

Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет
Київський університет імені Бориса Грінченка

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ШУГАЙЛО ЯНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК:37.013.42:005.57:316.62-053.6 (043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО
ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ
ПІДЛІТКІВ**

13.00.05 – соціальна педагогіка

Педагогічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Я.В. Шугайло

Науковий керівник: Заверико Наталія Віталіївна, кандидат педагогічних наук, професор

Київ – 2018

АНОТАЦІЯ

Шугайло Я. В. Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.05 «Соціальна педагогіка». – Запорізький національний університет, Запоріжжя; Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2018.

У дисертації «Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків» науково обґрунтовано форми та методи діяльності соціального педагога з упровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у закладах загальної середньої освіти (ЗЗСО) і неурядових організаціях (НО).

Узагальнення наукових джерел з проблеми соціалізації особистості дає підставу розуміти соціалізацію підлітків як складний процес, оптимізація якого потребує створення різноманітних умов, використання форм, засобів і методів соціально-педагогічної роботи з урахуванням впливів різних факторів і обставин макро- і мікросередовища, що оточуюче школярів, динаміки їхнього психічного, емоційного, фізичного та морального розвитку. В роботі висвітлено особливості процесу соціалізації в підлітковому віці.

Поняття «ЗМІ» ми розуміли як комплекс організаційних структур і комунікаційних каналів, які виробляють та поширюють інформацію, призначену для масової аудиторії. До ЗМІ відносять пресу (газети, журнали, книги), телебачення, радіо, мережу Інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, рекламні щити й панелі, домашні відеоцентри, смартфони та планшетні комп'ютери, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні й інші лінії зв'язку. Для ЗМІ притаманно звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, розповсюдження інформації. Кожен вид мас-медіа має свою специфіку впливу на підлітків.

У дисертаційному дослідженні уточнено поняття «негативний вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків» як поширення засобами масової інформації негативної інформації, яка спрямовує підлітків на порушення соціальних зав'язків та відносин із соціальним оточенням, приведення їхньої індивідуальної та колективної поведінки в невідповідність до загальновизнаних суспільних норм і правил, формування особистісних якостей підлітків, які не сприятимуть активній соціалізації в суспільстві. Поняття «подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію» розглядається як цілеспрямована педагогічна діяльність щодо формування готовності особистості розпізнавати деструктивні впливи засобів масової інформації та протидіяти їм за допомогою різноманітних технік і прийомів (критичний аналіз інформації, її фільтрація, обмеження часу або припинення використання певного виду мас-медіа та ін.).

Доведено, що наслідки впливу ЗМІ на процес соціалізації підлітків мають не тільки позитивний, але й негативний характер. Щодо позитивних наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію, то до них відносяться: підвищення рівня поінформованості підлітків, формування просоціальної поведінки, сприяння формуванню комунікативних навичок, надання можливості відпочити від навчальної діяльності.

Серед негативних наслідків впливу ЗМІ, особливу увагу приділено наслідкам впливу сцен насильства у ЗМІ (зміни у сприйнятті навколишнього світу, сприйняття насильства підлітками як легітимного способу розв'язання конфліктів, копіювання насильницьких шаблонів поведінки, виникнення реакції десенсибілізації тощо), наслідкам впливу реклами (реклама стверджує повагу до матеріального продукту як повноцінного замітника духовного, формує в підлітків думку про те, що споживання й матеріальне багатство є кінцевою метою людського життя; реклама продуктів харчування здійснює негативний вплив на здоров'я підлітків), формуванню стереотипів, виникненню адикції від ЗМІ в підлітків, наслідкам впливу відверто сексуальних сцен у ЗМІ (формування деформованого уявлення про міжстатеві взаємини, штучне нав'язування певних

стереотипів сексуальної поведінки), наражанню підлітків на небезпеку внаслідок недотримання ними правил безпечної поведінки в мережі Інтернет.

До негативних наслідків впливу на інтелектуальну сферу дослідники відносять: зниження інтелектуальних здібностей при вирішенні примітивних завдань; зниження гнучкості пізнавальних процесів; звуження кола пізнавальних інтересів; відволікання від реального життя, навчання, природних дитячих інтересів та обов'язків; інертність психіки.

Аналіз психологічної, педагогічної, соціально-педагогічної літератури дає підстави виокремити негативні наслідки впливу ЗМІ на інтелектуальну, афективну, ціннісну та поведінкову сфери підлітків.

У дисертації виокремлено критерії, показники та рівні (високий, середній, низький) подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. На основі теоретичного аналізу наукових праць було визначено наступні критерії та показники: когнітивний (передбачає оволодіння системою теоретичних загальнонаукових, соціально-педагогічних, психолого-педагогічних знань, необхідних підлітку для критичного аналізу інформації, наданої ЗМІ); мотиваційно-ціннісний (характеризує сукупність ціннісних орієнтацій та моральних переконань підлітка, намірів, інтересів, згідно з якими підліток здійснює вибір джерел інформації, надає оцінку інформації мас-медіа) та діяльнісний (визначає ступінь оволодіння сукупністю вмінь та навичок, що забезпечують саморегуляцію взаємодії зі ЗМІ, що необхідні для ефективною соціалізації підлітків).

Запропоновано поняття «соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків», яке визначено як комплекс внутрішніх і зовнішніх чинників, змістово-методичного забезпечення задля мінімізації деструктивної дії мас-медіа на соціалізацію підлітків.

Виокремлено такі соціально-педагогічні умови: інформування підлітків та їхніх батьків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ; формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації; актуалізація в системі цінностей підлітків загальнолюдських цінностей і сприяння розвитку

комунікативних умінь і навичок підлітків. Установлено, що соціально-педагогічні умови тісно взаємопов'язані суттєво і процесуально.

На констатувальному етапі експерименту встановлено, що подолання негативного впливу ЗМІ не є пріоритетним завданням роботи соціального педагога з підлітками в умовах закладів загальної середньої освіти. Результати цього етапу довели, що рівень подолання негативного впливу ЗМІ в підлітків є переважно середнім та низьким. З'ясовано наявність зв'язку між тривалістю перегляду телебачення, використання мережі Інтернет та рівнями тривожності, агресивності підлітків, їхніми комунікативними навичками та академічною успішністю. Отримані в ході діагностування і статистичної обробки дані та виявлені проблеми у своїй сукупності свідчать про актуальність розробки змістовно-методичного забезпечення діяльності соціального педагога щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Результативність формувального експерименту підтверджена сформованістю в підлітків таких характеристик, як: наявність глибоких та міцних знань щодо наслідків впливу ЗМІ на особистість; покращення умінь і навичок критичного аналізу інформації мас-медіа; вміння розпізнавати маніпулятивні впливи у ЗМІ та протидіяти їм; актуалізовані загальнолюдські цінності (життя, здоров'я, освіта, дружба, родина, повага до інших людей, чесність, доброта та ін.) в системі цінностей та сформовані вміння співвідносити інформацію мас-медіа із власними цінностями; планування своєї взаємодії зі ЗМІ та здатність до саморегуляції взаємодії із мас-медіа, незначна кількість часу (1–2 години на день), що витрачається на взаємодію зі ЗМІ; свідомий вибір джерел інформації та їх використання ЗМІ переважно з освітньою метою та для саморозвитку.

Узагальнення результатів на контрольному етапі експерименту довело ефективність упроваджених соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, підтвердженням чого є зафіксовані статистично достовірні якісні й кількісні зміни за всіма критеріями – когнітивним, мотиваційно-ціннісним, діяльнісним у

бік зменшення кількості підлітків із низьким і середнім рівнями та збільшенням кількості підлітків із високим рівнем подолання негативного впливу ЗМІ в експериментальній групі.

Наукова новизна дослідження. Уперше було змістовно обґрунтовано та експериментально перевірено соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків в умовах закладів загальної середньої освіти й неурядових організацій, розроблено критерії та показники оцінки подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію. У дисертаційному дослідженні уточнено визначення понять «подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків», «соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків».

Удосконалено змістові аспекти висвітлення негативних наслідків впливу засобів масової інформації на соціалізацію дітей підліткового віку. Подальшого розвитку набули форми й методи соціально-педагогічної роботи з підлітками, а також ідеї гуманістичної педагогіки щодо організації соціальної взаємодії та спілкування батьків, педагогів і підлітків.

Практичне значення дослідження полягає в розробці та апробації змістово-методичного забезпечення діяльності соціальних педагогів та соціальних працівників з подолання негативного впливу мас-медіа в ЗЗСО, використанні матеріалів дисертаційної роботи у викладанні курсів «Соціальна педагогіка», «Основи соціалізації особистості», «Теорія та методика соціально-педагогічної роботи з дитячими та молодіжними організаціями» для студентів спеціальності «Соціальна робота»/«Соціальна педагогіка».

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів порушеної проблеми. Подальшого дослідження потребує проблема розширення змістового компонента і розробка методики подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і молоді відповідно до їхніх вікових особливостей і ситуації соціального розвитку.

Ключові слова: засоби масової інформації, критичне ставлення, підлітки, соціалізація, соціалізація підлітків, соціально-просвітницький тренінг, соціально-педагогічні умови.

Список публікацій здобувача

Наукові праці, у яких опубліковано основні наукові результати дисертації

1. Смоляна Я. В. Просвітницький тренінг як метод формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. Луганськ, 2005. №2. С. 12–17.
2. Шугайло Я. В. Робота соціального педагога з батьками щодо попередження негативного впливу ЗМІ на дітей та підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2009. №2. С. 221–227.
3. Шугайло Я. В. Соціально-педагогічні умови зменшення негативних наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2010. №1 (12). С. 244–251.
4. Шугайло Я. В. Засоби масової інформації: історичні аспекти розвитку. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*: Запоріжжя, 2010. Вип. 6 (59). С. 410–415.
5. Шугайло Я. В. Теорії впливу засобів масової інформації на особистість. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. Запоріжжя, 2010. Вип. 7 (60). С. 401–408.
6. Шугайло Я. В. Інтернет-залежність та проблема її профілактики серед дітей та підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2015. №2 (25). С. 17–24.
7. Н. В.Заверико, Я. В.Шугайло. Проблема формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації: соціально-педагогічні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2017. №1 (28). С. 31–39.
8. Шугайло Я. В. Особливості впровадження педагогічної моделі подолання негативного впливу засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків. *«ScienceRise: Pedagogical Education»*. Харків, 2017. №10 (18). С. 23–28.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

9. Смоляна Я. В. Негативний вплив засобів масової комунікації на особистість і медіапедагогіка як засіб його мінімізації. *Соціальна педагогіка:*

теорія та практика. Луганськ, 2004. №1. С. 49–57.

10. Смоляна Я. Роль та місце медіапедагогіки в освітньо-виховному процесі. *Актуальні проблеми гуманітарної освіти*: зб.наук.праць. Київ-Кременець: РВЦ КОГП ім. Тараса Шевченка. 2004. С. 293–295.

11. Смоляна Я. Можливості використання засобів масової інформації для формування освітньої компетентності. *Розвиток життєвої компетентності учнів у загальноосвітньому навчальному закладі*: Матеріали Всеукр. науково-пошукової конф. (Київ-Запоріжжя, 7-8 жовтня 2004р). Київ-Запоріжжя, Вид-во ЗОППО, 2005. С. 263–266.

12. Смоляна Я. В. Вплив засобів масової інформації на гендерну соціалізацію підлітків. *Теорія і практика гендерного виховання студентської молоді: досвід, проблеми, перспективи*: матеріали Міжн. науково-пр. конф. (Запоріжжя, 11-12 листопада 2004 р.). Запоріжжя, ЛВТ ЗДУ, 2004. С. 124–126.

13. Шугайло Я. В. Соціально-педагогічні аспекти впливу засобів масової інформації на соціалізацію особистості. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. Київ, 2006. Т. VIII, Вип. 2. С. 372–377.

14. Шугайло Я. В. Особливості впровадження медіаосвіти в Україні. *Current Issues and Problems of Social Sciences*. International Scientific Conference. (June 28-30, 2016). Kielce: Holy Cross University, 2016. P. 51–53.

15. Шугайло Я. В. Педагогічна модель подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків. *International scientific-practical conference Forming of Modern Educational Environment: Benefits, Risks, Implementation mechanisms*. (September 29, 2017). Tbilisi: Baltija Publishing. P. 102–105.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації

16. Смоляна Я. В. Вплив засобів масової інформації на культуру студентів. *Збірник матеріалів наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених*: зб.матеріалів наук. конф. (Запоріжжя, 13-16 квітня 2004 р). Запоріжжя: ЗДУ, 2004. С. 233–240.

17. Шугайло Я. Можливості використання інформаційних технологій навчання у вищих навчальних закладах. *Гуманітарні проблеми становлення сучасного фахівця: матеріали VIII Міжн. наук.-пр. конф.* (м. Київ, 22-23 березня 2007 р.). Київ: НАУ, 2007. Т 1. С. 74–75.

18. Шугайло Я.В. Прикладні аспекти формування інформаційної компетентності студентів-першокурсників. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти України: Матеріали Всеукр. наук.-практ.конф.* (м. Київ, 22-23 березня 2012 р.). Київ: НАУ, 2012. С.66.

19. Шугайло Я. Проблема Інтернет-адикції у студентів ВНЗ. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти: Матеріали Міжн. наук.-пр. конф.* (Київ, 21-22 березня 2013 р.). К.: НАУ, 2013. С. 113–114.

ABSTRACT

Shuhailo Ya.V. Social-pedagogical conditions for overcoming mass media negative influence on the socialization of adolescents. – Qualifying scientific work on the rights of manuscript.

The thesis submitted for the scientific degree of candidate of Pedagogical Sciences, speciality 13.00.05 «Social Pedagogics» – Zaporizhzhya State University, Zaporizhzhya; Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, 2018.

In the thesis «Social-pedagogical conditions for overcoming the mass media negative influence on the socialization of adolescents», the forms and methods of the activity of a social pedagogue on the implementation of social-pedagogical conditions for overcoming the negative influence of mass media on the socialization of adolescents in educational institutions (EI) and non-governmental organizations (NGO) are scientifically substantiated.

The synthesis of scientific sources on the problem of socialization of the individual gives grounds to understand the socialization of adolescents as a complex process, the optimization of which requires the creation of various conditions, the use of forms, means and methods of social-pedagogical work, taking into account the effects of various factors and circumstances that surround the pupils, their macro-

and micro-environment, the dynamics of their mental, emotional, physical and moral development. The work highlights the peculiarities of the socialization process of adolescents.

We understood the concept «mass media» as a complex of organizational structures and communication channels that produce and distribute information intended for mass audience. Mass media include the press (newspapers, magazines, books), television, radio, the Internet, cinema, sound recordings and videos, billboards and panels, home video centers, smartphones and tablet PCs that combine television, telephone, computer and other lines of communication. Mass media are characterized by an appeal to the mass audience, accessibility to people, and the dissemination of information. Each type of media has its own specifics of influence on adolescents.

In the dissertation research the concept «negative influence of mass media on socialization of adolescents» has been specified as the dissemination of negative information by mass media, which directs adolescents to violate social connections and relations with social environment, bringing their individual and collective behavior into inconsistency with generally accepted social norms and rules, the formation of such personal qualities of adolescents which will not promote their active socialization in society.

