фільми, навіть тоді, коли вони ще не в змозі розуміти навіть суть діалогів, певні слова, не кажучи вже про зміст фільму в цілому [78]. Загалом контакт підлітка з фільмами та телепередачами носить неформальний характер, проте, телебачення не можна віднести до числа найважливіших інститутів соціалізації. Пояснюється це цілим рядом причин.

Психологічно всі дії, які відбуваються у фільмі чи телепередачі, сприймаються нам як щось дійсне і правдиве. Сам процес підліткового сприйняття фільма можна охарактеризувати такими особливостями, як ефект власної участі у певних діях із фільма, ототожнювання себе з головним героєм, проектування своїх проблем, ситуацій, емоцій на екранні ролі, що в кінцевому результаті викликає гіперемоційність глядача чи відчуття глибокого задоволення. У самому фільмі зображується первинна група, підліток прагне включатись в неї і у результаті стає напрямую її членом або спостерігачем та старається відтворювати події навколо неї.

Коли підліток сприймає фільм у нього складаються сприятливі умови щоб привести в дію найосновніший психологічний механізм соціалізації – наслідування, імітації та ідентифікації дитини з героями, в так званій посткомунікативній фазі, тобто в реальному житті, після того, як екран погас [24, с. 27].

Саме телебачення має можливість маніпулювати свідомістю, воно створює простір для непродуктивного проведення вільного часу, і тим самим, телебачення свідомо витісняє у підлітка його духовно-особистісний розвиток, досить часто поширює фальшиву інформацію, позбавляє підлітка здатності до самостійних роздумів або вольової дії, критичного судження або вільного вибору.

Телебачення надає інформаційний вплив, яке пов'язане з ефективними способами передачі соціального досвіду, освоєнням різних соціальних ролей [11]. Для того, щоб підліток міг особисто розділювати отриману ним інформацію на «хорошу» і «погану», потрібен вплив сім'ї, яка представляє собою унікальне поєднання первинної, формальної, неформальної та референтної груп, де формуються загальнокультурні нормативи поведінки особистості. Більшість повідомлень приходить до підлітка не тоді, коли він знаходиться на самоті або поза домом, а саме тоді, коли біля нього є його найближчі родичі і вони отримують ті ж самі повідомлення.

Можна зробити висновок, що інформація найбільше сприймається в результаті оцінок на цю інформацію, реакцій і різних коментарів. Ця психологічна атмосфера часто, у вирішальній мірі, визначає емоційний настрій і впливає на формування усвідомленої позиції щодо одержуваної інформації.

Психологи Грінфілд Р., Ют І. та ін. (1984) зробили висновок, що постійний перегляд телевізора навчає підлітків особливого стилю розмови, а саме: вони здебільшого мало пояснюють та не чітко доводять свою думку чи висловлюють припущення, можна сказати, що вони просто вірять в те, що співрозмовнику і так усе зрозуміло.

Д.Біглз Рус та І.Гет (1983) дійшли до схожого висновку: переказування підлітками історій, які вони почули по радіо, більш чіткіші та зрозумілі, містять менше некоректних та незрозумілих слів, ніж з історій, які вони переглядають по телебаченню.

Здебільшого структуру спілкування між батьками і їхніми дітьми можна назвати “німим ефіром”, коли батьки із дітьми сидять біля телевізора або хтось із них біля комп’ютера) або коли спілкування зводиться лише до: «Дай», «Принеси», «Відійди», «Так», «Ні» тощо.

Форми і зміст масових інформаційних процесів здійснюють прямий і непрямий вплив на розум, свідомість, почуття і волю людини. Дуже часто буває так, що підлітки починають спілкуватись і об’єднуватись в певні групи під впливом діяльності ЗМІ, її змісту, форм та інтенсивності.

Іншим видом традиційних засобів масової інформації є періодичні видання. В даний час періодичні видання виділяють, як фактор, що впливає на соціалізацію підлітків, незважаючи на те, що читання перестало займати головне місце в їх житті.

Періодичні видання розглядаються як своєрідний poradnik, тому що вони яскраві, емоційні, і несуть в собі інформацію, що цікавить підлітка, в простому і зрозумілому форматі.

Підліток, який прагне освоїти власне «Я», здебільшого найбільше подобається читати про життя своїх ровесників. Тому, редакції різних молодіжних журналів зосереджуються саме на цьому. Зазвичай, тематика цих журналів не вирізняється пізнавальним характером; здебільшого їх рубрики зосереджені на музику, моду, новини шоу-бізнесу, гороскопи, анекдоти чи комікси. Цілковито ймовірно, подібні видання не ставлять перед собою завдання активізації рівня освіти та начитаності чи розширення світосприйняття серед підлітків. Крім того, мова таких видань є сумішшю молодіжного сленгу із російською мовою. Для таких видань характерна саркастичність, навмисна грубість, запозичення слів з «блатного» лексикону, емоційна відстороненість. Все це значно знижує рівень володіння українською мовою серед підлітків [1].

Для незміцненого розуму такої особистості, з недостатньо розвиненим критичним мисленням, всяка ненаукова інформація, подана необдуманно, популярними журналами, може зіграти згубну роль у його розвитку, і сформувати хибні думки про навколишнє середовище. У теперішній час існує

велика кількість різних науково-популярних, літературно-художніх журналів, які спрямовані розвивати підлітків та їх інтелект. Читання літератури виробляє грамотність і формує мову підлітків. Тут, знову ж таки, основну роль відіграє сім'я, яка повинна розвивати у дитини інтерес до якісної літератури і пізнавальним журналам. Вплив сім'ї та школи на критичне ставлення до одержуваної інформації також необхідно, так як це буде сприяти розвитку грамотної особистості, здатної розвиватися в сучасному інформаційному суспільстві [4].

Щодо позитивного впливу ЗМІ на соціалізацію та виховання підлітків можна розглянути через такі види діяльності [9, с. 49-53]:

1. Творча. Останнім часом ЗМІ набувають нову функцію – самореалізації через творчу діяльність. Зараз глядач має можливість не тільки листуватися з газетами і журналами, брати участь в ефірі телепередач, а й самі створювати свій інформаційний продукт в інтернеті. Створення своєї сторінки в соціальній мережі за інтересами або каналу на YouTube дає можливість сучасним підліткам самореалізуватися, розвинути творчі здібності, знаходити однодумців і показувати себе і свої вміння в спілкуванні з ними.

2. Суспільно-політична. Суспільно-політична діяльність, в яку підліток, що б не казали, активно залучається через засоби масової інформації за допомогою використання інтерактивного телебачення. Якщо до звичайного телевізора додати пристрій з пультом зворотного зв'язку то це дозволить підлітку якимось чиним реагувати на запитання ведучих телепрограм, приймати участь в опитуваннях, дискусіях і т.д., що допомагає виробленню активної життєвої позиції молодій людині. Але не тільки телебачення впливає на формування громадянської позиції сучасної молоді, а й інтернет, який так само активно використовується для освіти і залучення молоді. Зараз велику популярність набирають онлайн флеш-моби, за допомогою яких молода людина може не тільки продемонструвати своє ставлення до тієї чи іншої проблеми, але навіть привернути до неї увагу. Крім того існують і активно застосовуються онлайн голосування, інтернет анкети, а так само

пости, репости і лайки – все це дозволяє сучасному підліткові проявляти і формувати свою життєву позицію не виходячи з дому.

3. Навчальна. Не слід забувати, що в стрімко розвиваючому світі ЗМІ набуває нову функцію: самоосвіти. І мова тут йде не тільки про нові форми навчання, які пропонують навчальні заклади (дистанційна і онлайн форма), але і самонавчання. Не секрет, що світ в останні десятиліття змінюється і розвивається з такою швидкістю, що не одна освітня програма не може наздогнати розвитком нових винаходів, появою нової інформації, нових законів і прав, тому, щоб бути повноправним сучасним членом суспільства потрібно постійно самонавчатися, добувати необхідну інформацію і цей процес не одноразовий, а постійний і тривати він буде все життя. Це добре розуміють сучасні підлітки, які активно використовують ЗМІ для самоосвіти.

4. Соціально-культурна діяльність. Так само велике позитивне значення ЗМІ полягає в структуруванні інформації, яку сьогодні у великому масштабі отримує підліток і самостійно не може визначити її значення.

Можна зробити висновок, що засоби масової інформації – широке джерело, і саме вплив ЗМІ на підлітка визначається тим, який матеріал передається особистості на опрацювання. Грамотна і досвідчена людина вміє аналізувати, осмислювати отриману інформацію, відповідно вона успішно розширює свої знання про суспільство і навколишнє середовище. Щоб підліткова соціалізація проходила в прогресивному напрямку, має здійснюватися позитивний вплив сім'ї, школи, ЗМІ та інших соціальних інститутів.

2.2. Роль мережі Інтернет у соціалізації в підлітковому віці

Двадцять перше століття можна охарактеризувати глобальним розвитком комп'ютерних технологій, однією з яких є інтернет. Зараз інтернетом користуються всюди, він отримав велике поширення, як серед людей різних національностей, так і серед людей різних вікових груп. Мережа Інтернет принесла в життя людей більше зручностей і великих можливостей: тепер можна знайти будь-яку потрібну інформацію навіть не виходячи з дому, можна знайомитись і спілкуватись із людьми з інших країн, можна отримувати і передавати інформацію через великі відстані. Але, незважаючи на всі переваги інтернету, він має і багато недоліків, один з яких - залежність від мережі.

Інтернет-адикція – це нехімічна залежність, і, на перший погляд, може здатися невинною, але, має свої специфічні особливості, в порівнянні з іншими нехімічними залежностями, вона дуже небезпечна, тому що руйнує психіку людини і надає значної шкоди здоров'ю.

Особливості інтернет-залежності подібні з алкогольною залежністю. Оскільки, як і для алкоголіка, так само для інтернет-залежного потрібне збільшення дози, тобто часу проведеного в мережі.