The concept of «overcoming the negative influence of the media on socialization» is considered as a purposeful pedagogical activity, which aim is to form readiness of a person to recognize the destructive influences of the media and to counteract them with the help of various methods and techniques (critical analysis of information, its filtration, time limitation or termination of use of a certain type of mass media, etc.)

It is proved that consequences of mass media influence on the process of socialization of adolescents are not only positive, but also negative. The positive effects of media influence on socialization include: increasing of the level of informing of adolescents, forming of prosocial behavior, facilitating the formation of communicative skills, providing opportunities to relax from studying.

Among the negative effects of the media, special attention is paid to the consequences of the impact of violence scenes in the media (changes in the

perception of the surrounding world, the perception of violence by adolescents as a legitimate way of solving conflicts, copying violent patterns of behavior, the emergence of a reaction of desensitization, etc.), the consequences of the impact of advertising (advertising asserts respect for the material product as a complete substitute for the spiritual, forms in adolescents the idea that consumption and material wealth are the main goal of human life, advertising of food makes a negative impact on the health of adolescents), forming of stereotypes, the appearance of an adolescents addiction from the media, the effects of sex scenes in the media (the formation of a deformed view of interpersonal relationships, the artificial imposition of certain stereotypes of sexual behavior), creation of dangerous situations for adolescents because of their non-fulfilment of the rules of safe behavior in Internet.

The negative effects of influence on the intellectual sphere researchers include: reduction of intellectual abilities in primitive problems solving; reducing the flexibility of cognitive processes; narrowing of cognitive interests circle; distraction from real life, learning, natural children's interests and responsibilities; stagnation of the psyche.

The analysis of psychological, pedagogical, social-pedagogical literature gives grounds to highlight the negative effects of media influence on the cognitive, affective, value and behavioral spheres of adolescent's personalities.

In the dissertation, criteria, indicators and levels (high, medium, low) of overcoming the negative influence of mass media on socialization of adolescents are distinguished. On the basis of theoretical analysis of scientific works, the following criteria and indicators are determined: cognitive (involves mastering the system of theoretical general scientific, social-pedagogical, psychological and pedagogical knowledge necessary for a teenager to critically analyze the information provided by the media); motivational-value (characterizes a set of value orientations and moral beliefs of an adolescent, intentions, interests, according to which the teenager selects information sources, assesses media information) and practical (determines the degree of mastering a set of skills and abilities that ensure self-regulation of interaction with the media which are necessary for the effective socialization of adolescents).

The concept of «social-pedagogical conditions for overcoming the negative influence of mass media on the socialization of adolescents» is proposed, which is defined as a complex of internal and external factors, content and methodological support for minimization of the destructive effect of the mass media on the socialization of adolescents.

The following social-pedagogical conditions are distinguished: informing of teenagers and their parents about the negative consequences of media influence; formation of a critical attitude of adolescents towards the media; actualization in the system of values of adolescents of universal values and promoting the development of communicative skills and abilities of adolescents. It is established that social-pedagogical conditions are interconnected essentially and processually.

At the recitals stage of the experiment it was established that overcoming the negative influence of the media is not a priority task of the social pedagogue work with adolescents in educational institutions. The results of this phase have shown that the level of overcoming the negative influence of the media on adolescents is predominantly medium and low. There is a link between the duration of watching television, the use of the Internet and levels of anxiety, aggression of adolescents, their communicative skills and academic success. The data and identified problems in the course of the diagnosis and statistical processing indicate that it is necessary to develop the content-methodological support for the activities of the social pedagogue in order to overcome the negative influence of the media on the socialization of adolescents.

The effectiveness of the forming experiment is confirmed by the formation of such characteristics of adolescents as: presence of deep and solid knowledge about the effects of the media on a person; improvement of critical media analysis skills; an ability to recognize and counteract manipulative influences in the media; actualization of universal human values (life, health, education, friendship, family, respect for other people, honesty, kindness, etc.) in the system of values and ability to evaluate media information according to their own values; planning of their usage of the media and an ability to self-regulate interaction with the media, a small amount of time (1-2 hours per

day), spent on interaction with the media; a conscious choice of sources of information and usage of the media mainly for educational purposes and for self-development.

The generalization of the results at the control stage of the experiment proved the effectiveness of the implemented social-pedagogical conditions for overcoming the negative influence of the mass media on the socialization of adolescents, as there are statistically significant qualitative and quantitative changes based on all criteria - cognitive, motivational-value, practical in the direction of reducing the number of pupils with low and middle levels and an increase in the number of adolescents with a high level of overcoming the negative impact of media in the experimental group.

For the first time, the social-pedagogical conditions for overcoming the negative influence of the media on socialization of adolescents in educational institutions and non-governmental organizations were substantiated and experimentally proved; criteria and indicators for overcoming the negative influence of mass media on socialization were developed.

The dissertation discovers the essence of the concepts «overcoming of the negative influence of the media on the socialization of adolescents», «social-pedagogical conditions for overcoming the negative influence of the media on the socialization of adolescents». The content aspects of the highlighting of the negative effects of media influence on the socialization of adolescent children has been improved. Forms and methods of social-pedagogical work with adolescents were developed further as well as the ideas of humanistic pedagogy of the organization of social interaction and communication between parents, teachers and adolescents.

The practical significance of the results of the study is to develop and to approve the content-methodological providing of the activities of social pedagogues and social workers for overcoming the negative influence of the mass media in the educational institutions, using the materials of the thesis in teaching the courses «Social pedagogics», «Fundamentals of socialization of the individual», «Theory and methodology social pedagogical work with children and youth organizations» for students of the specialty «Social work» / «Social pedagogics».

Keywords: mass media, critical attitude, adolescents, socialization, socialization of adolescents, social-educational training, social-pedagogical conditions.

Spysok publikatsii zdobuvacha

Naukovi pratsi, u yakykh opublikovano osnovni naukovi rezultaty dysertatsii

1. Smoliana Ya. V. Prosvitnytskyi treninh yak metod formuvannia krytychnoho stavlennia pidlitkiv do zasobiv masovoi informatsii. *Sotsialna pedahohika: teoriia i praktyka*. Luhansk, 2005. №2. S. 12–17.
2. Shuhailo Ya. V. Robota sotsialnoho pedahoha z batkamy shchodo poperedzhennia nehatyvnoho vplyvu ZMI na ditei ta pidlitkiv. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Pedahohichni nauky*. Zaporizhzhia, 2009. №2. S. 221–227.
3. Shuhailo Ya. V. Sotsialno-pedahohichni umovy zmenshennia nehatyvnykh naslidkiv vplyvu ZMI na sotsializatsiiu pidlitkiv. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Pedahohichni nauky*. Zaporizhzhia, 2010. №1(12). S. 244–251.
4. Shuhailo Ya. V. Zasoby masovoi informatsii: istorychni aspekty rozvytku. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vishchii i zahalnoosvitnii shkolakh*: Zaporizhzhia, 2010. Vyp.6 (59). S. 410–415.
5. Shuhailo Ya. V. Teorii vplyvu zasobiv masovoi informatsii na osobystist *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vishchii i zahalnoosvitnii shkolakh*. Zaporizhzhia, 2010. Vyp.7 (60). S. 401–408.
6. Shuhailo Ya. V. Internet-zalezhnist ta problema yii profilaktyky sered ditei ta pidlitkiv. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Pedahohichni nauky*. Zaporizhzhia, 2015. №2. S. 17–24.
7. N. V. Zaveryko, Ya. V. Shuhailo. Problema formuvannia krytychnoho stavlennia pidlitkiv do zasobiv masovoi informatsii: sotsialno-pedahohichni aspekty. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Pedahohichni nauky*. Zaporizhzhia, 2017. №1 (28). S. 31–39.
8. Shuhailo Ya. V. Osoblyvosti vprovadzhennia pedahohichnoi modeli podolannia nehatyvnoho vplyvu zasobiv masovoi informatsii na sotsializatsiiu pidlitkiv. *«ScienceRise: Pedagogical Education»*. Kharkiv, 2017. №10 (18). S. 23–28.

Naukovi pratsi, yaki zasvidchuiut aprobatyiu materialiv dysertatsii

9. Smoliana Ya. V. Nehatyvnyi vplyv zasobiv masovoi komunikatsii na osobystist i media pedahohika yak zasib yoho minimizatsii. *Sotsialna pedahohika: teoriia ta praktyka*. Luhansk, 2004. №1. S. 49–57.

10. Smoliana Ya. Rol ta mistse mediapedahohiky v osvitho-vykhovnomu protsesi. *Aktualni problemy humanitarnoi osvity: zb. nauk. prats.* Kyiv-Kremenets: RVTs KOHPI im. Tarasa Shevchenka. 2004. S. 293–295.

11. Smoliana Ya. V. Mozhlyvosti vykorystannia zasobiv masovoi informatsii dlia formuvannia osvithoi kompetentnosti. *Rozvytok zhyttievoi kompetentnosti uchniv u zahalnoosvitnomu navchalnomu zakladi: Materialy Vseukr. naukovo-poshukovoi konf.* (Kyiv-Zaporizhzhia, 7-8 zhovtnia 2004 r.). Kyiv-Zaporizhzhia, Vyd-vo ZOPPO, 2005. S. 263–266.

12. Smoliana Ya. Vplyv zasobiv masovoi informatsii na hendernu sotsializatsiiu pidlitkiv. *Teoriia i praktyka henderneho vykhovannia studentskoi molodi: dosvid, problemy, perspektyvy: materialy Mizhn. naukovo-pr. konf.* (Zaporizhzhia, 11-12 lystopada 2004 r.). Zaporizhzhia, LVT ZDU, 2004. S. 124–126.

13. Shuhailo Ya. V. Sotsialno-pedahohichni aspekty vplyvu zasobiv masovoi informatsii na sotsializatsiiu osobystosti. *Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii*. Kyiv, 2006. T.VIII, Vyp.2. S. 372–377.

14. Shuhailo Ya. Osoblyvosti vprovadzhennia mediaosvity v Ukraini. *Current Issues and Problems of Social Sciences*. International Scientific Conference. (Kielce, June 28-30, 2016). Kielce: Holy Cross University, 2016. – P. 51–53.

15. Shuhailo Ya. V. Pedahohichna model podolannia nehatyvnoho vplyvu zasobiv masovoi informatsii na sotsializatsiiu pidlitkiv. *International scientific-practical conference Forming of modern educational environment: benefits, risks, implementation mechanisms*. (Tbilisi, September 29, 2017). Tbilisi: Baltija Publishing. P. 102–106.

Naukovi pratsi, yaki dodatkovo vidobrazhaiut naukovi rezultaty dysertatsii

16. Shuhailo Ya. Mozhlyvosti vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii navchannia u vyshchykh navchalnykh zakladakh. *Humanitarni problemy*

stanovlennia suchasnoho fakhivtsia: Materialy VIII Mizhn. nauk.-pr. konf. (Kyiv, 22-23 bereznia 2007 r.). Kyiv.: NAU, 2007. S. 74–75.

17. Smoliana Ya. V. Vplyv zasobiv masovoi informatsii na kulturu studentiv. *Zbirnyk materialiv naukovoï konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh vchenykh: Zb.materialiv nauk. konf. (Zaporizhzhia, 13-16 kvitnia 2004 r.) Zaporizhzhia: ZDU, 2004. S. 233–240.*

18. Shuhailo Ya. Prykladni aspekty formuvannia informatsiinoï kompetentnosti studentiv-pershokursnykiv. *Aktualni problemy vyshchoï profesiinoï osvity Ukrainy: Materialy Vseukr. nauk.-pr. konf. (Kyiv, 22-23 bereznia 2012 r.). Kyiv: NAU, 2012. S. 66.*

19. Shuhailo Ya. Problema Internet-adyktsii u studentiv VNZ. *Aktualni problemy vyshchoï profesiinoï osvity: Materialy Mizhn. nauk.-pr. konf. (Kyiv, 21-22 bereznia 2013 r.). Kyiv: NAU, 2013. S. 113–114.*

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	18
ВСТУП	19
РОЗДІЛ 1. ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА.....	27
1.1 Стан дослідженості проблеми подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків в теоретичних джерелах.....	27
1.2 Сутнісна характеристика негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків	49
Висновки до розділу 1	87
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ.....	89
2.1 Критерії, показники і рівні оцінки подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.....	89
2.2 Результати констатувального етапу експерименту	102
Висновки до розділу 2	126
РОЗДІЛ 3 ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ	128
3.1 Характеристика соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків	128
3.2. Змістово-методичне забезпечення реалізації соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у закладах загальної середньої освіти.....	157
3.3 Результати експериментальної роботи	171
Висновки до розділу 3	198
ВИСНОВКИ.....	201
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	205
ДОДАТКИ.....	239

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЗМІ	Засоби масової інформації
ЗУ	Закон України
ЗЗСО	Заклади загальної середньої освіти
НО	Неурядові організації
ВІЛ	Вірус імунодефіциту людини
СНІД	Синдром набутого імунодефіциту
ПК	Персональний комп'ютер
ІЗ	Інтернет-залежність
КЗ	Комп'ютерна залежність
ЕГ	Експериментальна група
КГ	Контрольна група

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток інформаційного суспільства актуалізує проблему різновекторного впливу на соціалізацію особистості засобів масової інформації (мас-медіа). Попри те, що вони продукують особистісно значущий контент, простежуємо вагому частку тих, котрі поширюють деформовані цінності й пропагують асоціальні дії людини. Для підліткового віку характерним є пошук ціннісних пріоритетів і особистісних сенсів. Підлітки обирають мас-медіа як джерело інформації та засіб комунікації, що зумовлює ризики негативного впливу на їхню соціалізацію.

Завдання подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків визначено у законах України «Про доступ до публічної інформації» (2015), «Про соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю» (2001, із змінами від 19.12.2017), «Про освіту» (2017); державних стратегіях: Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки (2012), Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні (2013); Концепція впровадження медіаосвіти Національної академії педагогічних наук України (2016).

За результатами вивчення теоретичних джерел з'ясовано стан дослідження різних аспектів соціалізації підлітків, а саме: засади соціалізації особистості (Г. Андрєєва, А. Афіонов, І. Богданова, А. Босе, Ф. Гіддінгс, Н. Голованова, Е. Дюркгейм, М. Євтух, Л. Мардахаєв, М. Мосс, А. Мудрик, Ф. Мустаєва, М. Папуча, Т. Парсонс, С. Савченко, Г. Тард та ін.); соціально-педагогічний супровід соціалізації молодших школярів у сучасному інформаційному просторі (О. Петрунько, С. Семчук, А. Тадаєва); технології соціально-педагогічної роботи з підлітками (Т. Журавель, Н. Зимівець, Н. Максимовська, Д. Малков, О. Панагушина, І. Рогальська, С. Чернета); вплив засобів масової інформації на особистість (Дж. Брайант, Т. Вакуліч, Т. Карабін, О. Кудашкіна, Р. Пацлаф, Д. Попова, С. Семчук, С. Шандрук); медіаосвіта та медіаграмотність особистості (О. Волошенюк, О. Федоров, Н. Череповська); особливості просоціального впливу соціальної реклами на особистість (Н. Лисиця, О. Сватенков, С. Толстоухова); формування критичного мислення дітей та

підлітків (Т. Воропай, А. Кроуфорд, С. Метьюз, Т. Олійник, В. Саул, С. Терно, А. Тягло); проблема профілактики та корекції Інтернет-залежності (С. Бернштейн, І. Голдберг, М. Гріффітс, С. Кінг, Ф. Саглам, Дж. Салер, К. Янг); комп'ютерної адикції підлітків (Т. Больбот, Н. Сергєєва, Л. Юр'єва) та формування в підлітків безпечної поведінки в Інтернет-мережі (М. Снітко).

Студіювання наукових і нормативних джерел із проблеми впливу засобів масової інформації на соціальне становлення особистості засвідчує, що питання соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків не були предметом цілісного й системного дослідження. Сьогоденність і доцільність наукових пошуків потребує вирішення низки виявлених *суперечностей* між:

- соціальною потребою суспільства в подоланні негативного впливу засобів масової інформації й реальним станом соціально-педагогічної роботи в закладах загальної середньої освіти;

- потребою підлітків у комунікації в інформаційному просторі та відсутністю науково обґрунтованого інструментарію щодо подолання негативного впливу мас-медіа;

- об'єктивною потребою вдосконалення соціально-педагогічної роботи з подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків в закладах загальної середньої освіти та відсутністю адекватного науково-методичного підґрунтя.

Отже, актуальність окресленої проблеми, недостатня її розробленість у сучасній педагогічній теорії та практиці, виокремлені суперечності зумовили вибір теми дисертаційного дослідження – **«Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків»**.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано відповідно до теми дослідної роботи кафедри соціальної педагогіки Запорізького національного університету «Концептуальні основи методичного забезпечення особистісно зорієнтованої

підготовки соціальних педагогів в умовах університету» (державний реєстраційний номер 7/00100U001732).

Тему дисертації затверджено на засіданні Науково-технічної ради Запорізького національного університету (протокол №7 від 17.03.2011) та узгоджено у Міжвідомчій раді з координації досліджень у галузі освіти, педагогіки і психології (протокол №4 від 26.04.2011).

Мета дослідження – обґрунтувати та експериментально перевірити соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

Для реалізації поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**:

1. З'ясувати розробленість проблеми впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у теоретичних джерелах.
2. Охарактеризувати особливості соціалізації підлітків в умовах негативного впливу мас-медіа.
3. Виокремити критерії, показники та рівні подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.
4. Обґрунтувати соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків та здійснити їх експериментальну перевірку.

Об'єкт дослідження – подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

Предмет дослідження – соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

Теоретико-методологічну основу дослідження становлять положення особистісно орієнтованого (І. Бех, С. Подмазін), системного (С. Гончаренко) підходів; концептуальні засади процесу соціалізації особистості (Т. Алексеєнко, А. Капська, Л. Коваль, М. Лукашевич, В. Москаленко, Л. Орбан-Лембрик, С. Харченко); положення щодо ролі соціальних інститутів у процесі соціалізації підростаючого покоління (О. Безпалько, І. Зверєва, Г. Іванюк, Т. Окушко, А. Рижанова); технології соціально-педагогічної роботи з підлітками

(Р. Вайнола, Т. Веретенко, Н. Заверико, Т. Лях); положення про особливості соціалізації особистості в підлітковому віці (О. Леонт'єв, І. Кон, А. Реан, Д. Фельдштейн), соціалізація в інформаційному середовищі (В. Іванов, Л. Найд'юнова, Г. Онкович, Б. Потятиник, Г. Почепцов), психологічні основи Інтернет-залежності особистості (О. Камінська).

Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань дослідження використано комплекс **методів**, з-поміж яких *теоретичні*: аналіз, синтез, порівняння й систематизація психологічних, педагогічних та соціально-педагогічних джерел – для визначення сутності основних понять дослідження і з'ясування стану дослідженості проблеми негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків; порівняння, узагальнення й класифікація наукових підходів – для обґрунтування критеріїв, показників, рівнів та соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків; *емпіричні*: письмове опитування (анкетування) підлітків та їхніх батьків – із метою дослідження рівня обізнаності з проблемою негативного впливу засобів масової інформації на особистість; тестування підлітків – для визначення рівнів їхньої тривожності та агресивності; вивчення продуктів діяльності підлітків; метод незалежних експертних оцінок – для визначення розвитку комунікативних умінь підлітків у соціальному середовищі; педагогічний експеримент (констатувальний, формувальний, контрольний етапи) – для виявлення динаміки подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків і перевірки ефективності визначених соціально-педагогічних умов щодо подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків в освітньому процесі закладів загальної середньої освіти; *методи математичної статистики* – для перевірки ефективності виокремлених соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

Експериментальна база дослідження: Запорізька гімназія №107 (м. Запоріжжя), середня загальноосвітня школа №46 (м. Київ), загальноосвітній

навчальний заклад №66 (м. Запоріжжя), комунальний заклад освіти спеціалізована школа №67 еколого-економічного профілю (м. Дніпро), приватний комплекс безперервної освіти «Школа «ЕйдоС»» (м. Запоріжжя), загальноосвітній навчальний заклад №74 (м. Київ). Дослідно-експериментальною роботою було охоплено 253 підлітки віком від 10 до 15 років з трьох областей України (Запорізької, Дніпропетровської та Київської), 216 батьків підлітків.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що *вперше* обґрунтовано соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків (інформування підлітків та їхніх батьків щодо негативних наслідків впливу засобів масової інформації на особистість, формування критичного ставлення підлітків до мас-медіа, актуалізація загальнолюдських цінностей у системі ціннісних орієнтацій підлітків і розвиток у них комунікативних умінь і навичок); визначено критерії (когнітивний, мотиваційно-ціннісний, діяльнісний), показники та рівні (високий, середній, низький) оцінки подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків; *уточнено* визначення понять «подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків», що розглядається як цілеспрямована педагогічна діяльність щодо формування готовності особистості розпізнавати деструктивні впливи засобів масової інформації та протидіяти їм за допомогою різноманітних технік і прийомів; «соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації» – комплекс внутрішніх і зовнішніх чинників, змістово-методичного забезпечення задля мінімізації деструктивної дії мас-медіа на соціалізацію підлітків; *удосконалено* діагностичний інструментарій дослідження щодо подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію дітей підліткового віку; *подальшого розвитку* набуло змістово-методичне забезпечення соціально-педагогічної роботи в закладах загальної середньої освіти та неурядових організаціях із подолання негативного впливу

засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, а також ідеї про соціальне партнерство батьків, підлітків, соціальних педагогів, соціальних працівників.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробленні та апробації програми соціально-педагогічної роботи з подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, що містить такі компоненти: соціально-просвітницький тренінг для підлітків «Засоби масової інформації: плюси та мінуси», тематичний лекторій для батьків щодо негативних наслідків впливу засобів масової інформації на особистість; комплекс форм та методів соціально-педагогічної роботи з підлітками (міні-лекції, групові дискусії, рольові ігри, написання творчих робіт і виконання творчих проектів).

Результати дослідження можуть бути використані соціальними педагогами закладів загальної середньої освіти та соціальними працівниками неурядових організацій; фахівцями центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді з метою профілактики негативного впливу мас-медіа на особистість; науково-педагогічними працівниками закладів вищої освіти у розробленні модулів навчальних дисциплін «Соціальна педагогіка», «Основи соціалізації особистості», «Теорія та методика соціально-педагогічної роботи з дитячими та молодіжними організаціями» (для студентів першого (бакалаврського) освітнього рівня) спеціальності «Соціальна робота»/«Соціальна педагогіка».

Результати дисертаційного дослідження **впроваджено** в практику роботи громадської організації «Молодіжне об'єднання підтримки соціально-педагогічних ініціатив «Юнь Запоріжжя»» м. Запоріжжя (довідка про впровадження №31 від 06.12.2014), дитячого закладу оздоровлення та відпочинку «Чайка» смт Кирилівка Запорізької області (довідка про впровадження №38 від 19.09.2015), гімназії №107 м. Запоріжжя (довідка про впровадження №184 від 22.03.2017), середньої загальноосвітньої школи №46 м. Києва (довідка про впровадження №206-д від 24.04.2017), загальноосвітнього навчального закладу №66 м. Запоріжжя (довідка про впровадження №157 від 30.05.2017), спеціалізованої школи №67 еколого-

економічного профілю м. Дніпро (довідка про впровадження №66 від 09.11.2017), приватного комплексу безперервної освіти «Школа «Ейдос»» м. Запоріжжя (довідка про впровадження №35/01 від 06.12.2017), загальноосвітнього навчального закладу №74 м. Києва (довідка про впровадження №47 від 20.02.2018).

Особистий внесок здобувача. У статті «Проблема формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації: соціально-педагогічні аспекти», написаній у співавторстві з Н. В. Заверико, здобувачем висвітлено специфіку та зміст соціально-педагогічної роботи з формування критичного ставлення підлітків до ЗМІ на прикладі просвітницької програми.

Апробація результатів дисертації. Результати дисертаційної роботи було висвітлено у виступах на науково-практичних конференціях, форумах, симпозіумах, наукових читаннях різних рівнів, а саме: *міжнародних*: «Актуальні проблеми особистісно-орієнтованого навчально-виховного процесу в системі безперервної освіти» (Київ-Кременець, 2004), «Теорія і практика гендерного виховання студентської молоді: досвід, проблеми, перспективи» (Запоріжжя, 2004), «Соціалізація особистості в умовах системних змін: теоретичні та прикладні проблеми» (Київ, 2006); «Гуманітарні проблеми становлення сучасного фахівця» (Київ, 2007); «Інтеграція вищої школи України до Європейського та світового освітнього простору» (Київ, 2012); «Актуальні проблеми вищої професійної освіти» (Київ, 2013); «Current Issues and Problems of Social Sciences» (Kielce, Poland, 2016), «Forming of Modern Educational Environment: Benefits, Risks, Implementation Mechanisms» (Тбілісі, Грузія, 2017); *всеукраїнських*: «Розвиток життєвої компетентності учнів у загальноосвітньому навчальному закладі» (Запоріжжя, 2004), «Теорія та практика підготовки соціальних педагогів та психологів у вищому навчальному закладі: досвід, проблеми та перспективи» (Запоріжжя, 2007); «Актуальні проблеми вищої професійної освіти України» (Київ, 2012); *міській*: «Полікультуротворча діяльність» (Київ, 2006).

Основні положення дисертаційного дослідження обговорено на засіданнях кафедри соціальної педагогіки та щорічних звітних конференціях науковців Запорізького національного університету впродовж 2011–2018 років.

Публікації. Основні результати та зміст дисертації повною мірою відображені в 19 публікаціях (із них: 18 – одноосібні, 1 – у співавторстві), зокрема 8 – у провідних фахових виданнях України (з яких – 1 публікація у міжнародному наукометричному виданні), 11 статей і тез у збірниках матеріалів конференцій і семінарів.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається з анотації, вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел (385 найменувань, із яких 23 – іноземною мовою), 7 додатків на 74 сторінках, 18 таблиць, 10 рисунків. Загальний обсяг дисертації становить 312 сторінок, основний зміст роботи викладено на 186 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

1.1 Стан дослідженості проблеми подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків в теоретичних джерелах

В умовах стрімких політичних, економічних та соціальних змін надзвичайно важливого значення набувають питання соціалізації особистості. Особливої значимості проблема вивчення впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків здобула на початку XXI ст., тому що саме в цей період відбувалися складні політичні, економічні, соціальні зміни в житті суспільства, внаслідок чого ускладнилися процеси соціалізації дітей, підлітків та молоді. Тому, розглядаючи негативний вплив засобів масової інформації на соціалізацію підлітків як соціально-педагогічну проблему, ми вважаємо за необхідне з'ясувати напрями, за якими вона досліджувалася.

Аналіз наукових джерел дозволяє стверджувати, що питання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків досліджено за кількома напрямками: 1) як окрема галузь соціальної психології (Г. Андрєєва [14], Н. Богомолова [35], М. Володіна [361], Ф. Зімбардо [115], Б. Паригін [217], Р. Харрис [330]); 2) як фактор сприяння агресивній поведінці (В. Афанасьєва [18], А. Бандура [364] (A. Bandura), О. Виноградна [52], А. Допира [81], А. Дроздов [83], В. Клайн [368] (V. Cline), А. Назаретян [200], Ю. Романенко [253], К. Тарасов [306], А. Федоров [320], П. Фролов [328]); 3) як передумова психічних, поведінкових розладів у підлітків (Т. Алексеєнко [9], Т. Больбот [360], Т. Вакуліч [44], М. Гріфіт [376] (M. Griffith), Н. Дикун [176], І. Жданова [102], О. Камінська [122], О. Лабурцева [313], О. Лукомська [171], Н. Максимовська [176], О. Петрунько [221], Ф. Саглам [258], Н. Светлакова [265], В. Собкін [288], Т. Ткачова [313], Л. Юр'єва [360]); 4) як

фактор впливу на систему цінностей особистості (Н. Єфімова [98], Д. Попова [228], А. Федорович [321], С. Шандрук [338]); 5) як фактор маніпуляції свідомістю (С. Кара-Мурза [125], Н. Лігачова [309], П. Лісовський [165], Б. Потятиник [230], В. Петрик [301], Г. Почепцов [231]).

Незважаючи на те, що питання впливу ЗМІ на особистість підлітка вивчаються в різних галузях психології та педагогіки, головною метою цих наук є формування особистості підлітка. Для реалізації цієї мети необхідний комплексний підхід, який враховував би не лише біологічні та психологічні чинники, а й особливості навколишнього середовища підлітків. Тому термін «негативний вплив засобів масової інформації на соціалізацію підлітків» набуває соціально-педагогічного значення, а соціалізація підлітків в умовах негативного впливу засобів ЗМІ розглядається як засвоєння й відтворення підлітком соціальних норм і форм поведінки.

У контексті означеної проблеми дослідження, насамперед вважаємо за доцільне здійснити дефінітивний аналіз базових понять. Для визначення сутності поняття «негативний вплив засобів масової інформації на соціалізацію підлітків» ми виходили з розуміння його як частини більш загальної категорії – соціалізація особистості.

Певний внесок у вивчення соціалізації зробили зарубіжні вчені Ф. Гіддінгс [372], Е. Дюркгейм [369], Р. Літвак [164], Л. Мардахаєв [179], А. Мудрік [193, 194], Т. Парсонс [216], Н. Смелзер [279], П. Сорокін [290], Г. Тард [308]. Наприклад, заслугою Г. Тарда є спроба розглядати соціалізацію не тільки як стабілізувальний суспільний механізм, а й можливість забезпечення розвитку суспільства [308]. Ф. Гіддінгс вперше виділив стихійну та спрямовану соціалізацію, постановка цієї проблеми призвела до подальшого її дослідження як соціологами, так і педагогами та психологами [372].

Вивченням соціалізації особистості займалися українські педагоги: А. Акусок [3], Т. Алексеєнко [7], М. Барахтян [22], О. Безпалько [26], І. Богданова [34], М. Євтух [100], О. Жабокрицька [101], О. Заболотна [108], Н. Заверико [109], І. Зверєва [131], А. Капська [28], Л. Коваль [131], Н. Лавриченко [155],

М. Лукашевич [168], М. Папуча [215], О. Романовський [254], С. Савченко [256], М. Савчин [257], С. Харченко [332] та інші.