Айвен Голдберг виділив основні критерії цієї залежності: негативний стресовий стан і шкоду фізичному, психологічному, міжособистісному, економічному і соціальному статусу [31].

Інтернет приваблює особистість своєю анонімністю, доступністю, він простий у використанні, багатий великими інформаційними ресурсами.

Інтернет для підлітка – це величезна кількість доступної інформації, це світ, де він може відійти від власних проблем, уявити себе тим, ким захочеться. Безумовно, інтернет відкриває великі можливості, але саме ця доступність мережі і несе загрозу для підлітка. Деяка інформація, яка доступна на інтернет-сайтах, може негативно вплинути на психіку підлітка. Зважаючи на те, що в мережі майже не існує жодної цензури, то він може легко потрапити на сайти, які абсолютно не підходять для його віку.

Підлітки починають переносити освітні цілі на другий етап. Більшість з них вважають за краще використовувати мережу для пошуку і скачування музики, ігор, картинок. Все частіше вони використовують інтернет і як засіб спілкування. Спілкуючись в віртуальності, підлітки не набувають необхідних комунікативних навичок, менше гуляють на свіжому повітрі, менше рухаються. Все це становить небезпеку не тільки для соціалізації підлітка, але і для його здоров'я [4, с.20].

В цьому віці вони психологічно нестійкі, підліткам дуже часто їм не вистачає підтримки з боку батьків чи друзів, тому вони дуже швидко втрачають зв'язок з реальним світом, потрапляючи в залежний стан. Повсякденність за вікном будинку не так барвиста, як віртуальний світ, тому у них ще не сформована гармонія із світом та бачення його красивим. Занадто сильне захоплення комп'ютером починає все більше спотворює розвиток підлітків. У таких ситуаціях для їх реабілітації велику роль відіграють батьки, саме вони повинні відтворити для підлітка нормальні умови, вирішити разом з ним проблеми, які в нього виникли, пояснити унікальність реального світу і живого спілкування.

Проте не можна не назвати позитивну рису інтернету, а саме, можливість створювати різні групи за інтересами. Саме тоді, кожен підліток може знайти те, що йому найбільше подобається. З метою формування безпечної діяльності підлітків в інтернет-мережі необхідно впроваджувати заходи, які спрямовані на проінформованість щодо ризиків віртуального світу, формування критичного мислення та взаємодії фахівців, які займаються формуванням безпечної діяльності підлітків в інтернет-мережі [3].

Зараз інтернет дає необмежені можливості для реалізації інтересів аудиторії, існує безліч різних тематичних сайтів і сторінок в соціальних мережах: любителі історії, моди, архітектури, дизайну, музики, книг, поезії, театру і т.д. Тому, беручи участь в діяльності таких спільнот, підліток відчуває свою значимість, таким чином, він самореалізується і самостверджується.

У сучасному цифровому просторі можна проводити необмежену кількість часу, що призводить до серйозних наслідків, пов'язаних з труднощами у соціалізації та набутті навичок спілкування. Підлітки, які захоплені своєю діяльністю в цифровому просторі, в більшості випадків забувають, що в їх оточенні є справжні люди, які потребують їхньої уваги, вони не можуть нормально взаємодіяти з вашою родиною, друзями та колегами, не кажучи вже про зустрічі з незнайомцями. Через соціальні медіа люди більше цінують віртуальних друзів, ніж справжніх. Онлайн-ігри можуть викликати звикання у підлітків і навіть дорослих. Втрачається дорогоцінний час, який можна використати для чогось більш важливого та корисного, наприклад, для взаємодії з однолітками та набуття навичок спілкування. Крім того, підліток може настільки пристратитися до ігор в Інтернеті, що в кінцевому підсумку він повністю відчужує свою сім'ю. Крім того, спілкування в Інтернеті може негативно вплинути на користувачів, наприклад, неможливо побачити справжні емоції та реакції співрозмовника в мережі. У живому спілкуванні всі небажані взаємодії перериваються жестами та невербальними сигналами, які можуть повністю замінити слова. [11] Під час спілкування з людиною в мережі, яка не присутня поруч, щоб зрозуміти його щирість чи сарказм, ви маєте лише свої текстові повідомлення, які співрозмовник може не інтерпретувати для себе. В Інтернеті є й інші фактори, які також негативно впливають на соціалізацію підлітків, наприклад, величезна кількість незаконної та невідповідної інформації, доступ до якої майже не має обмежень, або спосіб обійти ці обмеження - це просто серфінг в Інтернеті просто кілька хвилин. Психіка і розум підлітків можуть бути травмовані, що може пошкодити механізми їх соціалізації. Залежність від соціальних мереж викликана бажанням спілкуватися з великою кількістю знайомих та незнайомих за допомогою інтернету. Спочатку цю залежність підліток не відчуває, до того часу, поки отримує те, від чого залежить. Але як тільки він втрачає доступ до соціальної мережі, як відразу виникають симптоми залежності: проблеми зі сном, відчуття тривоги або страху, незадоволеність,

роздратованість, перепади настрою тощо. Позбавитися від такої залежності дуже складно. Психологи радять переключити увагу на реальне спілкування з друзями, які в свою чергу повинні допомогти підлітку вилікуватися. Для того, щоб виявити наявність залежності, потрібно на деякій час заборонити собі спілкування в мережі, проте, якщо виникає нездоланне бажання спілкуватися, – залежність є [31].

Інтернет-залежність виникає з ряду причин і може проявлятися у різних формах. Залежність від інтернету небезпечна з різних причин, які призводять до:

- Зниження концентрації;
- Порушення пам'яті;
- Психічні та психічні розлади;
- Загострення фізичного захворювання;
- Втрата часу на життя.

Найпопулярнішою для підлітків в Україні є мережа «Instagram». Зазвичай в інстаграмі підліток спілкується з вузьким колом знайомих. Найпривабливіші риси віртуального спілкування зводяться до наступних: підліток може відповідати не одразу, а тоді коли йому захочеться, він має час сформулювати думку і вже тоді надати відповідь, що дозволяє виглядати більш розумним; можна ставити відкриті питання анонімно; є можливість створити певний красивий і бажаний образ.

Прояви залежності від інтернету включають не тільки залежність від соціальних програм інтернету, але також прихильність до азартних ігор в інтернеті, електронних покупок; пристрасть до навігації по WWW; залежність від сексуального використання інтернету. Драма останнього типу полягає в тому, що він наздоганяє підлітків у перехідному віці або в період статевого дозрівання, а потім формується асоціальне уявлення про стать, яке може відкласти його відбиток на все життя.

Основні проблеми "мешканця Інтернету" полягають у сфері самоприйняття. Підлітки відчувають труднощі в тісному спілкуванні та

саморозкритті, у прийнятті свого "Я" та своїх тілесних потреб. Можлива причина - недостатньо розвинені механізми самооцінки, які перешкоджають формуванню адекватних уявлень про себе. Для деяких підлітків надмірна участь в інтернеті пов'язана з готовністю контролювати роботу комп'ютерних програм; вони можуть перенести цю тенденцію до контролю у сферу людських відносин, а оскільки спроби маніпулювати людьми часто закінчуються невдачею, це може підштовхнути дітей до ізоляції та соціальної ізоляції.

Вони мають необмежену аудиторію для потенційного спілкування та великі можливості для самовираження. Користувачі можуть виразити себе різноманітно: за допомогою тексту, фото, аудіо та відеоматеріалів. Шкода для особистості виявляється в невмінні та небажанні здійснювати реальне спілкування, побоюванні його, втечі в світ ілюзій. Ще одною небезпекою є те, що в цих мережах можливо спілкування з кіберзлочинцями (злочинець дізнається про особливості розпорядку дня родини та використовує ці дані для здійснення злочинного замаху, шантажу з використанням фотомонтажу з фотографією дитини та інше), психічнохворими людьми та збоченцями, які видають себе за однолітка, та наполягають на спілкуванні та зустрічі. До груп ризику належать саме підлітки, тому що в них найбільш актуальною є потреба в самоствердженні, спілкуванні с однолітками, пошуку нових емоцій, демонстрації себе, та разом з цим недосвідченість, бажання ризикувати.

Непомірне спілкування на форумах для підлітка менш привабливе, тому що тут на відміну від соціальних мереж акцент робиться на темі обговорення, а особистість співрозмовника має менше значення. На форумах на рівних правах спілкуються люди з різним світоглядом та представники різних поколінь. На форумі авторитет залежить від знань та вміння спілкуватися, він досягається, а не приписується.

Підлітки також відвідують мережі для ознайомлення з новинами (ukr.net, google.com); для отримання відео, аудіо та фото матеріалів (Youtube, Last.fm), але велика залежність від них виникає дуже рідко [16].

На просторах інтернету існує ще багато різних сайтів, мереж, форумів, які мають вплив на соціалізацію дітей підлітків. Значний вплив на них мають також різноманітні ігри.

Впринципі, немає цілісної думки про вплив комп'ютерних ігор на психіку та соціальний розвиток підлітків. З одного боку, існує позитивний вплив комп'ютерних ігор на людей: наприклад, зір, оскільки, піділки, які грають в комп'ютерні ігри покращують зорову пам'ять та швидшу обробку зорової інформації. При активній грі спалюється така сама кількість калорій як, наприклад, при фізичній розминці.

Негативний момент комп'ютерних ігор теж присутній і досить сильно впливає на поведінку підлітків. Особливий акцент в даній області робиться на залежність агресивної поведінки і актів насильства від комп'ютерних ігор.

Комп'ютерна ігроманія – це надмірна любов людини проводити за комп'ютером весь свій час для того, щоб змінити свій психічний стан за допомогою постійної фіксації на різних комп'ютерних іграх. Її можна поділити на два таких вида: залежність від азартних та залежність від неазартних ігор.

Азартні ігри – це такий вид ігор, де виграш чи програш більше залежить від удачі чи випадку, ніж від вміння гравця, і, здебільшого, людина грає в ці ігри, оскільки, може виграти немаленьку суму грошей або взагалі програти все. Можна назвати такі приклади комп'ютерних ігор як: ігри в карти, різного виду лотереї, покер, рулетка, ігрові автомати тощо.

Соціальна небезпека від азартних ігор полягає в наступному:

- Людина прагне збільшити свої фінанси, проте можливий глобальний програш;
- Прагнення уникнути певних проблем, підміна реального, справжнього життя несправжнім світом гри;
- Починає формуватися установка, що за допомогою ігор можна здобути «халяву»;

- Віра у фаталізм;
- Можливість кримінальних дій: крадіжок, для того, щоб отримати необхідні кошти, щоб продовжувати ігри;
- Можливість небезпеки появи психічних розладів.

Найпотенційніші жертви – молодь та підлітки, оскільки саме вони мають вільні гроші для комп'ютерних чи азартних ігор.

Неазартні комп'ютерні ігри можна поділити на рольові та не рольові. Рольові ігри мають найбільший вплив на психіку підлітка, оскільки, в такій грі підліток найбільше «входить» у гру, переймає все що відбувається на себе. Можна виділити декілька мотивів комп'ютерної гри: під час проходження відбувається психічне розвантаження; підліток шукає «гострих» відчуттів; з'являється азарт, бажання показати, що він найкращий та може всіх обіграти; розвага; самоствердження; [5].

Соціальна небезпека для підлітка, що виникає внаслідок комп'ютерної залежності, характеризується наступним:

— наростання агресивності (особливо у підлітків), оскільки в таких іграх є надмірна жорстокість, можливість робити все, що бажаєш, навіть те, що неможливо робити в реальному світі, і не боятись жодної відповідальності;

— починає втрачатись час, який необхідний для навчання, спілкування в реальному житті і в кінцевому результаті виникають проблеми у реальному житті. У підлітка починаються конфлікти з батьками, проблеми з навчанням, труднощі в комунікації з іншими людьми. Підліток не розвивається та навіть деградує;

— виникає невпевненість у собі, може навіть початися депресія у підлітка, якщо він довгий час не буде грати в ці ігри;

— можливість крадіжки коштів у батьків чи знайомих, для того, щоб оплатити інтернет-послуги чи купити якусь нову гру;

— підліток починає жити цією грою, в нього зникає відчуття реальності, всі емоції, почуття та психологічний стан підлітка спрямований на віртуальну

реальність, він вже не може досягати позитивних емоцій поза грою, виникає бажання тікати від справжнього світу у віртуальний, для того, щоб відчувати себе потрібним;

— починає порушуватись режим сну, у підлітка починає спостерігатись дратівливість, хронічна втома, оскільки гравець весь час сидить в комп'ютері, зменшується дієздатність то навчання, суспільно-корисних зв'язків. Для того, щоб подолати сон підлітки часто у великих кількостях вживають міцну каву, енергетики, сигарети і, на жаль, справа доходить до наркотиків, які значно шкодять здоров'ю підлітків;

— починають відбуватись фізіологічні зміни : з'являються головні болі, болі у спині, оскільки, зазвичай підлітки не слідкують за своєю осанкою за комп'ютером; виникають різні порушення у вазі, тому що у підлітків під час ігор часто виникає стрес, і вони його «заїдають» різного роду солодощами чи фастфудами, або навпаки, у них зникає апетит і вони взагалі нічого не їдять. Також, при надмірному провадженню часу за комп'ютером при неправильному освітленню призводить до значного порушення зору гравця;

До комп'ютерних ігор можна також віднести мобільні ігри і відеоігри, або іншими словами ігрові автомати чи приставки. Ігрові автомати – різновид азартних ігор, який найбільше користується популярністю серед підростаючого покоління, оскільки, підліток не усвідомлює прямий вплив на його особистість цієї гри, тому що він сприймає всю ситуацію як просто це «лише гра».

Підлітків можна назвати найбільш вразливою категорією населення, тому що вони ще в повній мірі не знають, що вони хочуть, не можуть повністю контролювати свої бажання, тому часто піддаються впливу інших; вони дуже довірливі, тому швидко реагують на розповіді кіберзлочинців про те, що можна легко заробити гроші, що в кінцевому результаті приводить до негативних висновків; підлітки найбільше хочуть і прагнуть до самоствердження, а найбільше це може проявитись саме під час вдалої гри; вони мало контролюються батьками, їм вдало вдається приховувати від рідних

свою залежність; у підлітків порівняно з дорослими є набагато більше вільного часу та доступності до комп'ютера [14].

Можна зробити висновок, що інтернет є одним із найпоширеніших способів соціалізації і надає як і позитивних, так і негативний вплив на підлітків. Для того, щоб цей вплив був позитивний потрібна активна підтримка з боку сім'ї та школи.

2.3. Емпіричне дослідження впливу ЗМІ на процес соціалізації підлітків

Дослідження було проведене серед учнів старших класів Заліщицької державної гімназії. Вибірку склали 43 підлітки, віком від 15 до 16 років. У ході дослідження був використаний метод анкетування (див. Додаток А). Анкетування передбачало виявлення наступних проблем:

1. З'ясування частоти відвідування Інтернету, основної мети його використання.
2. Визначення того, скільки часу проводять підлітки у соціальних мережах, яких саме, основних видів діяльності в них.
3. З'ясування найбільш популярних серед підлітків телепередач, їхньої загальної задоволеності телевізійними програмами.
4. Визначення того, який вплив справляє телебачення на соціалізацію підлітків на підставі їхніх висновків та тверджень, зроблених за підсумками перегляду телепередач.
5. З'ясування того, чи читають підлітки друковані ЗМІ, їхнього тематичного спрямування.
6. З'ясування ролі радіо в житті підлітка.

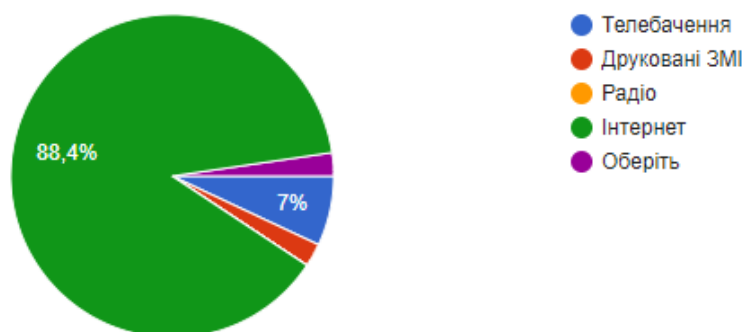
На запитання щодо того, якими джерелами засобів масової інформації респонденти користуються найчастіше, нами було отримано такий розподіл відповідей: 88,4 % підлітків використовують Інтернет, 7 % – телебачення і тільки 2,3 % часто читають друковані ЗМІ (див. Діаграму №1). Тобто, можна

стверджувати, що найпопулярнішим засобом масової інформації серед підлітків є Інтернет. Зважаючи на цей факт, особливу увагу слід приділити саме аналізу позитивних та негативних аспектів його впливу на соціалізацію підростаючого покоління.

Діаграма №1

Якими джерелами засобів масової інформації ви користуєтесь найчастіше?

43 відповіді



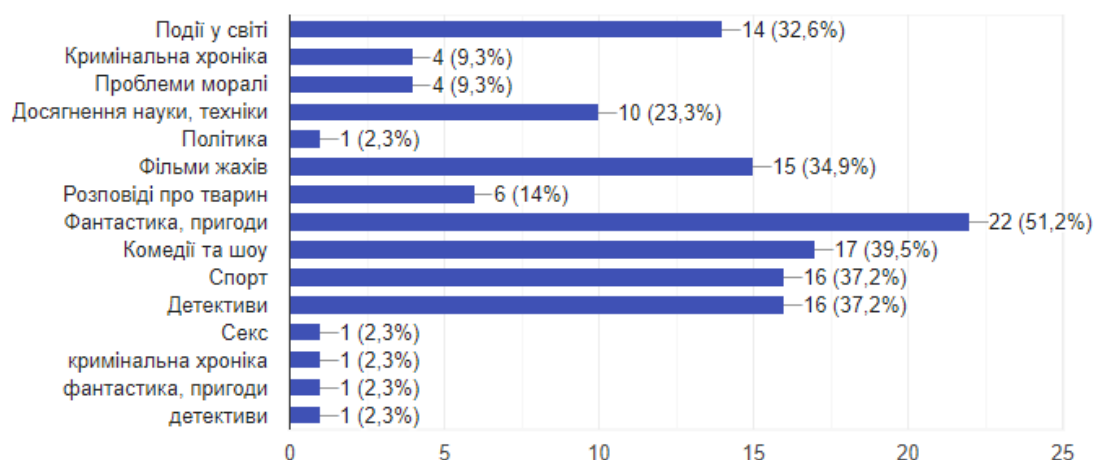
Проранжувавши відповіді респондентів щодо того, телепередачі та фільми якого спрямування їх найбільше цікавлять, отримуємо такий рейтинг:

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

Діаграма №2

Що найбільше цікавить вас у кінофільмах, у передачах телебачення?