Поняття «соціалізація» як наукова категорія активно використовувалося представниками широкого спектру наук – філософії, соціології, педагогіки, психології, історії, етнографії та інших. Кожна з цих наук розглядає соціалізацію під певним кутом зору, виділяючи окремі ключові аспекти, надаючи різні визначення терміну (табл. 1.1). Існують такі підходи до трактування соціалізації: соціологічний, факторно-інституціональний, інтеракціоністський, інтерізаційний, інтраіндивідуальний [299, с. 237].

Таблиця 1.1

Поняття «соціалізація» як наукова категорія

Газузь науки	Визначення
Філософія	– «процес розвитку людської спільноти та окремого індивіда» або «процес взаємодії індивіда та суспільства на основі предметно-перетворюючої діяльності» [191, с. 4]; – «входження людини до соціального світу шляхом усвідомлення та впровадження певних соціальних якостей, що притаманні та необхідні ... конкретному суспільству в його історичній формі» [339, с. 77].
Соціологія	«процес прийняття індивідом вимог, функцій, ролей соціального середовища, способів соціального спілкування та взаємодії» [170, с. 135].
Психологія	– «розвиток особистості в активній взаємодії із соціальним середовищем» [25, с. 337]; – «засвоєння індивідом соціального досвіду, системи соціальних зв'язків та відносин» [276, с. 189]; – входження і пристосування до соціального середовища, засвоєння певних ролей і функцій [211].
Професійна педагогіка	процес і результат «засвоєння та активного відтворення індивідом цінностей, норм, установок соціального досвіду» [278, с. 171].

Продовження таблиці 1.1

Газузь науки	Визначення
Соціальна педагогіка	<p>– «історично зумовлений процес розвитку особистості, зразків поведінки, що притаманні даному суспільству» [293, с. 5];</p> <p>– наукова категорія і практичний педагогічний процес як «сукупне відображення формаційного типу суспільства, його цивілізаційної належності та культурної специфіки у процесі соціалізації» [131, с. 108];</p> <p>– «засвоєння та виробництво людиною культурних цінностей та соціальних норм» [193, с. 10];</p> <p>– це процес, умова, прояв і результат соціального формування особистості [180, с. 23];</p> <p>– складний і багатофакторний «процес набуття індивідом людських властивостей та якостей, спрямованість яких визначається конкретною соціальною ситуацією; явища, сутнісні характеристики якого забезпечують суб'єкт-суб'єктну єдність особистості, що виражається в одночасному засвоєнні і відтворенні соціальних цінностей та норм; соціокультурного феномену, який характеризується незмінністю психологічних механізмів та їх неповторністю у контексті становлення конкретної людської особистості» [155, с. 61].</p>

Джерело: складено автором самостійно на підставі проаналізованої літератури

Вищенаведені визначення мають спільні твердження, вони постулюють, що соціалізація – це процес взаємодії індивіда та соціального середовища, під час якого індивід приймає та засвоює вимоги суспільства, тобто він відіграє в цьому процесі пасивну роль, і лише одне визначення робить акцент на активності індивіда. Отже, тільки інтеграція філософських, соціологічних, психологічних, педагогічних поглядів на поняття «соціалізація» дає можливість дослідити його найбільш повно та широко.

В енциклопедії для фахівців соціальної сфери під редакцією І. Звереві соціалізація визначена як «процес входження людини в суспільство разом із її

соціальними зв'язками та інтеграцією у різні типи соціальних спільнот, унаслідок чого відбувається становлення соціального індивіда» [96, с. 79].

Відзначимо, що до 60-х рр. XX ст. панівним у науці було розуміння соціалізації як входження індивіда до соціального середовища шляхом пристосування до нього. Згодом соціалізацію почали розглядати як «двосторонній процес взаємодії індивіда та суспільства, у якому обидві сторони є активними» [191, с. 13] і з'явилася думка, що вона не є адаптацією, не зводиться до прямого засвоєння індивідом історичного досвіду та однозначного підкоряння домінуючим у соціальному середовищі нормам та установкам і передбачає вихід за межі, яких досягли попередні покоління [47].

Необхідно звернути увагу, що соціалізація характеризується такими особливостями: «1) соціалізація відбувається під безпосереднім впливом найближчого оточення індивіда; 2) вона передбачає активну цілеспрямовану діяльність особистості по перетворенню матеріальних і духовних цінностей, по створенню певних умов для власного розвитку, а також активну взаємодію індивіда з своїм найближчим оточенням; 3) визнання соціальних факторів (навчання, виховання, середовище) в якості провідних у процесі соціалізації не означає заперечення впливу на процес засвоєння індивідом соціального досвіду його природних, спадкових і вроджених особливостей; 4) соціалізація як двосторонній процес передбачає входження особистості в систему суспільних відносин і одночасне відтворення цих відносин в системі сімейних, товариських та інших зв'язків, в які включається індивід в силу свого соціального розвитку» [293, с. 7].

Як підкреслює Л. Орбан-Лембрик [211], соціалізація включає в себе дві окремі, відносно самостійні сторони: змістовну та функційну. Змістова сторона соціалізації включає формування регулятивних механізмів поведінки індивіда, систему його ціннісно-нормативних, етичних, соціальних, правових уявлень, ціннісно-сміслових орієнтацій, поглядів, переконань, а також формування механізмів саморегуляції, здатності до самооцінки, самокритичності. Функційна сторона соціалізації включає в себе такі поняття:

загальносоціальні детермінанти, інститути, соціально-педагогічні механізми, засоби, агенти соціалізації.

У контексті нашого дослідження важливе значення мають фактори соціалізації. Аналіз соціально-педагогічних праць дозволив стверджувати, що більшість учених (М. Барахтян [297], О. Безпалько [28], М. Галагузова [292], Н. Заверико [113], І. Зверєва [131], А. Капська [22], Л. Коваль [131], Ф. Мустаєва [198], О. Романовський [254], С. Хлебик [131]) погоджуються із класифікацією факторів (чинників) соціалізації, що була запропонована А. Мудриком [194]: мегафактори (космос, планета, Інтернет), макрофактори (країна, етнос, суспільство, держава), мезофактори (регіон, місто, ЗМІ, субкультура) та мікрофактори (сім'я, групи однолітків, найближче оточення).

У дослідженнях останніх років (Г. Лещук [162], С. Семчук [268], О. Панагушиної [214], О. Петрунько [222], Н. Шеременко [344] та ін.) визначено, що потужним мезофактором соціалізації є засоби масової інформації (ЗМІ) – невід'ємний елемент культури XXI сторіччя, частина й компонент духовного життя соціуму та особистості. Вони збільшують можливості співучасті людей у різних подіях, роблять досягнення науки і культури доступними для мас, розширюють межі життєвого світу кожного індивіда. Але, з іншого боку, ЗМІ зменшують потребу в міжособистісному спілкуванні, роблять його більш поверхневим і формальним.

Проаналізуємо поняття ЗМІ. Нормативні документи, теоретичні джерела подають такі визначення поняття: «засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації» (ЗУ «Про інформацію»), «спеціальні соціальні інститути, які займаються збором, обробкою, розповсюдженням та збереженням інформації» [321]; «органи, створені для відкритої, публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різних відомостей кількісно великим розосередженим аудиторіям» [162, с. 78]. У контексті нашого дослідження поняття «ЗМІ» розуміємо як комплекс організаційних структур та комунікаційних каналів, які виробляють та поширюють інформацію, призначену для масової аудиторії.

У сучасній журналістиці пропонується уникати використання терміну «ЗМІ», оскільки це аббревіатура від сполуки часів Радянського Союзу – «засоби масової інформації та пропаганди». Вони покликані обслуговувати тоталітарний (або авторитарний) режим і фінансуються бюджетними коштами для забезпечення відповідної ідеології керівної партії (чи іміджу авторитарного лідера). Звідси й впливає їхня місія в суспільстві: підтримувати дії режиму [24, с. 14].

У демократичних суспільствах має використовуватися термін «мас-медіа» (від «медіум» – посередник), оскільки вони надають суспільству об'єктивну інформацію, що ґрунтується на точності, достовірності та повноті відомостей, збалансованості різних поглядів [24; 187]. Вони фінансуються не за рахунок держави, а отримують прибуток від розміщення реклами. У журналістиці мас-медіа – це спеціальні соціальні інститути, які збирають, обробляють і розповсюджують інформацію. Поряд із цим терміном журналісти використовують термін «медіа», що має аналогічне значення. Оскільки тлумачення понять «засоби масової інформації», «мас-медіа», «медіа» збігаються, ми будемо використовувати їх як синоніми.

У контексті окресленої проблеми слід зазначити, що найпоширенішою класифікацією ЗМІ є поділ їх на друковані, аудіовізуальні та електронні. (рис. 1.1). За іншими класифікаціями виокремлюють ЗМІ: 1) за формою власності (державні, комунальні, приватні); 2) за каналом сприйняття інформації (візуальні, аудіо-, аудіовізуальні) та ін.



Рис. 1.1. Групи вітчизняних ЗМІ

Джерело: узагальнення автора на підставі проаналізованої літератури

До друкованих ЗМІ належать періодичні друковані видання (преса) – газети, журнали, бюлетені й разові видання з визначеним тиражем тощо; до аудіовізуальних – телебачення, кіно та радіомовлення. Електронні ЗМІ поєднують функції та властивості всіх традиційних мас-медіа. Нині не існує єдиного підходу до класифікації електронних ЗМІ. О. Каплій [123] підкреслює, що статусу ЗМІ електронні мас-медіа *de jure* не мають, а *de facto* вони розповсюджують масову інформацію. Для ЗМІ притаманно звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, розповсюдження інформації.

Вивчення ЗМІ як соціального інституту та агента соціалізації, на нашу думку, має комплексний характер. Політологічний, соціальний, педагогічний і психологічний аспекти феномена «ЗМІ» важко розділити. Учені обґрунтовали, що інформаційне середовище ЗМІ виступає одночасно як засіб соціалізації і середовищем життєдіяльності підлітка. Наприклад, О. Лаже доводить, що ЗМІ визначають характер соціальних норм, впливають на свідомість кожної людини, змінюючи при цьому способи сприймання інформації [323, с. 130]. Зокрема, С. Семчук визначає ЗМІ як нову реальність – гіперреальність, яка скомпонована з суміші діяльності людини та образів зі сфери споживання продуктів мас-медіа [267]. Необхідно зазначити, що будь-який медіа-продукт є сконструйованою реальністю. Він відзеркалює не реальний світ, а певні суб'єктивні, ретельно відібрані уявлення про нього.

ЗМІ відображають умови життя людей, системи їхніх спільних зв'язків і залежностей у макро-, мезо- й мікромасштабі. ЗМІ виконують два, на перший погляд, протилежні завдання: фіксують і розвивають інтереси як особистості, так і суспільства. За допомогою технічних засобів відбувається розповсюдження повідомлень, інформації, що містять певні ідеї для подальшого формування (або впливу на формування) установок, оцінок, думок та поведінки людей. Нерідко в такому випадку ЗМІ виконують не стільки інформаційні та культурологічні, скільки ідеологічні функції.

Саме через ЗМІ серед різних категорій населення (читачів, слухачів, глядачів) пропагуються певні ціннісні установки, світоглядні стереотипи та

моделі поведінки, внаслідок чого спільні смаки і форми «культурного споживання» поширюються як серед привілейованих, так і малозабезпечених категорій населення. З огляду на це у змаганні за культуру мас-медіа перебувають практично поза конкуренцією.

Останнім часом значну увагу науковців привертає проблематика впливу ЗМІ на соціалізацію сучасних підлітків. Тому вважаємо за необхідне обґрунтувати поняття «вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків».

Здійснений аналіз наукових праць Н. Авдєєвої [2], О. Волошенюк [24], Н. Єфімової [98], О. Мокрогуз [24] і досліджень Т. Джигі [79], Г. Лещук [162], С. Семчук [268], Л. Федотової [322] дозволив стверджувати, що у зв'язку з метою нашого дослідження варто проаналізувати вплив ЗМІ на первинну соціалізацію підлітків, зокрема в аспекті формування соціальної поведінки. Цьому, на нашу думку, є таке підтвердження: на початку ХХІ ст. традиційні соціальні інститути (сім'я, навчально-виховні заклади, молодіжні організації тощо) істотно послабили свій вплив на соціалізацію підлітків, а їх функції поступово перейшли до ЗМІ (О. Петрунько [221]). Виховна система «соціум – особистість» змінилася за своєю структурою, змістом і набула вигляду «соціум – ЗМІ – особистість», що дає підстави соціалізацію підлітків розглядати як формування соціальної поведінки під впливом соціалізувальних факторів.

Важливими для нашого дослідження є основні тенденції соціалізації особистості в умовах інформаційного середовища, виокремлені Т. Алексеєнко: «...спостерігається соціальна дезадаптація сучасних дітей і молоді (вона виявляється у незнанні і недотриманні ними соціальних моральних норм у поведінці, спілкуванні і виконанні соціальних ролей); сучасні діти і молодь більше обізнані з правами, чим обов'язками; посилюється активізація молоді щодо соціальних домагань (прагнуть до визнання, навіть будь-якою ціною; хочуть більше мати і менше докладати зусиль), у процесі здобування знань спостерігається підміна мотивів (головне не знання, а хороший атестат і диплом про престижну вищу освіту); збіднюється дозвіллева сфера дітей і молоді (пріоритетними стають беззмістовні форми дозвілля); спостерігається

поширення захоплення комп'ютерними іграми серед неповнолітніх, які витісняють інші захоплення і заміщують безпосереднє спілкування та дозволяють зняти певні соціальні бар'єри, що блокують асоціальну поведінку; спостерігається зниження рівня референтності для сучасних старшокласників батьків і рідних; ... поширюється маніпулювання свідомістю молоді засобами автоматизованих систем» [5, с. 8].

Отже, ЗМІ – один із соціальних інститутів, який тією чи іншою мірою виконує замовлення суспільства та окремих соціальних груп щодо організації певного впливу на населення як загалом, так і на окремі вікові та соціальні категорії. Можна зазначити два аспекти такого впливу. По-перше, засоби масової інформації істотно сприяють засвоєнню людьми різного віку широкого спектру соціальних норм та формуванню в них ціннісних орієнтацій у сфері політики, економіки, здоров'я, права тощо. По-друге, засоби масової інформації, фактично є своєрідною системою неформальної освіти та просвіти різних категорій населення. При цьому користувачі ЗМІ набувають досить різнобічних, суперечливих, несистематизованих знань, відомостей з різних питань суспільного та політичного життя [268].

Як зазначають дослідники ЗМІ (Ф. Саглам [258], Д. Серьогіна [271], В. Собкін [288; 289], А. Федоров [320]), поширення мережі Інтернет, розширення кількості радіо- й телеканалів, що конкурують між собою, ускладнення жанрово-тематичної структури їхніх програм, велика кількість різноманітної друкованої продукції створили за останні роки якісно новий інформаційний стан. Відповідно зростає значимість ЗМІ як агента соціалізації. Іноді кажуть, що за їх допомогою «спільні дорослі» виховують своїх «спільних дітей», компенсуючи цим часткове послаблення свого впливу як конкретних, окремих батьків [279].

Н. Єфімова підкреслює, що ЗМІ впливають на наші настрої, думки, ми навчаємось зі ЗМІ звичкам, оцінкам та поведінці зі ЗМІ як прямо, так і опосередковано [98]. Дослідниця довела, що ЗМІ здійснюють вплив на різні компоненти свідомості людини та її поведінки, однак головним є їхній вплив на систему цінностей та особистісних установок людини. На нашу думку, варто

сьогодні говорити не тільки про великий, а навіть вирішальний вплив ЗМІ на розвиток дітей і підлітків, на їхню поведінку та свідомість. Причому цей вплив оцінюється науковцями неоднозначно.

Під впливом у словниково-довідковій літературі розуміють «дію, яку певна особа чи предмет або явище виявляє стосовно іншої особи чи предмета» [89]. Вплив ЗМІ у суспільстві слід розуміти як спрямоване формування широкого спектру соціальних норм членів суспільства й ціннісних орієнтацій окремих соціальних груп населення.

Узагальнюючи думки науковців та адаптувавши їх до проблеми нашого дослідження, поняття «вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків» визначаємо як поширення групами мас-медіа різних видів соціальної, духовної, моральної, правової та іншої інформації для підліткової аудиторії. Через таку інформацію, що надають ЗМІ, підліток поступово оволодіває суспільним досвідом (здобуває знання, уміння, формує особистісні потреби, цінності, емоції тощо) і відтворює його відповідно до власного розуміння.

Цей вплив може мати як позитивний, так і негативний характер. Як зазначає О. Петрунько [222] вплив медіасередовища не може бути однозначним і тотальним. Дослідниця виокремлює як позитивні, так і негативні наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію. Метою нашого дослідження є розкриття негативного впливу мас-медіа, саме тому основний акцент зроблено на негативних наслідках впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, який слід розглядати як поширення інформації ЗМІ у вигляді негативних (агресивних, протиправних, насильницьких) стереотипів соціальної поведінки.

Отже, проблема негативного впливу ЗМІ на свідомість особистості набуває особливого значення в сучасних умовах, коли в суспільстві відбувається активний процес перегляду і трансформації наявних цінностей, і від діяльності ЗМІ значною мірою залежить формування нового бачення як соціальної дійсності, так і того, яким є узагальнений психологічний портрет сучасної людини. Відзначимо, що підлітки в цій ситуації опиняються у вирі

цінностей, стандартів, рольових очікувань, які в них формують ЗМІ, батьки, різні організації та об'єднання.

На відміну від інших авторів, О. Петрунько наголошує, що «соціалізація у сфері впливу медіасередовища розпочинається лише на етапі вторинної соціалізації індивіда, тобто тоді, коли за сценарієм «правильної соціалізації» він повинен бути цілком озброєним важливими соціально-психологічними захистами від сторонніх асоціальних впливів (впливів, здатних «вирвати» його з соціуму, спричинити «неправильну соціалізацію»). Унаслідок цього можна впевнено припускати, що лише незброєний (унаслідок викривленої первинної соціалізації) індивід є вразливим до деструктивних медіавпливів» [222]. Саме тому постає потреба в оцінці стану подолання негативного впливу ЗМІ на етапі підліткового віку та розробки соціально-педагогічних умов подолання цього впливу.

Оскільки в нашому дослідженні йдеться про негативний вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків, то важливо проаналізувати сутність поняття «соціалізація підлітка».

У дисертаційних дослідженнях останніх років проблему соціалізації дітей, підлітків і молоді розглядали Н. Абдюкова [1], О. Алексєєва [4], О. Панагушина [214], Я. Подолян [225], С. Семчук [268], Н. Сівак [274], С. Чернета [336], Т. Швець [342], Н. Шеременко [344].

Аналіз праць О. Алексєєвої [4], Т. Алексєєнко [8], Т. Веретенко [51], Т. Лях [304], Н. Заверико [110], О. Панагушиної [214], О. Петрунько [221], С. Чернети [336], Т. Швець [342], у яких досліджено проблеми соціалізації підлітків у різних соціальних середовищах, дозволяє стверджувати, що науковці пов'язують соціалізацію з системою соціальних зв'язків підлітка. Соціалізація, як відзначає О. Панагушина, «ґрунтується на системі соціальних зв'язків і відносин, засвоєнні членами організації соціального досвіду і перетворенні цього досвіду у власні установки, орієнтації, знання, навички, уміння» [214, с. 10].

С. Чернета визначає соціалізацію підлітків як «засвоєння ними соціального досвіду, перетворенні цього досвіду у власні цінності та орієнтації; вибіркоче введення у систему поведінки підлітка тих норм і поведінкових

шаблонів, які прийняті в суспільстві...» [336, с. 12]. Результатом соціалізації, як зазначає автор, є становлення соціального «Я» та соціальної активності підлітка.

До принципів соціалізації підлітків дослідниця додає принцип варіативності (умови для розвитку та духовно ціннісної орієнтації людини планомірно створюються на регіональному, муніципальному та локальному рівнях); принцип колективності (соціальне виховання в колективі дає індивіду досвід життя в суспільстві, досвід взаємодії з навколишніми, може створювати умови для позитивно спрямованого самопізнання, самовизначення, самореалізації); принцип центрації (тактика соціального виховання має бути спрямована на допомогу дітям, підліткам, юнакові у становленні, збагаченні та вдосконаленні їхньої людської сутності, у створенні умов для розвитку особистості, враховуючи пріоритет особистості перед групою та колективом); принцип незавершеності виховання (в кожній дитині, підліткові, юнаку є дещо незавершене, тому, знаходячись у діалогічному відношенні зі світом та з самим собою, вони завжди зберігають потенційну можливість зміни та самозміни); принцип доповнювальності (підхід до розвитку особистості як до сукупності взаємодоповнювальних процесів – природного, культурного, соціального, та інших, які визначають характер, зміст і результати соціалізації особистості) [336].

Н. Абдюкова [1], обґрунтовуючи та досліджуючи психологічні особливості соціалізації підлітків, зазначає, що в підлітковому віці особистість сягає вершин внутрішніх і зовнішніх суперечностей. Саме суперечності, як відомо, є рушійними силами розвитку особистості.

Підлітковий вік є одним із найважливіших та найскладніших етапів соціалізації. Його особливості досліджували Б. Ананьєв [13], Л. Божович [36], І. Булах [39], Л. Виготський [57], І. Дубровіна [84], Н. Колотій [135], І. Кон [137], Г. Крайг [144], О. Леонт'єв [160], К. Леонгард [159], Н. Максимова [174], В. Мухіна [199], Л. Обухова [206], Л. Орбан-Лембрик [211], М. Савчин [257], Д. Фельдштейн [324] та багато інших учених.

Питання меж підліткового віку все ще залишається невирішеним у психолого-педагогічній літературі. Автори надають різні визначення

підліткового періоду, але більшість вітчизняних учених згодні з тим, що підлітковий вік – це вік від 10 (11) до 14 (15) років [1; 27; 150; 151; 257]. Д. Фельдштейн [324] виокремлює три основні стадії розвитку підлітків: 10 – 11 років (перша стадія), 12 – 13 років (друга стадія), 14 – 15 років (третьа стадія).

При дослідженні соціалізації в підлітковому віці важливо виокремити основні новоутворення у психіці підлітків, з'ясувати соціальну ситуацію їхнього розвитку, яка в кожному віці передбачає неповторну систему стосунків дитини і середовища. А суть кризи перехідного віку полягає в перебудові цієї системи.

На думку Л. Виготського, підлітковий вік характеризується такими основними новоутвореннями, як почуття дорослості та потреба в самоствердженні. Щодо соціальної ситуації розвитку, то на даному етапі розвитку в підлітка виникає специфічний комплекс потреб, що виявляється у прагненні знайти своє місце у групі ровесників, вийти за межі школи і приєднатися до життя та діяльності дорослих [57; 58].

Необхідно зазначити, що підлітковий вік – це один із найбільш складних із усіх дитячих етапів розвитку, що представляє собою період становлення особистості. У цей період в особистості дитини відбуваються комплексні суперечливі зміни, на підставі яких підлітковий вік називають важким, критичним, перехідним. Якісні зміни, які відбуваються, здебільшого бувають несподіваними, надають процесу розвитку стрибкоподібного, бурхливого характеру. Разом з цим, це найбільш відповідальний період, оскільки тут створюються засади моральності, формуються соціальні установки, ставлення до себе, до людей та до суспільства. Крім того, у цьому віці стабілізуються риси характеру та основні форми міжособистісної поведінки. Головні мотиваційні лінії цього вікового періоду, пов'язані з активним прагненням до особистісного самовдосконалення – це самопізнання, самовираження та самоствердження [137, с. 222].

Психологічним критерієм початку підліткового віку, як визначено В. Мухіною [199], виступає поява якісно нового рівня самосвідомості. Якщо у молодшому шкільному віці уявлення дитини збігаються з уявленнями про неї дорослих і вони повністю керують її поведінкою, то для підлітка такий тип

відносин стає неприйнятним, оскільки вже не відповідає його самосприйняттю та саморозумінню. Намагання бути і вважатися дорослим – стрижнева особливість особистості підлітка.

Підкреслимо, що перехід до підліткового віку характеризується змінами умов, що впливають на особистісний розвиток дитини. Вони стосуються фізіології організму, відносин, що складаються із дорослими та однолітками, рівня розвитку пізнавальних процесів, інтелекту та здібностей. У всьому цьому спостерігається перехід від дитинства до дорослості.

Як відзначає М. Савчин [257], у підлітковому віці емоційний фон стає нерівним, нестабільним. Нервова система підлітка ще не зовсім готова витримувати сильні, тривалі подразники, часто перебуває під їхнім впливом у стані загальмованості або сильного збудження. Підліток вимушений постійно пристосовуватися до фізичних та фізіологічних змін, що відбуваються в його організмі, переживати «гормональну бурю». У підлітків постійно посилена секреція надниркових залоз, яка зазвичай відповідає за мобілізацію організму в стресових ситуаціях, тобто підліток мовби увесь час знаходиться у стані стресу.

Однак не для всіх підлітків цей віковий період є кризовим. Існують декілька причин, що зумовлюють труднощі в соціалізації підростаючої особистості: «недостатній рівень самостійності, неадекватна самооцінка і рівень домагань, несформованість світогляду, моральних еталонів і ідеалів, прояв підліткового негативізму, агресивності, відсутність конкретних життєвих цілей, високий рівень тривожності та підлітковий максималізм, а також несформованість навичок спілкування» [1, с. 39]. За наявності таких ознак, на нашу думку, соціалізація підлітка суттєво ускладнюється.

Необхідно також звернути увагу й на емоційну сферу особистості підлітків. Є. Ільїн [116] підкреслює, що емоції підлітків значною мірою пов'язані зі спілкуванням. Саме тому особистісно значущі відношення до інших людей визначають як зміст, так і характер емоційних реакцій. «При цьому нестача досвіду переживань емоцій у новій провідній діяльності та досвіду спілкування призводять до того, що підліток в основу свого емоційного еталону

ставить не те загальне, що повторюється в різних людях, а індивідуальні особливості конкретної людини. Зберігається у підлітків і негативне ставлення до себе, в результаті для цього віку характерною є схильність до негативних емоцій та розлагодженість у мотиваційній сфері» [116, с. 403].

Для емоційної сфери підлітків характерними є: 1) велика емоційна збудженість, саме тому підлітків відрізняє запальність, бурні прояви почуттів, пристрасність; 2) більша стійкість емоційних переживань, наприклад, підлітки довго не вибачають образи; 3) підвищена готовність до очікування страху, що проявляється в тривожності; 4) суперечливість почуттів; 5) виникнення переживань не тільки з приводу оцінки підлітка іншими, а й із приводу самооцінки, що проявляється в них у результаті зростання їхнього самоусвідомлення; 6) сильно розвинене почуття належності до групи, саме тому вони більш гостро та болюче переживають несхвалення товаришів, ніж несхвалення дорослих або вчителів, часто з'являється страх бути не визнаними групою; 7) пред'явлення більш високих вимог до дружби, в основі якої знаходиться не гра, як у молодших школярів, а спільність інтересів та моральних почуттів; дружба в підлітків більш вибіркова та інтимна, більш довготривала [116, с. 403-405]. Усі ці характеристики роблять підлітків сензитивними до негативного впливу мас-медіа.

С. Кириленко [128] наголошує, що у психічному розвитку сучасних підлітків спостерігаються незворотні зміни. Зростають негативні реакції невдоволення, холодності, черствості; негативні тенденції у прояві таких вищих психічних функцій, як: сприйняття, пам'ять, уява, мислення, мовлення; несформованість уміння стримувати емоції, контролювати ситуацію, власні дії.

У соціальному розвитку дітей підліткового віку спостерігаються серйозні ускладнення – гостроти й актуальності набули проблеми підліткової агресивності, культури спілкування, соціального конформізму. Загострюється проблема соціальної адаптованості дітей і підлітків до навчально-виховних колективів, спостерігається тенденція до постійного зростання відчуження підлітків від батьків, учителів, а відтак – від суспільства загалом [128, с. 31]. Згідно з

результатами дослідження Т. Куниці [151, с. 266] третині старшокласників, що брали участь у дослідженні, притаманний підвищений рівень тривожності.

Реакція емансипації – специфічна підліткова поведінкова реакція. Вона виявляється в намаганні вивільнитися з-під опіки, контролю, заступництва старших і пов'язана з боротьбою за самостійність, за самоствердження особистості. У підлітків має місце прояв несприйняття оцінок дорослих незалежно від їх правоти.

На нашу думку, це зумовлено, в першу чергу, тими стосунками, що склалися в сім'ї. Якщо близькі для підлітка члени родини ставляться до нього з належною увагою, якщо між підлітком і його батьками склалися добрі стосунки, якщо він довіряє своїй родині, то родина може ще протягом тривалого часу залишатися провідним інститутом соціалізації. Якщо ж стосунки в сім'ї конфліктні, суперечливі, то вона може втратити свою позитивну роль уже на початку підліткового віку, і тоді підліток може опинитися під негативним впливом ЗМІ чи вулиці. Адже саме в родині формується підґрунтя особистості, через призму системи цінностей, що засвоєна в сім'ї, дитина сприймає ті норми й цінності, що транслюють інші агенти соціалізації.

Акцентуємо увагу на тому, що в підлітковому віці в дитини з'являються дві різні за своїм значенням для соціалізації системи взаємовідносин: одна – з дорослими, інша – з однолітками. Обидві вони продовжують формуватися в середніх класах школи. Ці дві системи нерідко суперечать одна одній за змістом і нормами.

Стосунки з однолітками звичайно складаються як рівнопартнерські й рівноправні, на відміну від них, стосунки з батьками й учителями залишаються нерівноправними. Оскільки спілкування з друзями починає приносити підлітку більше користі в задоволенні його актуальних інтересів і потреб, він часто відходить від школи й сім'ї, починає більше часу проводити з однолітками. Відособлені групи однолітків у підлітковому віці стають більш стійкими, стосунки між дітьми в них починають підпорядковуватися більш суворим правилам. Спільність, близькість інтересів і проблем, що хвилюють підлітків,

можливість відкрито їх обговорювати, не боятися бути осміяними, рівноправні стосунки з товаришами – все це робить атмосферу в референтних групах більш привабливою, ніж співтовариство дорослих людей.