43 відповіді

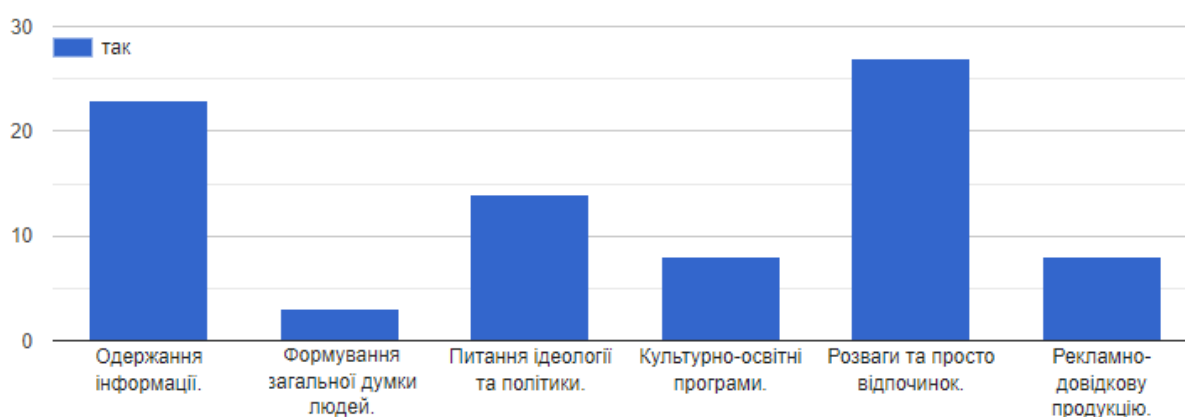


Можна стверджувати, що діти бажають насамперед переглядати фільми жахів, фантастику і пригоди, а проблеми моралі чи політика, хоч і цікавлять їх, але вони не на перших місцях і є радше поодинокими випадками.

Нами також було здійснено спробу виявити задоволеність глядацької аудиторії телевізійними програмами різного спрямування (див. Діаграму №3).

Діаграма №3

Чи відповідають телевізійні програми твоєму запиту на...?



Незважаючи на те, що безпосередньо-організаторська функція дитячо-молодіжного телебачення виявилась на 6 місці у рейтингу підлітків, є з нашої точки зору надзвичайно важливою з точки зору формування свідомості підростаючого покоління, їх вподобань, моральних норм та

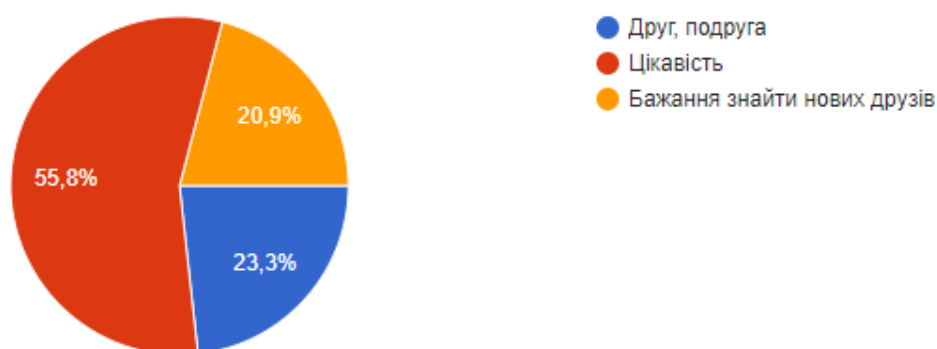
принципів поведінки та соціо-культурних смаків. Телевізійна журналістика впливає на різні соціальні групи. У своєму прагненні орієнтувати аудиторію у вирі подій, що відбуваються, журналісти часто аналізують діяльність різного рівня інституцій, і в кінцевому результаті роблять свої припущення чи висновки та висвітлюють пропозиції. Саме це безсумнівно справляє вплив на моральний розвиток підлітка.

Відповідаючи на запитання, щодо того, що їх підштовхнуло зареєструватися у соціальній мережі, 55,8 % респондентів назвали цікавість, 23,3 % – присутність у мережі друга чи подруги, 20,9 % – бажання завести нових друзів (див. Діаграму №4).

Діаграма №4

Що вас підштовхнуло зареєструватися в соціальній мережі?

43 відповіді



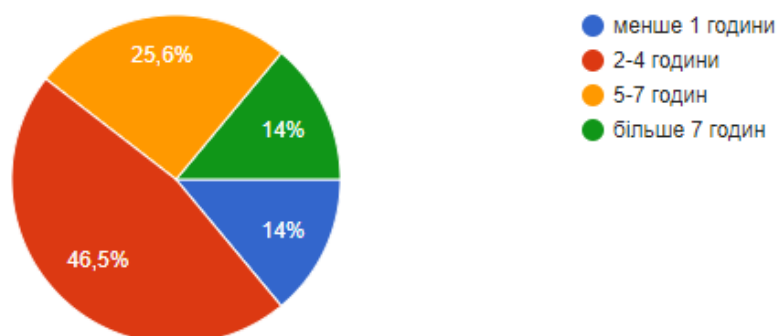
Можна стверджувати, що чинник цікавості, який обрало більше половини підлітків, може справляти як негативний, так і позитивний вплив. Негативний полягає у тому, що респонденти можуть шукати і переглядати те, що шкодить їхньому психічному та соціальному здоров'ю. Позитивним – у тому, що багато опитаних цікавляться подіями у світі, розвитком технологій та науки.

Якщо аналізувати тривалість перебування підлітків у соціальних мережах, то можна простежити, що 20 з 43 опитаних підлітків проводять у соціальних мережах 2-4 години, 11 – 5-7 годин, 6 більше 7 годин та 6 менше однієї години (див. Діаграму №5).

Діаграма №5

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

43 відповіді



Майже половина опитаних проводить у соціальних мережах більше 5 годин, це швидше всього справляє негативний вплив на їх здоров'я, призводячи до погіршення їхнього зору, неправильної постанови хребта, тощо.

Причини, з яких вони користуються соціальними мережами, респонденти окреслили таким чином:

- вони допомагають підтримувати зв'язок зі знайомими;
- вони допомагають зв'язатися з людьми, яких вони не бачили деякий час у зв'язку з карантинном;
- вони допомагають зайняти вільний час;
- вони допомагають отримати необхідну інформацію (див. Діаграму №6).

Діаграма №6

Чому ви відвідуєте соціальні мережі?

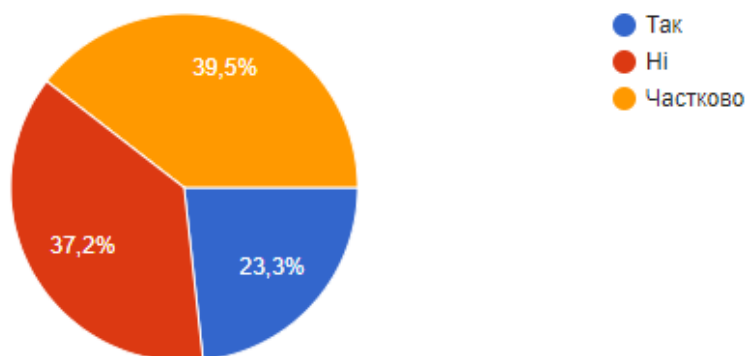


37,2% опитаних підлітків вважають, що у них немає залежності від соціальних мереж, 23,3% вважають себе залежними і 39,5% думають, що така залежність у них простежується частково (див. Діаграму №7).

Діаграма №7

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

43 відповіді



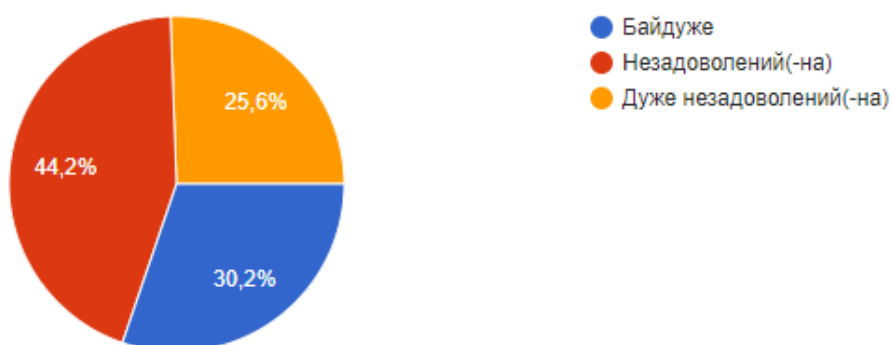
З вище наведених результатів випливає, що досить незначний відсоток підлітків вважає себе залежними від соціальних мереж, це може пояснюватися тим, що, можливо, респонденти не до кінця усвідомлюють чи не готові визнати існування у них такої залежності.

На запитання щодо того, якою буде їхня реакція у випадку закриття усіх соціальних мереж і подібних ресурсів, 30,2 % опитаних відповіли що їм байдуже, 44,2 % зазначили, що будуть незадоволені, ще 25,6 % – дуже незадоволені. Водночас, 44,2 % також зауважили, що не наважаться видалити свою улюблену соціальну мережу чи сторінку у ній та ніколи більше туди не заходити, мотивуючи це тим, що у ній міститься уся необхідна їм інформація та контакти (див. Діаграму №8)ю

Діаграма №8

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

43 відповіді

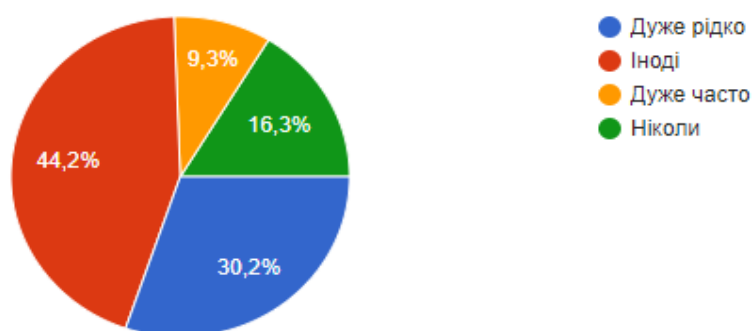


Цікавим є те, що так само 44,2 % респондентів відповіли, що іноді не робили домашнє завдання просто не встигаючи через довге перебування в соціальних мережах, ще у 9,3 % така ситуація траплялася часто і лише у 16,3 % – ніколи (див. Діаграму №9).

Діаграма №9

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

43 відповіді



З таких результатів можна зробити висновок, що підлітки дуже багато часу приділяють соціальним мережам, що негативно впливає на їхнє навчання, фактично значна частина респондентів забуває про свої шкільні обов'язки та навчання через те, що їх «поглинає» світ Інтернету.

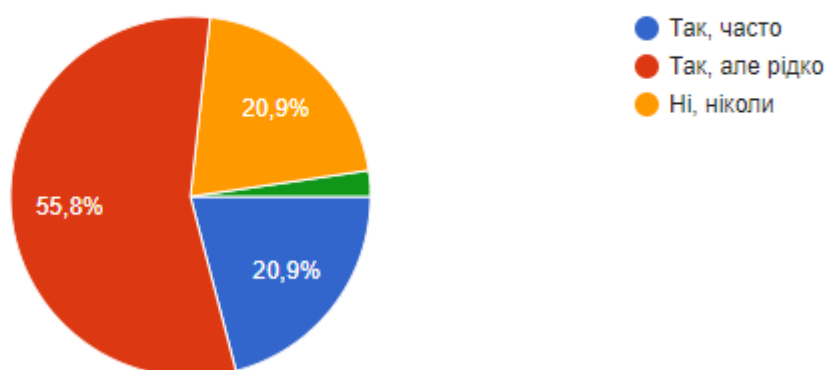
55,8 % респондентів зазначили, що читають друковані ЗМІ, але рідко; у той же час 20,9 % не використовують книги й газети взагалі. За останні 5

років майже половина опитаних прочитала більше 5 книг, проте 9,3 % опитаних за цей час не прочитали жодної книги. Загалом, отримані нами дані свідчать про те, що підлітки не так часто читають друковані ЗМІ чи книги, як, наприклад, соціальні мережі (див. Діаграму №10-11).

Діаграма №10

Чи використовуєте ви друковані ЗМІ і як часто?

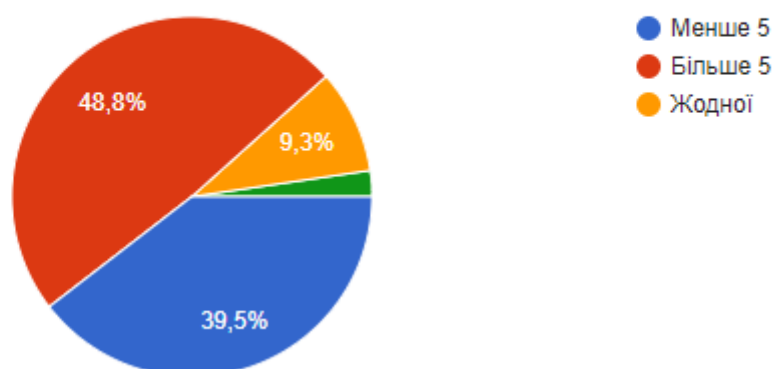
43 відповіді



Діаграма №11

Скільки книг ви прочитали за останні 5 років?

43 відповіді

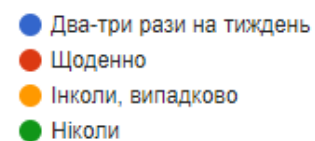
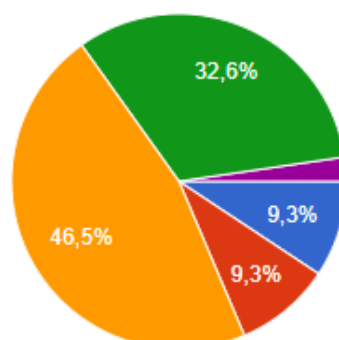


74,4 % опитаних підлітків вважають, що радіо – це застаріле джерело інформації, при цьому лише 36,2 % опитаних ніколи його не слухають (див. Діаграму №12).

Діаграма №12

Як часто ви слухаєте радіо?

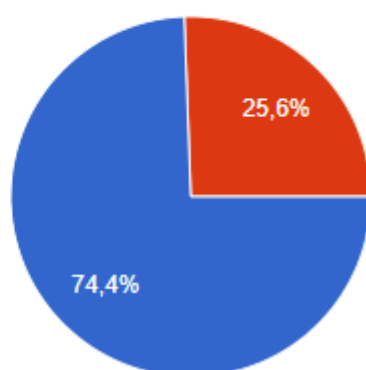
43 відповіді



Діаграма №13

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

43 відповіді

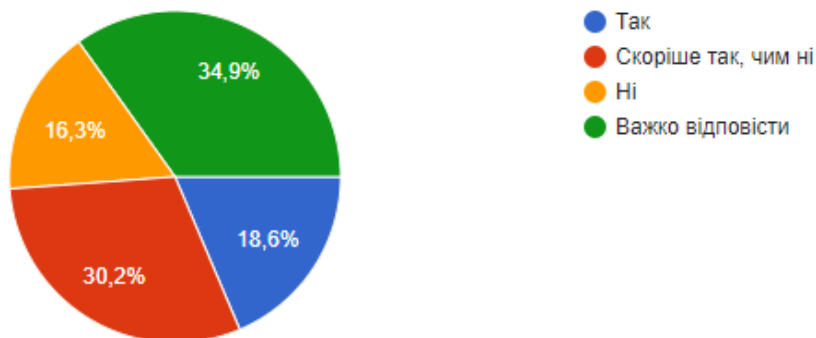


Відповідаючи на питання, чи впливають ЗМІ на поширення девіантної поведінки у підлітковому середовищі, 30,2 % відповіли, що скоріше так, ніж ні; 16,3 % – ні; 34,9 % не змогли дати однозначну відповідь (див. Діаграму №14).

Діаграма №14

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

43 відповіді



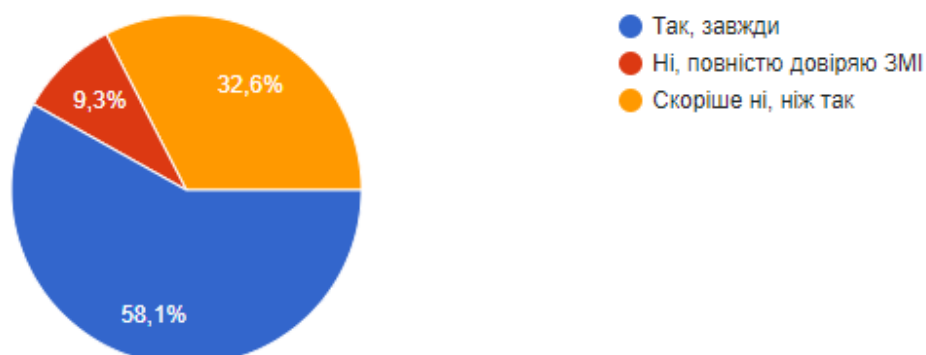
На нашу думку, дуже часто в Інтернеті підлітки можуть наразитися на онлайн-загрози: шахрайство, порнографію, різноманітні прояви збочень, онлайн-насилля, негативний контент. Соціологічні дослідження, ініційовані компанією «Київстар» у 2009 році, свідчать, що 76 % батьків навіть приблизно не догадуються, на яких сайтах сидять їхні діти; 17 % підлітків можуть запросто надати іншим людям інформацію про себе та свою сім'ю в мережі; 28 % підлітків можуть без вагань надіслати свою світлинку незнайомцям; 22 % підлітків іноді відвідують сайти для дорослих; 14 % підлітків надсилають платні SMS для того, щоб отримати бонусу та бали в онлайн іграх, і взагалі не звертають увагу на вартість цих повідомлень; тільки 18 % батьків реально слідкує за життям дитини в мережі.

На певне занепокоєння заслуговує також факт, що 39,9 % опитаних повністю довіряє ЗМІ, тоді як 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



У цьому контексті, цілком обґрунтованою видається думка, що головна проблема полягає у низькому рівні обізнаності батьків, які не можуть забезпечити дитину перед онлайн-загрозами, адже самі мало розуміються на всіх тонкощах користування Інтернетом, а також часто не можуть пояснити, що інформацію потрібно аналізувати та перевіряти. Зважаючи на це, нами були розроблені рекомендації для батьків щодо профілактики Інтернет-залежності у підлітків (див. Додаток Б).

2.4. Розробка інтегрованого курсу програми «Цифрова та медіаграмотність»

В індустріальному суспільстві, поняття грамотності складалось з уміння сприймати та створювати тексти для паперових носіїв, оскільки інформація переважно передавалася книгодрукуванням.

Зараз, в сучасному інформаційному суспільстві поняття грамотність має зовсім інші складові, воно відображає здатність до спілкування та співпраці.

Оскільки цифрові медіа мають велику перевагу: вони надають більше різних форм спілкування, ніж раніше, навчання медіаграмотності для підлітків є нагальною потребою.

Унікальність даного курсу полягає в тому, що в сучасному суспільстві медіаграмотність ще не дуже поширена, зазвичай, вона спрямована на те, щоб формувати тільки теоретичну базу знань, проте, без практичної складової дуже важко бути компетентним в цифрових інструментах.

Актуальність курсу “Цифрова та медіаграмотність” пояснюється тим, що кожному потрібно усвідомлювати, що ми всі є реальними творцями ЗМІ, тому підліткам, і всім загалом, необхідно сформувати вміння сприймати, створювати власні повідомлення.

Мета курсу: формування цифрових компетенцій через удосконалення навичок цифрової грамотності та розвитку медіаграмотності шляхом практичної діяльності з цифровими інструментами учнями 5–9 класів у закладах освіти.

Завдання курсу:

1. Формування культури сприймання сучасного цифрового медіаконтенту, його аналізу й усвідомленої орієнтації в інформаційних потоках;
2. Формування культури створення та поширення власного медіаконтенту;
3. Розвиток готовності висловлювати власну думку, співпрацювати з іншими;

4. Розвиток уміння дбати про свою безпеку в житті та в соціальних мережах.

Програма інтегрованого курсу розроблена з урахуванням уже сформованих компетенцій в учнів за змістом основних державних програм, не повторює зміст чинних державних програм, а лише передбачає поглиблене вивчення деяких тем та містить унікальні теми, що відсутні у програмах з інформатики або з медіаграмотності.

Програму розроблено з урахуванням рекомендацій Служби науки та знань Європейської комісії Науково центру ЄС, зокрема, системи цифрових компетенцій для громадян (DigComp 2.1 від 12.05.2017 р.).