У випадку неможливості задовольнити свої потреби в повазі, визнанні в сім'ї, школі, підлітки шукають соціальної опори в різних неформальних об'єднаннях, маргінальних групах, що зазвичай сповідують контрнормативні цінності. «Підліток віддає перевагу неформальній групі з асоціальною орієнтацією, навіть якщо він там не має особливого авторитету – адже уже сам факт приналежності до неї дозволяє задовольнити потребу в зовнішньому підтвердженні самооцінки за рахунок тих підлітків, які не є членами такої групи» [11, с. 28]. Великою популярністю (завдяки мас-медіа) серед підлітків користуються субкультури руферів, трейнсерфінгерів та трейнхперів («зацеперів»), представники яких наражають на небезпеку власне життя. Поширення за допомогою відеохостингу Youtube фото- та відео-матеріалів такого спрямування на велику аудиторію.

Отже, спілкування підлітків перетворюється на самостійний вид діяльності, забирає багато часу й виконує важливу соціальну роль. Спілкування з однолітками сприяє формуванню норм і ціннісних орієнтацій, засвоєнню норм поведінки і сприйняттю соціальних реалій. Наявність друга або друзів значно покращує соціальне самопочуття підлітка, позбавляє його почуття самотності, яке може призвести до суїцидальних проявів у підлітковому середовищі.

Згідно із проведеним Ж. Петрочко [219] опитуванням, 5% підлітків (кожен двадцятий) взагалі не мають близьких друзів, а переважна більшість юнаків та дівчат певною мірою відчують самотність (64%), а 3% постійно відчувають себе самотніми. Ми акцентуємо увагу на зазначених цифрах тому, що одним із мотивів звернення підлітків до ЗМІ є саме прагнення знайти друзів та позбутися самотності.

Відзначимо, що за останні десятиліття помічено різке зростання явищ соціальної дезадаптації підлітків і молоді, що виявляється в різного роду девіаціях поведінки, у тому числі правопорушеннях, алкоголізації,

наркотизації, суїцидах. Профілактика девіантної поведінки підлітків є одним із напрямків виховної роботи в загальноосвітніх закладах. Однак, згідно з результатами опитування педагогів [18], в основному здійснюється профілактика тютюнопаління, алкоголізму, наркоманії. Більшість учителів зазначили, що не знають, як ефективно запобігти надмірному зловживанню Інтернетом, залученню до азартних ігор, суїциду, правопорушенням тощо [18, с. 5]. Ці дані дозволили зробити висновок, що програма профілактичної роботи з підлітками потребує вдосконалення й систематизації з урахуванням особливостей розвитку сучасного українського суспільства.

Девіантна поведінка є однією з найбільш важливих проблем підліткового віку. Згідно з рекомендаціями Р. Байярд та Дж. Байярд [20] виокремлюють такі основні форми девіантної поведінки неповнолітніх: грубість та зневажливість; використання ненормативної лексики; дармоїдство, уникання праці або навчання; бродяжництво, втеча з дому; паління; надуживання алкоголю; споживання наркотиків; нерозбірливі статеві контакти, сексуальні злочини; крадіжки; хуліганство, пограбування; бійки; мазохізм та самогубство.

Також особливу увагу слід звернути на використання підлітками вільного часу, оскільки це безпосередньо стосується проблеми нашого дослідження. Відстежимо динаміку змін у пріоритетах використання ЗМІ підлітками.

Згідно з проведеним у 2000 році дослідженням встановлено, що абсолютним лідером у структурі дозвілля підлітків на той час був перегляд телевізійних передач (77% респондентів указували на щоденний перегляд), наступними йшли прослуховування музичних записів та радіопередач, зустрічі з друзями, знайомими та пасивний відпочинок [223, с. 111].

На сьогодні ситуація змінилася. Здешевлення доступу до Інтернету, а також поява нових девайсів (смартфонів, планшетів тощо) для мобільного виходу в Інтернет без прив'язування до стаціонарних комп'ютерів у структурі дозвілля підлітків вивели використання мережі Інтернет на перше місце. За результатами проведеного у 2014 році дослідження М. Снітко [287] встановлено, що 97,67% підлітків користуються Інтернет-мережею, а кожен третій підліток не знає правил

безпечної поведінки в Інтернет-мережі й надає персональну інформацію (ім'я, номер телефону, адресу) віртуальним співрозмовникам та вважає себе залежним від Інтернет-мережі. А опитування учнів 5 – 10 класів міських шкіл України щодо їхніх інтересів в Інтернеті засвідчило, що «близько 70% приховують від батьків, що саме вони роблять в Інтернеті; майже 60% відвідували порносайти і дивилися порномультими; більше 35% спілкувалися на секс-форумах; близько 80% цікавляться відео із сценами насилля (мобінгу), які викладають в Інтернет їхні ровесники, інколи приймають участь в їх обговоренні в блогах. У той же час 100% опитаних батьків, вважають, що знають, яку інформацію в мережі Інтернет переглядала дитина» [8, с. 292].

Особливої уваги вимагає проблема залучення підлітків до деструктивних груп, «груп смерті» у соціальних мережах. Найвідомішими з яких є «Синій кит», «Тихий дім», «Біжи або помри», «Розбуди мене о 4.20», «Червона сова». За даними ЗМІ, учасниками таких деструктивних об'єднань у соцмережах стали майже 30 тисяч українських підлітків. На думку дослідників А. Лобанової та Л. Калашнікової, «оскільки підлітки є найбільш вразливою групою, а в умовах гібридної війни, їх психіка стає занадто крихкою, саме тому вони...виступають у якості предмета апробації ідеології аутодеструкції» [166, с. 168]. Учені називають декілька можливих причин поширення «груп смерті» в мережі: 1) можливе існування ринку смерті (який є аналогічним ринку дитячої порнографії); 2) «відпрацювання технології управління масовою свідомістю, яка розрахована на молодь з метою використання цієї деструктивної поведінки у подальшому» [166, с. 168]. Згодом дані технології можуть бути застосовані щодо інших вікових груп і використані в інших злочинах – убивствах і терактах.

У попередні десятиліття досить розповсюдженим був активно-діяльнісний тип використання вільного часу, зараз на зміну йому прийшов розважально-рекреативний тип дозвілля, характерний для більшості підлітків. Результати медичних досліджень доводять, що для нормального розвитку дитині потрібно щоденно неорганізовано займатися будь-яким фізичним навантаженням не менше двох годин та організовано ще одну годину [249]. Натомість підлітки проводять

вільний час біля смартфонів, планшетів, перед моніторами комп'ютерів чи екранами телевізорів. Рухова активність має загальнобіологічне значення. Виявляючи тонізуючу дію на центральну нервову систему, вона сприяє більш досконалому пристосуванню організму до середовища. Внаслідок обмеження рухової активності знижуються захисні механізми організму до несприятливих впливів навколишнього середовища, розвивається схильність до різних захворювань, що також ускладнює процес соціалізації.

В. Нечитайло наголошує, що в наш час соціалізація підлітків відбувається в надзвичайно важких умовах: військовий конфлікт на Сході України, політична та економічна кризи, складна криміногенна ситуація, криза суспільства, криза сім'ї, криза школи – усе це накладає свій, здебільшого негативний, відбиток на формування особистості підлітка [205].

Як відзначали Б. Ананьєв [13], О. Леонт'єв [160] особливості соціалізації підлітків обумовлені провідною діяльністю, бо саме під її впливом відбуваються якісні зміни в психіці й організмі людини. Д. Фельдштейн провідною діяльністю вважає суспільнокорисну діяльність, до якої відносить трудову, суспільно-організаційну, художню, спортивну [324]. Ми підтримуємо думку науковців щодо того, що провідною діяльністю підлітків є спілкування, саме йому належить головна й вирішальна роль у психічному та соціальному розвитку підлітка. Без спілкування неможливий нормальний розвиток. Тільки в контакті з однолітками, дорослими підліток може випробувати різні соціальні ролі та сформуватися як особистість. Однак існують особливості впливу на соціалізацію підлітків реального спілкування й віртуального. Надмірне занурення у віртуальне спілкування в соціальних мережах справляє десоціалізувальний вплив, одночасно перешкоджаючи залученню до інших видів діяльності.

Проведений аналіз наукових джерел засвідчує можливість визначення поняття «соціалізація підлітків». Це складний процес, який потребує урахування впливів різних факторів і обставин макро-, мезо- і мікросередовища, що оточує підлітків, динаміки їхнього психічного, фізичного та особистісного розвитку. Соціалізація підлітків у контексті впливу ЗМІ

здійснюється за двома взаємопов'язаними напрямками. З одного боку, суспільство завдяки поширенню ЗМІ надає зростаючій особистості інформацію у вигляді певних стереотипів соціальної поведінки. Через інформацію, що надається у ЗМІ, підліток поступово оволодіває суспільним досвідом (здобуває знання, уміння, формує особистісні потреби, цінності, емоції тощо), відповідно до власного досвіду й розуміння розширює та систематизує його. З іншого боку, підліток не лише усвідомлює, а й реалізує себе як суб'єкт широкого кола соціальних ролей і взаємодій.

Отже, виконаний у цьому підрозділі аналіз проблеми негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків як соціально-педагогічної проблеми та обґрунтування базових понять дослідження дає нам підставу зробити ряд узагальнених висновків: 1) поняття «соціалізація підлітків» є міждисциплінарним, оскільки воно акумулює знання з різних галузей знань: філософії, соціології, психології, педагогіки та інших, що спричинило змістову неоднозначність цього терміну; 2) поняття «засоби масової інформації» досить складне, комплексне, багатоаспектне і знаходиться у процесі свого змістового наповнення; 3) соціалізація підлітків у контексті впливу ЗМІ здійснюється за двома взаємопов'язаними лініями: з одного боку, суспільство завдяки поширенню ЗМІ надає зростаючій особистості інформацію у вигляді певних стереотипів соціальної поведінки, а з іншого – підліток не лише усвідомлює, а й реалізує себе як суб'єкт широкого кола соціальних ролей і взаємодій.

Узагальнюючи вищезазначене, під поняттям «негативний вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків» ми розуміємо поширення ЗМІ негативної інформації, яка спрямовує підлітків на порушення соціальних зв'язків і стосунків із соціальним оточенням, приведення їхньої індивідуальної та колективної поведінки в невідповідність до загально визнаних суспільних норм і правил, формування особистісних якостей підлітків, які не сприятимуть активній соціалізації в суспільстві.

Слід підкреслити, що в останні десятиліття ЗМІ зазнають істотних змін унаслідок прискорення науково-технічного прогресу: розповсюдження мережі

Інтернет, супутникового зв'язку, кабельного радіо і телебачення, електронних текстових комунікаційних систем (відео, екранних і кабельних текстів), смартфонів, планшетних ПК тощо. У зв'язку з цим розширюється коло впливу та перелік функцій, виконуваних ЗМІ. У наступному підрозділі визначимо сутність і наслідки негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

1.2 Сутнісна характеристика негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків

Обґрунтування сутності та наслідків негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків потребує звернення до напрацювань науковців у галузі соціальних і педагогічних наук (Т. Вакулич [44; 45], Н. Дикун [176], О. Камінська [122], Н. Максимовська [175; 176], А. Тадаєва [305] та ін.), а також тих учених, які присвятили свої праці соціалізації підлітків як напрямку соціально-педагогічної роботи з ними: Т. Алексеєнко [299], О. Безпалько [26; 27; 28; 190], Т. Веретенко [51], Н. Заверико [111; 113], І. Зверєва [96; 131], А. Капська [295], Т. Лях [107; 303], Ж. Петрочко [219], Л. Просандєєва [242], К. Сергєєва [269], С. Чернета [336] та ін.

У зв'язку з цим у нашому дослідженні будемо орієнтуватися на філософську, загальнонаукову методологію, методологію соціальної педагогіки та міждисциплінарних досліджень, що визначають сукупність підходів. За нашим уявленням негативний вплив засобів масової інформації на соціалізацію підлітків слід розглядати з позиції таких методологічних підходів: гуманістичного, діяльнісного, особистісно орієнтованого, середовищного, системного.

Непересічне значення для нашого дослідження має вивчення сутності та наслідків негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у контексті гуманістичного підходу, який був започаткований ще Я. А. Каменським. Сенс цього підходу полягає в тому, що соціальне зростання підлітка слід убачати в розкритті його індивідуальних особливостей, виявленні мотивації до видів діяльності з урахуванням важливості кожного підлітка як

особистості, яка прагне до самовизначення в соціальному оточенні. Втілення ідей цього підходу в соціально-педагогічну роботу, на нашу думку, завжди буде актуальним у практиці соціально-педагогічної діяльності.

Діяльнісний підхід у розкритті сутності та наслідків негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків розуміємо в контексті соціалізації, спрямованої на соціальний розвиток підлітків, їхніх соціальних очікувань, задоволення актуальних потреб, вироблення й дотримання соціальних норм та правил поведінки, формування соціальної компетентності, встановлення й підтримування соціальних контактів у підлітковому середовищі. Ідеї цього підходу мають прояв у можливостях спілкування підлітків з іншими людьми, особливостях проведення ними дозвілля.

Згідно з особистісно-орієнтованим підходом, сутність і наслідки негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків варто розглядати в контексті становлення підлітка як особистості. Запровадженню цього підходу в освітні процеси сприяли дослідження психологів І. Беха [29], О. Леонтєва [160] та ін. щодо закономірностей розвитку особистості

На підставі аналізу психолого-педагогічної літератури сформулюємо ряд важливих позицій, що впливають на впровадження особистісно-орієнтованого підходу в практику розуміння сутності та наслідків негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків: 1) особистісно-орієнтована діяльність із підлітками має забезпечити розвиток і саморозвиток підлітка як суб'єкта пізнання й соціально-педагогічної взаємодії, ґрунтуючись на виявлених його індивідуальних властивостях; 2) критеріальна база особистісно-орієнтованого вивчення враховує сформованість мотиваційної та пізнавальної активності підлітка (його психічних властивостей, якостей, проявів тощо).

Середовищний підхід щодо вивчення сутності та наслідків негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків розкривається у вивченні впливів ЗМІ на соціальне оточення підлітків. Він характеризує виховний потенціал ЗМІ, соціальну, батьківську, сімейну та підліткову субкультури, особливості психологічного мікроклімату і проблем соціалізації в

окремому середовищі, основні причини конфліктної поведінки підлітків, можливі способи розв'язання конфліктів у підлітковому оточенні.

Відповідно до системного підходу сутність і наслідки негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків обґрунтовуються сукупністю психолого-педагогічних, соціально-правових, субкультурних, гендерних та соціально-економічних факторів, системоутворювальними з яких є основні принципи соціального виховання, батьки (соціальні працівники, вчителя, педагоги) і підлітки як суб'єкти соціально-педагогічної взаємодії, загальнолюдські цінності та ціннісні ставлення (Т. Алексєєнко [8]).

Обґрунтуємо сутність і наслідки негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, ураховуючи вищезазначені підходи.