Навчання може бути організовано, як і в кабінеті інформатики, так і в звичайному навчальному кабінеті за наявності персональних стаціонарних чи портативних комп'ютерів або/та мобільних пристроїв. Програму із медіаграмотності може проводити вчитель, психолог, соціальний педагог у виділені години для курсу.

Відповідно до завдань курсу, зміст навчального матеріалу містить певні компетентнісні лінії: сприймання медіа, створення власних продуктів, комунікативну та риторичну лінії, співпрацю та безпеку. Кожна із цих ліній може плануватись та відтворюватись на будь-якому із занять курсу. Деякі лінії подані окремими розділами для підкреслення наступності у формуванні певних навичок. Лінії відображаються у змісті програми кожного року навчання та розвиваються концентрично.

**Зміст навчального матеріалу та очікувані результати навчальних
досягнень учнів 5 клас**

35 год. (1 година на тиждень)

Зміст навчального матеріалу	Очікувані результати навчальних досягнень учнів
	<i>Підліток:</i>
<p>Відео. Як створювати відео.</p> <p>Звернення уваги на такі засоби вираження відео як, ракурс, певна історія, образ, монтаж і тд. Перегляд відео на різних платформах.</p>	<p><i>Починає</i> відрізняти жанри кіно: фантастика, детективи, казки, міфи і так далі, тобто, має загальне уявлення про них;</p> <p><i>Може проаналізувати</i> як різні виражальні засоби відео передають основну ідею;</p> <p><i>Підкреслює</i> основну мету відео та вплив цього відео на аудиторію;</p> <p><i>Аналізує</i> деталі, оцінює відео на присутність чи відсутність морально-етичних норм;</p> <p><i>Знає</i> як відтворювати, зберігати та редагувати відео, старається створювати відео тільки з достовірною інформацією;</p> <p><i>Розуміє</i> як правильно поставлені ракурси та кадри посилюють вплив на аудиторію;</p> <p><i>Вміє</i> використовувати різні відеопереходи для того, щоб кадри мінялись плавно одна в одну, знає як використати відеоефекти, для того</p>

	<p>щоб підкреслити головний посил відео;</p> <p><i>Розуміє</i>, що таке авторські роботи, закони про авторські права;</p> <p><i>Створює</i> власний список для перегляду відео;</p> <p><i>Використовує</i> безпечний перегляд відео на YouTube.</p>
<p>Мобільні додатки.</p> <p>Загальні поняття про типи мобільних додатків, їх призначення та правильне використання.</p> <p>Як встановлювати та вірно налаштовувати додатки. Права користувача та як захищати персональні дані, коли встановлюєш такі додатки.</p>	<p><i>Розуміє</i>, які є типи мобільних додатків, як використовувати їх за призначенням;</p> <p><i>Усвідомлює</i> вікові обмеження для певних додатків;</p> <p><i>Розуміє</i>, як захищати дані, налаштовує мобільні додатки зважаючи на політику конфіденційності;</p> <p><i>Вміє</i> правильно налаштовувати сповіщення.</p>
<p>Пошук. Поняття про безпечний пошук. Пошук за певний час в архівах. Що таке колективний пошук і як ним користуватись.</p>	<p><i>Розуміє</i> що таке безпечий пошук та як налаштовувати його в пошукових системах;</p> <p><i>Знає</i> як здійснювати пошук в архівах, за певний час;</p> <p><i>Вміє</i> користуватись колективним пошуком, аргументувати недостовірність, встановлювати першоджерело інформації.</p>

<p>Карти. Карти в медіатекстах.</p> <p>Стратегії пошуку на картах.</p> <p>Що таке об'єкти на карті та як використовувати режим перегляду вулиць.</p> <p>Як створювати власну карту, ставити мітки та прокладати маршрут.</p>	<p><i>Оцінює</i> значущість карт для сприймання медіатекстів на конкретних прикладах;</p> <p><i>Знає</i> основні принципи роботи та використання режиму перегляду вулиць на карті;</p> <p><i>Розуміє</i> як правильно створювати власну карту;</p> <p><i>Вміє</i> правильно організувати роботу групи на власно створеній карті, прокладати маршрут, доповнювати мітки на карті фотографіями та відео;</p> <p><i>Розуміє</i> як шукати на картах певні місця, оцінювати їх за допомогою відгуків.</p>
<p>Блог, як засіб масової комунікації. Які цифрові технології використовуються для новин.</p> <p>Поняття про громадянську журналістику.</p> <p>Інтерактивність читача блогу.</p> <p>Вlogger. Як вести блог. Як здійснювати пошук у власному блозі та хронологічно розміщувати публікації.</p> <p>Що таке цифрова репутація автора.</p>	<p><i>Усвідомлює,</i> що не тільки журналісти створюють новини;</p> <p><i>Знає,</i> такі швидкі засоби трансляції різного роду новин: стріми, онлайн-трансляції, що використовують відеоблогери та блогери;</p> <p><i>Бачить</i> різницю між публікаціями журналістів та блогерів;</p> <p><i>Знає</i> як правильно відбирати корисну інформацію серед різних потоків;</p> <p><i>Вміє</i> створити та вести свій власний блог;</p>

	<p><i>Знає</i> як правильно розміщувати у блозі відео, текст, карти;</p> <p><i>Виявляє</i> активність та очікує зворотнього зв'язку від своїх читачів (через опитування, голосування в блозі);</p> <p><i>Висловлює</i> власну думку, бере участь у дискусіях, розуміє, що плагіат, образливі висловлювання, тролінг шкодить репутації власного блогу та відштовхує його читачів.</p>
--	--

6 клас

(35 годин, 1 година на тиждень)

Зміст навчального матеріалу	Очікувані результати навчальних досягнень учнів
	<i>Підліток:</i>
<p>Засоби масової інформації. Суть поняття професійні стандарти журналіста.</p>	<p><i>Має</i> загальне уявлення про засоби масової інформації, суть поняття, сучасні та застарілі ЗМІ, вплив ЗМІ на соціалізацію в цілому;</p> <p><i>Знає</i>, що таке професійні стандарти журналіста, їх перелік та ціль.</p>
<p>Новини. Персоналізована стрічка новин. Відстеження обраних новин з мобільних пристроїв. Візуалізація нефільтрованих новин.</p>	<p><i>Відрізняє</i> конкретні новини та судження;</p> <p><i>Бачить</i> маніпулювання, пропаганду, цензуру в медіа;</p> <p><i>Вміє</i> правильно налаштувати свою персоналізовану стрічку,</p>

	<p>спираючись тільки на довірені видання в Google News.</p> <p><i>Налаштовує</i> мобільний пристрій для відстеження обраних новин.</p>
<p>Аудіо. Класифікація музичних творів. Розширення аудіофайлів.</p> <p>Як створювати власні музичні композиції.</p> <p>Надання спільного доступу до композиції.</p>	<p><i>Розуміє</i> класифікацію музичної творчості за певними ознаками;</p> <p><i>Знає</i> як визначати темп, музичні інтонації, деякі форми прослуханих музичних творів;</p> <p><i>Знає</i> можливі популярні розширення аудіофайлів, вміє надавати спільний доступ до файлу своїм друзям чи іншим людям із шкільного життя.</p>
<p>Графіка. Зображення, як засіб пропаганди. Різновиди графіки в рекламних індустріях.</p>	<p><i>Аналізує</i> рекламні постери, бачить мету певних ідеологічних плакатів : формування бажання придбати те, що на постері, певної реальності в людей;</p> <p><i>Переглядає та оцінює</i> як конкретні плани та ракурси зображення дають очікуваний результат на аудиторію.</p>
<p>Соціальна інформація.</p> <p>Основні характеристики та властивості соціальної інформації.</p>	<p><i>Має</i> загальне поняття усвідомлює, що соціальна інформація відображає суспільні стосунки;</p> <p><i>Знає</i> такі властивості соціальної інформації, як : оперативність, цінність цієї інформації та точність;</p>

	<i>Аналізує</i> приклади впливу соціальної інформації на психологічний розвиток людини.
Текст. Опрацювання текстових документів. Поняття репрезентації. Як співпрацювати у текстовому документі із іншими. Коментарі та завдання у текстових документах.	<i>Вміє</i> разом з іншими учнями опрацьовувати текстові документи, оцінювати їхній зміст та цінність; <i>Розуміє</i> поняття «репрезентація» та як репрезентувати в групі тексти, залежно від зміни основної аудиторії; <i>Вміє</i> правильно використовувати текстовий документи, налаштовувати спільний доступ для редагування та виконання завдань.

7 клас

(35 годин, 1 година на тиждень)

Зміст навчального матеріалу	Очікувані результати навчальних досягнень учнів
	<i>Підліток:</i>
Що таке засоби масової інформації та суть прихованого впливу ЗМІ на підлітків. Особливості нових сучасних медіа.	<i>Розуміє</i> суть поняття «засоби масової інформації», критично оцінює інформацію, знайдену в мережі інтернет; <i>Здійснює</i> самостійний аналіз інформації, яку отримує, оцінює цю інформацію та прогнозує різні напрямки розвитку її ситуації.