Сприйняття підлітками інформації, яка транслюється по радіо, телебаченню, публікується в пресі, в мережі Інтернет, завдяки різним системам аналізаторів породжує відмінності в її переробці. ЗМІ створюють своєрідний інформаційний світ, на основі якого людина, зокрема підліток, виробляє певний світогляд щодо способу і стилю життя, типів поведінки тощо. Кожний вид ЗМІ має свою специфіку, переваги та недоліки. Проаналізуємо вплив видів ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Одне з провідних місць серед інших ЗМІ займає телебачення. Воно є одним із лідерів як за масштабами охоплення аудиторії, так і за оперативністю передавання інформації. Серед специфічних ознак телебачення, які відрізняють його від інших ЗМІ, відзначають простоту використання його в ролі джерела інформації (телебачення не вимагає особливого освітнього рівня споживача й характеризується доступністю у сприйнятті повідомлення); одночасність події та її відображення; наочність, можливість активного спілкування в ході перегляду телепередач та інше.

Завдяки здатності поширювати на величезні території звукові та зорові образи, навіть одночасно з подією, телебачення сприяє подоланню фізичних перешкод простору й часу між джерелом інформації та аудиторією. Збагачена зоровою наочністю інформація робить телебачення результативним, формує в

аудиторії інтерес до знань, збільшує потребу в набутті більш широкої та глибокої інформації з інших джерел.

Телебаченню притаманний комплекс таких ознак, які визначають його особливу педагогічну функцію у вихованні підростаючого покоління. Відомо, що сприйняття телевізійної інформації – аудіовізуальне. Саме тому найбільш вражаючою є інформація видовищна. «Дотелевізійне покоління дітей значно відрізняється від сучасного: їхнє зорове пізнання світу було більш обмеженим і ефект від пояснення і осмислення нових і нових вражень, що надходять до свідомості дитини, виявлявся не так гостро» [228, с. 40].

Сила впливу телебачення не тільки в наочності зорового образу, який лежить в основі синтетичної мови, але й у використанні слова, музики. Проте телебачення має такі переваги в порівнянні з радіо, як наявність візуального ряду, його оптико-акустичне інформування вимагає зосередженості, уваги, істотної мобілізації психофізичних зусиль.

Досить часто підліток проводить перед екраном телевізора набагато більше часу, ніж того вимагають його потреби в інформації та розвагах. Існує думка, що телебачення є своєрідним духовним наркотиком, гіпнотичний вплив якого призводить до часткової втрати людиною особистої свободи, сили волі. Вона стає залежною від екрану в буквальному розумінні слова. Час, який проводить залежна людина в контакті з телепродукцією, постійно зростає, при цьому формується стійке пасивне споглядання, свідомо або несвідомо відмова від особистісного спілкування тощо. А з появою пультів дистанційного управління, вважають психологи, у підлітковому та дитячому середовищі розвинулися такі негативні явища, як невміння зосереджуватися, доводити почату справу до кінця, відсутність концентрації уваги, що суттєво відбивається на якості навчання школярів [223].

Найбільш популярними темами телефільмів серед старших підлітків є жахи, криміналістична та еротико-порнографічна сюжетика. Деякі дослідники пов'язують це з такими особливостями підліткового віку, як прагнення якщо не до реального, то до символічного випробування себе в екстремальній формі,

йому притаманна своєрідна поведінка, орієнтована на пошук меж припустимого. Така поведінка знаходить вираження у провокуванні, майже свідомому загостренні відносин, на яке йде підліток, щоб пізнати реакції інших людей на його конкретну поведінку. Він прагне співвіднести свою власну поведінку й ситуації спілкування з особами, які сприймаються ним як «протидіючі» [188, с. 21].

Відзначимо, що в «епoxy Інтернету» підлітки звертаються й до радіо, головним інструментом якого є слово, що звучить в ефірі. Радіо – це, в першу чергу, голоси людей, живе мовлення, а також музика, багатство звукових фарб навколишнього світу. Слово в радіокомунікації є «сигналом сигналів», що викликає в мозку підлітка складний ланцюг уявних картин та емоцій. Інтенсивність уяви та асоціацій залежить, насамперед, від змісту, насиченості та форми матеріалу. Візуальна за своєю суттю комунікація спонукає підлітка уявляти те, що відбувається і в такий спосіб у нього розвивається абстрактне мислення. Це надзвичайно важливий виховний аспект, адже величезний потік інформації людина отримує в цьому віці у процесі регулярного навчання через слух. Сучасні підлітки при ранжуванні свого залучення до взаємодії із різними видами мас-медіа вказують радіо на останній позиції.

Впливовим джерелом інформації продовжує залишатися преса. Економічна проблема високої вартості друкованих видань у попередні десятиріччя зменшувала кількість читачів преси. Однак сьогодні є можливість он-лайн доступу до більшості видань, що збільшило кількість звернень до преси, особливостями якої традиційно є поглибленість узагальнень та коментарів, аналітична інтерпретація подій, свобода у виборі часу й місця для сприйняття інформації, можливість читача неодноразово звертатись до друкованого матеріалу, що дозволяє краще осмислити інформацію, визначити своє ставлення до неї. Разом із тим газета й журнал вимагають певної культури спілкування з друкованим джерелом інформації. У пресі можуть бути повніше відображені інтереси малих соціальних груп, читач може обрати видання відповідно до своїх зацікавлень, що також підвищує ефективність впливу преси. Сьогодні друкована

преса за своєю значущістю як джерело інформації посідає одне з останніх місць у підлітків.

Українські дослідження доводять, щодо підліткової аудиторії, то лише для кожного четвертого підлітка читання стало повсякденною потребою, 23 % беруть художню книгу в руки лише декілька разів на місяць, 11 % – декілька разів на рік, а у стількох же – зовсім відсутня потреба звернутися до друкованого слова [223, с. 114]. Частина підлітків не звертається до друкованих книжок, однак читає художні твори в електронному виді, за допомогою електронних книжок та смартфонів.

У загальній структурі дозвілля підлітків читання знаходиться на останніх позиціях. Це явище пояснюють тим, що, починаючи з середини 80-х років минулого сторіччя, зменшилася значущість читання як головного та найпривабливішого засобу використання вільного часу. Очевидно, що не лише Інтернет і телебачення, які займають провідні позиції у структурі дозвілля, є причиною цього, а й висока вартість книг, відсутність у бібліотеках нових і найбільш популярних видань. У той же час головною причиною називають суттєві зміни в ієрархії цінностей молоді. Начитаність, а через неї – широка освіченість, високий інтелектуальний розвиток перестали бути престижними в підлітковому та молодіжному середовищі.

Ю. Жданович називає ще одну причину, через яку читання є непопулярним серед дітей та підлітків – вони не вміють читати швидко. А від «затяжного читання однієї сторінки у день» пропадає, за словами самих підлітків, бажання читати взагалі [103]. Сьогодні ситуація швидко змінюється. Необхідність спілкування в соціальних мережах, месенджерах, сприяє збільшенню швидкості читання. Більш актуальним стає питання правопису, використання піктограм, емоджі та ін.

Найсучаснішим і найпопулярнішим видом ЗМІ є мережа Інтернет, історія якої ведеться з 1958 р., коли у Сполучених Штатах Агенція перспективних дослідницьких проектів Міністерства оборони (U.S. Defence Department's Advanced Research Projects Agency ARPA) почала експерименти щодо з'єднання

комп'ютерів один із одним за допомогою телефонних ліній. Мережа ARPAnet стала першоосновою Інтернету, вона створювалася для підтримки наукових досліджень у військово-промисловій сфері, зокрема, для дослідження методів побудови мереж, стійких до часткових ушкоджень і здатних у таких умовах продовжувати нормальне функціонування. Ця вимога дає ключ до розуміння принципів побудови і структури Інтернету [118, с. 3]. Він є динамічною структурою. Кількість його користувачів збільшується з кожним роком. Під користувачем розуміємо індивіда, який має доступ до Інтернету вдома через будь-який пристрій і під'єднання. Перший мільярд користувачів Інтернету з'явився у світі 2005 року, другий – 2010, третій – 2014 [275, с. 147].

Джерела надають різні дані щодо кількості користувачів мережею Інтернет в Україні. зокрема, у 2000-х роках за кількістю користувачів мережею Україна посідала 28-е місце в Європі та 45-е у світі [230, с. 25]. За даними 2017 року в Україні на 100 осіб припадає 43,4 Інтернет-користувачі [275]. Відзначимо, що розподіл Інтернет-аудиторії в Україні нерівномірний, оскільки на великі міста припадає дві третини користувачів.

Поява комп'ютерної системи Інтернет розширила можливості людської діяльності та самовираження, котрі не можуть бути певною мірою реалізовані поза межами реального середовища. Можливості мережі набувають дедалі більшого значення у процесі життєдіяльності суспільства, значно прискорюючи інформаційний обмін між окремими особами, різноманітними групами та співтовариствами, утворюючи якісно нові високодинамічні середовища. Принциповим зрушенням останнього десятиліття став перехід до ширшого використання мобільних портативних приладів (смартфонів, планшетів) із під'єднанням до Інтернету. Це створило феномен масової самостійної комунікації (mass self-communication), у якому кожна людина не тільки отримує, а й надсилає повідомлення потенційно широкій аудиторії, використовуючи блоги, коментарі на сайтах газет і журналів, пости в соціальних медіа тощо [275, с. 154]. В Україні кількість користувачів із традиційним доступом до мережі Інтернет (з комп'ютера чи ноутбука)

переважає над кількістю користувачів із мобільним доступом (18,3 млн. осіб і 6,1 млн. осіб відповідно).

Проте, як підкреслює Т. Карабін, мережа Інтернет, яка є якісно новим засобом (і одночасно середовищем) життєдіяльності людини, є достатньо складною та різноманітною у своїх проявах [124].

Мережа встигла здобути як прихильників, так і противників. Критики [230] називають недоліки цього виду ЗМІ: 1) всесвітня комп'ютерна мережа, стимулюючи глобальні інформаційні процеси, пригнічує національні та етнічні цінності більшості країн, які не належать до інформаційних наддержав; 2) комп'ютерними мережами поширюють матеріали, що загрожують традиційній моралі; 3) нові інформаційні технології загострюють проблему інформаційної втоми, збільшують кількість інформаційного сміття, відбувається процес блокування інформації інформаційним надміром; 4) посилюється хвороблива психологічна залежність людини від мережі, розвиваються явища на кшталт «комп'ютерної наркоманії».

Дослідження, проведені українським науковцями Г. Лещук [162], Л. Масол [183], Н. Сергеевою [270], М. Снітко [287], С. Шандрук [338], М. Юрій [359], виявили вплив ЗМІ на тип підліткових уявлень про своє соціальне майбутнє з орієнтацією на «марення» з Інтернету та телевізійних передач. Підлітки з уявленнями такого типу будують престижні моделі майбутнього, скопійовані з Інтернету, телевізійних передач, кінофільмів чи рекламних роликів, демонструючи при цьому дивну суміш раціональності та ірраціональності. Вони цінують здоров'я, свободу, матеріально забезпечене життя, любов та розваги, а робота та професійне вдосконалення не входять у перелік їхніх пріоритетів.

Дане твердження можна доповнити висновками дослідників соціалізації підлітків, згідно з якими в структурі ціннісної свідомості наявні елементи постматеріалізму, що проявляється в орієнтації на самоактуалізацію та високу якість життя [223, с. 198]. Проте амбівалентність ціннісно-нормативної системи підлітків, а саме висока значущість не тільки здоров'я, сімейного благополуччя,

але й матеріальних цінностей (що цілком природно для кризових соціально-економічних умов), свідчить про те, що постматеріалізм підліткової свідомості є віковим феноменом, а не суттєвою характеристикою цього покоління. Дослідження ціннісних орієнтацій старшокласників, проведене Т. Алексеєнко [10] виявило, що 79% сучасних підлітків не відчують сорому за порушення суспільних норм поведінки їхніми товаришами в класі та школі; 81% – не засуджують своїх однокласників за наміри вирішити конфлікт силою; 68% – надають перевагу неправді заради досягнення мети. Суспільні норми не є механізмом регулювання власної поведінки для 60% учнів [10, с. 82]. Дане дослідження підтверджує, що суспільне життя сучасного школяра зорієнтоване переважно на матеріальні цінності.

М. Юрій встановив, що зміст повідомлень, одержуваних через ЗМІ, формується з урахуванням особливостей та закономірностей психологічного впливу в діапазоні від звичайного інформування до навчання, переконання та навіювання [359]. Ми погоджуємося із твердженням автора про те, що ЗМІ в сучасному світі є не тільки носіями культури, але і засобом маніпуляції, непомітно спонукаючи до певних дій, настроїв.

Широко розповсюджені твердження, що сучасні ЗМІ, особливо аудіовізуальні – своєрідна «інформаційно-розважальна наркоманія», яка насаджує підліткам стереотипи сприйняття, мислення, поведінки. Уникнути цього майже неможливо, адже сама масовість Інтернету, телебачення робить їх дещо стандартизованими як з точки зору форм подання інформації, так і з погляду на жанр програм. Проблема також полягає в труднощах, пов'язаних із тим, що в разі об'єктивного відображення дійсності Інтернет та телебачення мимоволі сприяють приверненню уваги дітей та підлітків до тих аспектів життя, від яких дорослі хотіли б їх уберегти.

У попередньому підрозділі визначено, що основним механізмом соціалізації підлітків є присвоєння певних цінностей, правил, зразків поведінки. Обираючи зразок поведінки та спосіб взаємодії із зовнішнім світом, підліток орієнтується на успішність варіанту, який йому демонструється та на легкість

копіювання наданих зразків. Підлітки порівнюють себе із образом, що пропонують ЗМІ й часто знаходять велику схожість у зовнішніх ознаках. Отже, співпереживання з героями розважальних передач, фільмів, серіалів (і навіть мультфільмів) завжди дає змогу отримати заміщений досвід, не відчуваючи при цьому страждань та не докладаючи ніяких зусиль.

Г. Апостолова відзначає, що дітей і підлітків, які регулярно споживають продукцію засобів масової інформації, відрізняє те, що вони міркують швидкими та готовими асоціаціями; ставлять поверхові запитання; стереотипно відповідають на запитання дорослих; у спілкуванні з людьми не відчувають дистанції, а також не вміють налагоджувати реальні особистісні контакти з іншими [15].

Важливо підкреслити, що наслідки впливу ЗМІ можуть мати як позитивний, так і негативний характер. ЗМІ впливають на розумову (когнітивну), поведінкову, установочну та фізіологічну сфери, що викликає різноманітні наслідки.

Наприклад, О. Петрунко [221] виокремлює такі наслідки впливу ЗМІ на дитячу й підліткову аудиторію: 1) порушення пізнавальної функції, звуження кола пізнавальних інтересів; 2) відволікання від реального життя, навчання, природних дитячих інтересів та обов'язків; 3) інертність («лінивість») психіки; 4) формування викривлених світоглядних цінностей та настанов; 5) наслідування агресивної, асоціальної поведінки кіногероїв; 6) деформація морального розвитку та схильність до порушення морально-етичних норм; 7) порушення соціальних контактів; 8) специфічні прояви соціальної патології; 9) раннє «дорослішання» та рання сексуалізація дітей тощо.