	<p><i>Може</i> відрізнити старі (традиційні) медіа від нових, оцінює їх спираючись на такі ознаки, як : інтерактивність та мобільність;</p>
<p>Графіка. Основні засоби образотворчих мистецтв, які використовуються для створення медіамеседжів. Як зберігати, обробляти зображення. Як користуватись мобільними додатками для обробки зображень. Зберігання у бібліотеці Google Фото.</p>	<p><i>Аналізує</i> зображення, які бачить в повсякденному житті звертаючи увагу на те, які виражальні замоби там зображені, яку ціль ставили пересобою автори та яку емоцію хотіли викликати у спостерігача;</p> <p><i>Розуміє</i> наскільки важливим є резервне копіювання даних, синхронізація фото та відео;</p> <p><i>Налаштовує</i> спільний доступ до фотоальбомів, вміє переглядати так коментувати спільні фотоальбоми;</p> <p><i>Знає</i> про можливі мобільні додатки для редагування відео, розуміє поняття векторна графіка, растрова графіка, діафрагма.</p>
<p>Масові культури. Основні характеристики музики масової культури. Аналіз відеокліпів, створення власних відео.</p>	<p><i>Розуміє і бачить</i> основні характеристики музики масових культур : змішання різних жанрів, поверхнєве ставлення до світу, феміністські трактування;</p> <p><i>Розуміє</i> можливий негативний вплив на себе, як особистість, примітивів масових культур;</p>

	<p><i>Знає</i> особливості редагування, створення та зберігання відео, як правильно використовувати світло та кольори, спецефекти на накладання аудіо;</p> <p><i>Бачить</i> соціальні месенджі, які представлені у відео, звертає увагу на те, які люди задіяні в цьому відео, ігнорування інтересів певного типу людей;</p> <p><i>Вміє</i> розробляти власний сценарій музичного відео, підбирати групу, редагувати кінцевий результат та посилювати задум цього відео.</p>
<p>Сайти. Проведення аналізу сайтів. Наміри створення сайтів та довіра до них. Як вести власний або навчальний сайт. Як дизайн сайту впливає на людину.</p>	<p><i>Проводить</i> детальний аналіз сайту, вміє побачити мету та вплив цього сайту на себе на людей в цілому;</p> <p><i>Визначає</i> ціль медіа текстів, на яку цільову аудиторію спрямований сайт та якої шкоди може завдати;</p> <p><i>Знає</i> як створити власний безпечний сайт, наповнити його контентом для правильного досягнення мети сайту.</p>
<p>Співпраця в проекті. Проектна діяльність в групі. Налаштування обмеженого доступу до інформації.</p>	<p><i>Знає</i> поняття «проектна діяльність», налаштовує цю діяльність в групі;</p> <p><i>Надає</i> спільний доступ або навпаки обмежує його;</p>

	<p><i>Дотримується</i> культури в спілкуванні групи, чітко розмежовує етапи та ходи в проекті;</p> <p><i>Аргументовано</i> пояснює свою власну думку в групі.</p>
--	---

8 клас

(35 годин, 1 година на тиждень)

Зміст навчального матеріалу	Очікувані результати навчальних досягнень учнів
	<i>Підліток:</i>
<p>Медійна інформація.</p> <p>Як управляти медіаконтентом.</p> <p>Засіб візуальної комунікації.</p> <p>Елементи кіноіндустрії.</p>	<p><i>Знає</i> основні елементи кіноіндустрії, складові медіапродуктів;</p> <p><i>Аналізує</i> вплив кіно на емоції та почуття глядача;</p> <p><i>Критично сприймає</i> медіаконтент, бачить нав'язливі ситуації, які в подальшому впливають на дії глядача;</p> <p><i>Охарактеризовує</i> основні риси кіно: вигаданість чи штучність певних ситуацій, повторюваність.</p>
<p>Графіка. Що таке багатошарові зображення, як правильно розміщувати об'єкти на шарах.</p> <p>Перетворення формату зображення.</p>	<p><i>Уміє</i> правильно розміщувати об'єкти на шарах, знає і відрізняє багатошарові зображення;</p> <p><i>Вміє</i> налаштувати перетворення зображень, оцінює цінність роботи;</p> <p><i>Шукає</i> нові алгоритми</p>

<p>Візуалізація пошукових даних. Актуальність та порівняння сайтів. Google Trends та Visualizin Google data.</p>	<p>вдосконалення зображень, для того щоб досягнути поставленої цілі; <i>Порівнює</i> пошукові запити для власних досліджень, знає, як відрізнити сайти із актуальною інформацією; <i>Знаходить, завантажує та вбудовує</i> в своє дослідження візуалізовані дані з Google Trends та Visualizin Google data.</p>
<p>Ігри. Жанри та ключові елементи ігор. Вікові обмеження. Віртуальна реальність.</p>	<p><i>Знає</i> основні жанри та ключові елементи ігор : тему, систему героїв тощо; <i>Аналізує</i> виражальні засоби впливу на гравця; <i>Розуміє</i> вплив ігор на розвиток підростаючого покоління та реальні суспільні процеси; <i>Обирає</i> ігри тільки за віковими обмеженнями, розуміє відповідальність.</p>
<p>Соціальні мережі. Як співпрацювати в соціальних мережах. Створення власного профілю. Безпека в соціальних мережах.</p>	<p><i>Розуміє</i> про можливість вільно спілкуватись в світі без кордонів, демонструвати свою творчість; <i>Обговорює</i> в групі про відповідальне використання різних соціальних мереж; <i>Знає</i> як створити власний, надійний профіль, шукати чи формувати</p>

	<p>спільноти, переміщати та ділитись інформацією, створювати дописи;</p> <p><i>Усвідомлює</i> принципи безпечної поведінки в соціальних мережах, практикує міжнародне мислення, захищає особисту інформацію та розуміє наслідки порушення конфіденційності інформації інших осіб;</p> <p><i>Знає</i> куди звертатись і що робити в разі залякування чи погрожування з боку шахраїв.</p>
<p>Створення мобільних додатків. Режим дизайнера.</p>	<p><i>Розуміється</i> в середовищі створення мобільних додатків;</p> <p><i>Вміє</i> працювати в режимі дизайнера додатків, поєднює графічну розробку із візуальним програмуванням;</p> <p><i>Знає</i> основні важливі прийоми створення різних мобільних додатків;</p> <p><i>Створює</i> безпечні та корисні додатки, вдосконалює та працює над ними.</p>

9 клас

(35 годин, 1 година на тиждень)

Зміст навчального матеріалу	Очікувані результати навчальних досягнень учнів
-----------------------------	---

	<i>Підліток:</i>
<p>Засоби масової комунікації.</p> <p>Медіамеседж. Точка зору, система переконань, які подані в різних медіамесенджах.</p> <p>Маніпулятивні медіамеседжі у телепередачах.</p>	<p><i>Досліджує</i> точку зору, що відображена у різних медіамеседжах;</p> <p><i>Аналізує</i> повідомлення, виявляє автора певного месенджу, на яку цільову аудиторію спрямоване повідомлення, на що основне звернена увага та джерело фінансування;</p> <p><i>Визначає</i>, для кого корисний, а кому зашкодить меседж;</p> <p><i>Порівнює</i> свою думку щодо месенджу під час обговорення різних осіб;</p> <p><i>Аналізує</i> свої дії та дії своїх друзів чи однокласників у відповідь на повідомлення.</p>
<p>Відео. Засоби приваблення цільової аудиторії.</p> <p>Налаштування особистого каналу в YouTube.</p> <p>Основні принципи блогингу.</p> <p>Налаштування конфіденційності.</p>	<p><i>Аналізує та помічає</i> засоби, знаки, які налаштовані підкреслити сюжетне навантаження (наприклад, у вестерні — пейзаж Дикого Заходу);</p> <p><i>Створює та редагує</i> власний канал, робить опис, теги, знає про права доступу до відео;</p> <p><i>Надає</i> доступ до кожного відео окремо: публічний, приватний чи доступ за посиланням;</p> <p>володіє знаннями щодо збереження конфіденційності при</p>

	створенні медіаконтенту.
<p>Графічна візуалізація даних.</p> <p>Візуалізація та її графічні пакети як спосіб розуміння даних.</p> <p>Служби аналітичних та статистичних даних. Візуалізація статистичних даних веб-сайтів.</p> <p>Збір, структурування та візуалізація аналітичних даних.</p>	<p><i>Знає та використовує</i> принципи та пакети візуалізації даних;</p> <p><i>Структурує</i> статистичні дані за допомогою електронних таблиць; <i>вміє</i> використовувати та створювати скрипти для статистичного аналізу даних;</p> <p><i>Розробляє та вміє</i> використовувати візуальну статистику даних отриманих з власних веб сайтів.</p>
<p>Соціальна культура.</p> <p>Спілкування в соціальних мережах. Як захищати свої персональні дані.</p> <p>Основні графічні об'єкти для дописів.</p>	<p><i>Розуміє, про захист</i> своїх персональних даних, <i>дбає</i> про свою безпеку при спілкуванні в соціальних мережах;</p> <p><i>Обмежує</i> доступ до приватної інформації, <i>знає</i> про свої права та обов'язки в соціальних мережах;</p> <p><i>Створює</i> суспільно-корисні та значущі банери, постери, <i>викладає</i> їх в своїх дописах.</p>
<p>Створення мобільних додатків.</p> <p>Спільна розробка мобільних додатків. Зворотня комунікація.</p>	<p><i>Створює</i> разом із іншими учнями мобільні додатки, <i>налаштовує</i> зворотній зв'язок між користувачами додатків і авторами;</p> <p><i>Використовує</i> сенсори для програмування мобільних;</p>

ВИСНОВКИ

Систематизація, аналіз та узагальнення наукової літератури з проблеми дослідження дозволяють зробити наступні висновки:

1. З'ясовано, що у науковій літературі зустрічаються різні підходи до класифікації засобів масової інформації та визначення їх основних функцій.

Встановлено, що найбільш розповсюдженим у вітчизняній та зарубіжній науковій думці є підхід, згідно з яким виокремлюють чотири види самостійних ЗМІ: друковані ЗМІ, радіо, телебачення, мережні (або комп'ютерні) ЗМІ. Не зважаючи на значні відмінності, які існують поміж ними та впливають зі способів донесення ними інформації до аудиторії, водночас визначальною для кожного з них є здатність доволі оперативного донести до масової аудиторії словесно-понятійну і емоційно-образну інформацію.

Визначено, що до основних функцій ЗМІ належать: гуманітарні (інформаційна, освітня, соціалізуюча) та політичні функції. Виділення саме таких функцій зумовлене тим, що ЗМІ є важливою частиною життя суспільства, адже вони охоплюють усі сфери людської життєдіяльності і допомагають у них зорієнтуватися.

2. Встановлено, що процес впливу ЗМІ на формування суспільної свідомості, супроводжуючи всю новітню історію розвитку людства, значною мірою визначає характер глобалізації сучасної інформаційної епохи, перетворюючи людину відповідно до потреб нового суспільства. Цей процес відбувається незалежно від бажань індивіда, нижче порогів його безпосереднього сприйняття, а від того, наскільки успішно вдасться спрямувати його у потрібне русло, залежить психологічне та соціальне здоров'я майбутнього покоління.

При цьому до основних механізмів впливу ЗМІ на свідомість людини належать ідентифікація, сублимація, проекція, інтроекція, витіснення, розщеплення, заперечення, зміщення, ізоляція та регресія.

Встановлено, що ЗМІ мають значний вплив на потреби аудиторії, її мотивацію і, таким чином справляють істотний тиск на її світогляд, прояви активності і соціалізацію.

3. Обґрунтовано, що засоби масової інформації є одним з визначальних факторів соціалізації підлітків. Вплив ЗМІ на процес соціалізації не можна оцінювати однозначно, з огляду на те, що він може мати як і позитивний характер, так і негативний і значною мірою залежить від способу їхнього використання. Сучасні засоби масової інформації впливають на підлітків через різні форми: телебачення, інтернет, радіо, книги, тощо. Ці чинники здатні спотворювати моральні норми, згубно впливати на психіку підлітка, стандартизувати його мислення, але в той же час, засоби масової інформації це джерело різноманітних навчальних і розвиваючих матеріалів, з їх допомогою підліток має можливість ефективно підтримувати зв'язок з суспільством, пізнавати громадську культуру, тощо.

4. Результати проведеного емпіричного дослідження засвідчили, що ЗМІ справляють вагомий вплив на процес соціалізації підлітків, при цьому визначальну роль у цьому контексті відіграють, насамперед, соціальні мережі. Так, майже половина опитаних проводить у соціальних мережах більше 5 годин на день, водночас більше 60 % респондентів визнають свою повну чи часткову залежність від них. Констатовано, що більшість користувачів інтернет-ресурсів повною мірою не усвідомлюють реальні й потенційні небезпеки, з якими вони можуть зіткнутися у Глобальній мережі.

Встановлено, що більш традиційні ЗМІ поступово втрачають популярність серед підлітків. Так, 74,4 % опитаних вважають, що радіо – це застаріле джерело інформації; невтішною є ситуація і для друкованих ЗМІ, адже близько 21 % опитаних практично ніколи їх не читають, а ще майже 56 %, якщо й читають газети і журнали, то роблять це досить рідко. Певною мірою зберегти свої позиції вдається телебаченню, однак й у цьому випадку, дедалі більше підлітків віддає перевагу онлайн-сервісам.

Сформульовано рекомендації для підлітків, спрямовані на те, щоб вони не стали «жертвою» ЗМІ та навчилися протидіяти медіа-маніпуляціям.

Розроблено програму інтегрованого курсу «Цифрова та медіаграмотність» для формування цифрових компетенцій через удосконалення навичок цифрової грамотності та розвитку медіаграмотності шляхом практичної діяльності з цифровими інструментами.

Підсумовуючи вищевикладене, слід відзначити, що у сучасних реаліях необхідним є здійснення системного впливу на підлітків з боку батьків, школи, громадських об'єднань, з метою виховання у них критичного ставлення до отримуваної інформації, ознайомлення з можливими наслідками інформаційної нерозбірливості, формування грамотного ставлення до свого внутрішнього світу. У той же час, слід зауважити, що необхідною вимогою до засобів масової інформації є відповідальне ставлення ними до інформації, що передається, а також здійснення позитивного впливу на масову свідомість, ретрансляція цінностей гуманізму, толерантності, що сприяють духовному здоров'ю і вдосконаленню суспільства в цілому і кожної окремої особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскуновский А.Е. Мотивация пользователей Интернета. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. – М.: Можайск - Terra, 2000. - 431 с.
2. Богатырева М. Г. Влияние молодежных журналов на взгляды подростков [Электронный ресурс] / М. Г. Богатырева, А. А. Красенкова, Д. Р. Исхакова – Режим доступа до ресурсу: <http://www.lib.socio.ru>.
3. Веретенко Т. Г. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі [Електронний ресурс] / Т. Г. Веретенко – Режим доступа до ресурсу: <http://elibrary.kubg.edu.ua>.
4. Вмяков А. Интернет – тотальная угроза обществу // МЭ и МО.- 2007. - №11. – 20 с.
5. Войкунский А.Е. Интернет – воздействие на личность. М.: Можайск-Терра, 2004. - 175 с.
6. Воробьев Г. Г. Твоя информационная культура / Г. Г. Воробьев. - М.: Мол. гвардия, 1988
7. Гельвецкий, К.А. О человеке, его умственных способностях и его воспитании / К.А. Гальвецкий. - М. - 1938. – 644 с
8. Гриценко А. В. Роль телевидения в социализации подрастающего поколения [Электронный ресурс] / А. В. Гриценко – Режим доступа до ресурсу: <http://science.ncstu.ru>.
9. Гундарова, И. О последствиях восприятия телевизионной информации младшими школьниками / И. Гундарова // Воспитание школьников. – 2005г. – № 9. – 49-53 с.
10. Gallup М. Исследование СМИ, мониторинг рекламы и тиражный аудит [Электронный ресурс] / Media Gallup – Режим доступа до ресурсу: http://www.internews.ru/internews/Internews_News.html.
11. Демідова А.А., Ярова А.Б. Засоби масової інформації як “четверта неформальна гілка публічної влади” / А.А. Демідова, А.Б. Ярова // Матеріали

II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції “Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки” (30 жовтня 2017 р.). – П: РВВ ПДАА, 2017. – 33-34 с.

12. Єгоров В. В. Телебачення. Сторінки історії / В. В. Єгоров. – М., 2000. - 12–25 с.

13. Закон України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України, 1996. - № 39, с.181

14. Иванов М. С. Психологические аспекты негативного влияния игровой компьютерной зависимости на личность человека. [Електронний ресурс] / М. С. Иванов – Режим доступу до ресурсу: http://www.sanaris.com.ua/experts_and_services/info/specialist/psihoterapevt/2005/09/14/psihologicheskie_asp_2030.

15. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. - М.: Аспект Пресс, 2001. - 287 с

16. Корытникова Н.В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий // Социологические исследования, 2010. - № 6. - 70-79 с.

17. Крайг Г. Психология развития / Г. Крайг. 9-е изд. СПб.: Питер, 2005. — 940 с.

18. Лукьянова А. А. Способы воздействия средств массовой информации на нравственное воспитание подростков [Електронний ресурс] / А. А. Лукьянова // «СибАК». – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [http://sibac.info/archive/guman/5\(20\).pdf](http://sibac.info/archive/guman/5(20).pdf).

19. Мак-Квейл, Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. —Л. : Літопис, 2010

20. Московцева В. В. Типологія друкованих засобів масової інформації / В.В. Московцева. – З.: ЗДУ, 2002. – 44 с

21. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы: Монография. - М.: Евразийский регион, 1998. - Ч. 1. – 328 с.

22. Парунова Ю.Д. Соціалізація особистості в умовах трансформаційних процесів сучасного суспільства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук: спец. 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії / Ю. Д. Парунова. – Сімферополь: Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2006. – 18 с.
23. Пугачев В. П. Политология: справочник студента / В. П. Пугачев. – М.: АСТ, 2001. – 574 с.
24. Романенко Н. Особенности восприятия телеинформации школьниками // Педагогика. - 2003. - №4. - 27 с.
25. Смирнова М. Створення стереотипів засобами масової інформації в добу інформаційного суспільства [Електронний ресурс] / М. Смирнова // 15. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2016_15_11
26. Український 9-й форум з управління Інтернетом IGF-UA [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/naybilshoyu_onlaynnebezpekoju_dlya_pidlitkiv_e_navyazuvannya_nepotribnoi_informatsii_opituvannya/.
27. Харис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харис. – СПб: «ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК», 2001. – 445 с.
28. Харламов, И.Ф. Педагогика / И. Ф. Харламов – М.: Гардарики, 1999. – 520 с
29. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком: Психология манипулирования / В. П. Шейнов. – М.: – АСТ. – 2005. – 267 с.
30. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – М.: Мысль, 1980.
31. Янг К. С. Диагноз Интернет-зависимость [Електронний ресурс] / К. С. Янг – Режим доступу до ресурсу: <http://www.iworld.ru>.

ДОДАТОК А

«Анкетування впливу ЗМІ на процес соціалізації підлітка»

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;
- Інколи;
- Дуже часто.

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

- 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.

ДОДАТОК Б

Рекомендації батькам щодо профілактики Інтернет – залежності у підлітків:

1. Розробіть разом з дитиною сімейні правила використання Інтернету в які можна включити такі обмеження: кількість проведення часу в соціальних мережах, у який час дитина може ним користуватися, обмеження на відвідування деяких сайтів або перегляд інших матеріалів.
2. Комп'ютер повинен знаходитися в загальній кімнаті вашого житла, а не в кімнаті підлітка.
3. Стежте за тим, щоб підліток проводив більше часу на повітрі, в компанії своїх однолітків. Не забувайте про позашкільні заняття та захоплення.
4. Якщо Ви помітили, що ваша дитина відчуває труднощі в спілкуванні з однолітками, допоможіть їй налагодити контакти, якщо потрібно, з допомогою фахівця. Запропонуйте синові або дочці записатися в гурток за інтересами – ці заняття сприяють усуненню комплексів у спілкуванні.
5. Тактовно й обережно контролюйте своїх дітей в Інтернеті. Для цього ознайомтеся з програмами, які обмежують використання Інтернету та здійснюють контроль над сайтами, що відвідує ваша дитина.
6. Частіше спілкуйтеся з власними дітьми, проводьте спільне та цікаве дозвілля, і тоді у вашої дитини не виникне потреба у проведенні часу в соціальних мережах.