Т. Больбот, Л. Юр'єва розрізняють такі наслідки, як: 1) зниження інтелектуальних здібностей при вирішенні примітивних задач; 2) зниження гнучкості пізнавальних процесів; 3) виникнення залежної поведінки в разі надмірного залучення; 4) деформація структури особистості; 5) деструктивні форми поведінки тощо [360].

Л. Мардахаєв до наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків відносить: 1) поведінкові наслідки; 2) установочні наслідки; 3) когнітивні наслідки; 4) наслідки, що впливають на ставлення людини до реального життя, навколишніх людей; 5) психологічні наслідки; 6) фізіологічні наслідки [180]. розглянемо їх більш детально.

Поведінкові наслідки: образ діяльності, запропонований ЗМІ, стає «керівництвом» для глядача. У подальшому цей образ стає орієнтиром або основою, яка визначає практичну діяльність щодо досягнення аналогічної мети, і відповідним порядком дій, запропонованим ЗМІ. Установочні наслідки: при певних умовах під впливом ЗМІ у глядачів формуються відповідні установки. Вони мають достатньо стійкий характер і суттєво впливають на відношення конкретного глядача, його дії та вчинки. Когнітивні наслідки: під впливом інформації, наданої ЗМІ, змінюються знання та світогляд глядачів. Це знаходить відображення в їхній поінформованості, судженнях тощо.

Наслідки впливу ЗМІ, що впливають на ставлення людини до реального життя та навколишніх людей: захоплення телебаченням і особливо інтенсивне спілкування з мережею Інтернет призводить до формування так званих «віртуальних» (таких, що не мають фізичного втілення або відрізняються від реально існуючих) інтересів, потреб, способу життя. Така людина живе нереальними поглядами, ідеями, їй нудно від реального життя з його проблемами, тому людину постійно «тягне» до комп'ютера, планшета, смартфона, телевізора, з яким їй цікаво, вона відчуває себе комфортно. Психологічні наслідки: під час перегляду різноманітних психологічних трилерів, фільмів жаху і т. п., в особи під впливом глибоких переживань виникають збудження, страх тощо. Вона довго не може заснути, у неї зберігається бачення щойно переглянутого на екрані. У людей із порушеннями психіки наслідки можуть бути більш складними. Фізіологічні наслідки: інформація, що сприймається глядачами, призводить до певних фізіологічних змін в організмі. Наприклад, сексуальне збудження під час перегляду порнофільмів можна оцінити за змінами частоти серцебиття, електрохімічних

характеристик шкіри, зміни стану статевих органів. Перегляд фільмів жахів або спортивного матчу збільшує частоту дихання та серцебиття тощо.

Здійснений аналіз джерел дозволив виокремити ще інші наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію. Це було викликано тим, що, наприклад, наслідки впливу реклами проявляються у зміні як цінностей, установок, ставлення людини до реального життя, так і в зміні поведінки споживача. Наслідки впливу сцен насильства або відверто сексуальних сцен – це зміни цінностей, установок, психологічні та фізіологічні поведінкові наслідки, а також зміна у відношенні людини до реального життя й навколишніх людей. Саме тому ми спробували комплексно проаналізувати наслідки впливу сцен насильства на підлітків та наслідки впливу реклами.

У контексті дослідження ми узагальнили найбільш важливі негативні наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків з точки зору соціальної педагогіки: 1) виникнення залежності від певного виду ЗМІ (особливу увагу звернемо на мережу Інтернет); 2) формування стереотипів; 3) наслідки впливу сцен насильства у ЗМІ; 4) наслідки впливу реклами; 5) наслідки впливу відверто сексуальних сцен у ЗМІ. Узагальнимо та обґрунтуємо їх детальніше (рис. 1.2).

Перший наслідок – це виникнення залежності від мережі Інтернет. З одного боку, мережа Інтернет є безмежним джерелом корисної та цікавої інформації, який дозволяє дітям та підліткам здобувати нові знання. Однак підлітки проводять час у Інтернеті більше не з пізнавальною метою, а з рекреаційною. Спілкування в соціальних мережах та он-лайн ігри для них стають все більш бажаним проведенням вільного часу. Саме тому в більшості батьків та педагогів викликає занепокоєння те, що діти буквально «не виходять» із мережі. Інтернет все більше приваблює підлітків, які не здатні опиратися легкому шляху отримання задоволення.



Рис. 1.2. Негативні наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків

Джерело: узагальнення автора,

відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

Сьогодні набула популярності градація залежностей (адикцій) особистості на хімічну та нехімічну [84; 102; 229; 298]. До хімічних залежностей традиційно відносять алкоголізм, наркоманію, тютюнопаління та токсикоманію. До нехімічних залежностей відносять: любовну та сексуальну адикцію, адикцію від їжі, трудового, адикцію від здійснення покупок (шопінг), адикцію від азартних ігор (гемблінг, лудоманія) та види технологічної залежності (комп'ютерна; Інтернет, телевізійна; залежність від мобільного телефону; інші гаджет-адикції). Особливою ознакою адитивної поведінки є те, що негативна пристрасть ще не досягла стадії індивідуальної психічної або фізичної залежності й може бути скорегована різними профілактичними заходами [298, с. 14].

Найбільш вагомий внесок у дослідження проблеми комп'ютерної залежності та Інтернет-залежності як явища належить С. Бернштейн (S. Bernstein) [366], І. Голдберг (I. Goldberg) [374], М. Гріффітс (M. Griffiths) [375], С. Кінг (S. King) [379], Дж. Салер (J. Suler) [383], К. Янг (K. Young) [385]. Дослідження в Україні проводилися Т. Алексеєнко [9],

Т. Вакуліч [45], О. Дубровіною [84], О. Камінською [122], Т. Карабіним [124], В. Посоховою [229], Ф. Саглам [258; 259], Н. Сергєєвою [270], Л. Юр'євою [360] та іншими.

Інколи дослідники використовують поняття «віртуальна адикція» та «Інтернет-адикція» як загальні терміни для позначення залежності від мережі Інтернет та комп'ютерних ігор [84]. Інтернет-адикція – це одна з форм деструктивної поведінки, яка виражається у прагненні втекти від реальності і штучно змінити свій психічний стан шляхом фіксації уваги на Інтернет-ресурсах [258, с. 88]. Науковці подають різні визначення поняття «Інтернет-залежність», але загалом вона включає: 1) залежність від комп'ютера; 2) залежність від Інтернету, 3) залежність від «комп'ютерного спілкування» (спілкування у соціальних мережах та різноманітних месенджерах (Viber, WhatsApp, Telegram та ін.) [9, с. 46].

Л. Юр'єва і Т. Больбот називають 5 типів комп'ютерної залежності: 1) нав'язливий серфінг; 2) пристрасть до онлайн-ових біржових торгів та азартних ігор; 3) віртуальні знайомства; 4) кіберсекс (захоплення порносайтами); 5) комп'ютерні ігри [360]. Словник-довідник із соціальної педагогіки подає характеристику двох форм комп'ютерної залежності: соціалізованої (протікає без розривання соціальних контактів із суспільством) та індивідуалізованої (яка є крайньою формою залежності, за якою психіка людини починає відображати не вплив об'єктивного світу, а віртуальну реальність) [298, с. 225]. Однією із причин розвитку комп'ютерної залежності є безконтрольне проведення дозвілля; дефіцит емоційного спілкування в родині чи колі ровесників; нереалізовані потреби в соціальному визнанні.

Учені пропонують для характеристики Інтернет-залежності такі симптоматичні чинники: нав'язливе бажання перевіряти електронну пошту (e-mail), месенджер, сторінку в соціальній мережі; постійне очікування наступного виходу в Інтернет; скарги навколишніх, що людина надто багато часу приділяє Інтернету; скарги навколишніх, що людина витрачає велику кількість грошей на Інтернет.

Інтернет-залежними зазвичай вважають тих, хто перебуває в Інтернеті в середньому 36 годин на тиждень (з неакадемічними або такими, що не мають відношення до роботи цілями), що призводило до зниження успішності серед студентів, незгоди в подружніх парах, погіршення якості виконання професійних обов'язків службовцями. Інтернет-незалежними вважаються ті, хто використовує Інтернет в середньому 8 годин на тиждень і його використання не призводить до негативних наслідків.

Один із українських дослідників впливу мережі Інтернет на соціалізацію Т. Карабін, аналізує поняття Інтернет-залежності (Інтернет-адикції) й називає його ознаки: нав'язливе бажання вийти в Інтернет, будучи «off-line» (від'єднаним від мережі Інтернет), та нездатність вийти з Інтернет, будучи «on-line» (під'єднаним до мережі Інтернет) [124].

Психологічна суть адиктивної поведінки полягає у тому, що, прагнучи втекти від реальності, людина періодично намагається штучним шляхом змінити свій негативний психічний стан на такий, що дає їй ілюзію безпеки, відновлення рівноваги. Цей процес здатен захопити людину настільки, що вона стає безпомічною перед своєю пристрастю, вольові зусилля слабшають і не дають можливості протистояти адикції. Користування Інтернетом поглинає час, сили, енергію та емоції до такої міри, що узалежнений виявляється нездатним підтримувати рівновагу в житті, включатися в інші форми активності, отримувати задоволення від спілкування з людьми, розвивати інші сторони особистості, проявляти симпатії, співчуття, емоційну підтримку навіть найбільш близьким людям. На наш погляд, дані прояви є тотожними до проявів залежності від телебачення тощо.

Як зазначає В. Посохова, залежність від Інтернету (інші назви – Інтернет-адикція, кібер-адикція) поширюється надзвичайно швидкими темпами. Це пояснюється тим, що порівняно з іншими видами залежності, формування яких триває протягом тривалого часу, Інтернет-узалежнення відбувається в надзвичайно короткий термін, упродовж місяця. Головними причинами залежної поведінки, на думку вченої, є емоційна незрілість, низька

толерантність до фрустрації, схильність до регресуючої поведінки, наявність тривоги та депресії, слабкі адаптаційні можливості, неадекватний рівень домагань та відсутність критичного ставлення до своїх можливостей, наявність проблем у міжособистісному спілкуванні, викривлення мотиваційно-потребової сфери [229].

М. Гріффітс Інтернет-залежних поділяє на дві групи (адикти першого і другого порядку). Перші люблять грати групами в мережі, отримують позитивне підкріплення з боку групи, коли стають переможцями, і це є для них головним. Комп'ютер для них – це засіб отримати соціальну винагороду. Адикти другого порядку використовують комп'ютер для втечі від чого-небудь у своєму житті, а їхня прив'язаність до машини – симптом більш глибоких проблем (фізичні недоліки, низька самоповага, проблеми у стосунках з близькими людьми тощо) [375; 376].

На думку зарубіжних науковців, процесу узалежнення можуть сприяти біологічні, психологічні та соціальні чинники. Проведені дослідження Інтернет-залежних виявили, що в них наявні певні особистісні характеристики, зокрема – вищі показники тривожності, фрустрованості, ригідності та агресивності [375; 379; 385].

О. Дубровіна називає характеристики підлітків із віртуальною адикцією: неадекватна самооцінка, низька когнітивна диференційованість образу «Я», знижена здатність до рефлексії, складність регулювання свого емоційного стану, відсутність конкретних інтересів, переважання інфантильних гедоністичних установок [84]. Отже, до загальних характеристик Інтернет-залежних підлітків можна віднести переважання емоційної сфери над когнітивною, складність у спілкуванні з іншими людьми, низьку самооцінку та слабкі адаптаційні можливості.

Т. Вакуліч [45] розглядає такі основні фактори розвитку Інтернет-залежності: особистісні властивості підлітків, вплив соціального оточення; певні біологічні відхилення в розвитку дитини; можливість використання Інтернет-ресурсів. За результатами її дослідження низький рівень Інтернет-залежності мали 43 % підлітків, середній рівень – 23%, високий рівень – 34 %.

Дослідження також підтвердило висновки учених щодо значного перевищення чоловічих кількісних показників, до 30%. Те, що юнаки більше «занурені» у віртуальний простір і відірвані від реального, пояснюють незрілим усвідомленням себе як чоловіка та неприйнятті у зв'язку з цим чоловічих якостей та обов'язків [9, с. 48]. Дослідження Р. Малиношевського [177] надає наступні результати діагностики наявності Інтернет-залежності у старшокласників: у 18% опитаних Інтернет-залежність відсутня, у 66% Інтернет-залежність не виражена або слабо виражена (але цій групі бажано прислухатися до рекомендацій соціального педагога та практичного психолога), значний вплив здійснює Інтернет на 12% респондентів і 6% потребують кваліфікованої системної допомоги [177, с. 299].

Відзначимо, що в ході проведеного Т. Вакуліч [44] дослідження була визначена наявність взаємозв'язків між рівнями Інтернет-залежності учнів підліткового віку та особистісними якостями учнів: акцентуйованими рисами характеру, самооцінкою, рівнем суб'єктивного відчуття самотності, комунікативними та організаційними здібностями тощо. Також було визначено зв'язок між високим рівнем Інтернет-залежності та високим рівнем прояву депресивного стану. Найважливішим, на нашу думку, є той факт, що коли первинно формується адиктивна особистість (не важливо, яка адикція виникає першою) збільшується ризик виникнення інших видів залежності. Також Інтернет-залежність часто поєднується з іншими формами адиктивної поведінки: комп'ютерним гемблінгом, сексуальною адикцією тощо.

Акцентуємо увагу на тому, що зокрема проблеми негативного впливу надмірного захоплення комп'ютерними іграми, ще однією проблемою в українському соціумі є поширення гемблінгу (пристрасті до азартних ігор). В Україні відсутні статистичні дані стосовно кількості хворих на цю хворобу, однак соціологічні дані вказують на існування реальної загрози фізичному та психічному здоров'ю нації. Мережа Інтернет пропонує підліткам широкий вибір азартних ігор (наприклад, «он-лайн казіно»).

Обґрунтуємо другий негативний наслідок впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків – формування стереотипів.

У ЗМІ одне із провідних місць належить механізмам соціальної стереотипізації. Проблема соціальних стереотипів зазвичай вивчається в межах психології, зокрема соціальної психології, але, на наш погляд, деякі соціальні стереотипи мають стати проблемою дослідження соціальної педагогіки. Ми розглянемо деякі з них.

Сутність та основні характеристики соціальних стереотипів вивчали Г. Андрєєва [14], О. Блінова [33], Н. Богомолова [35] та багато інших. Існує багато визначень поняття «стереотип». Наприклад Волтер Ліпманн [381] (Walter Lippmann), який увів це поняття, визначає стереотип як раціонально-емоційне утворення, яке стосується будь-яких реалій довкілля (політичних партій, націй, владних інституцій тощо). Необхідно зазначити, що стереотип інертний за своєю природою, він повільно та неохоче змінюється, а сукупність стереотипів є своєрідним фільтром, через який індивід сприймає дійсність. Однією з найважливіших особливостей стереотипу є те, що це – спрощений образ соціального об'єкту, який виникає в умовах дефіциту інформації. Саме тому стереотип може виявитися хибним, виконувати консервативну та реакційну роль, формувати помилкові знання в людей та деформувати міжособистісну взаємодію [276, с. 787].

Дещо іншої думки притримується О. Блінова, яка виокремлює такі основні риси стереотипу: 1) генералізація – узагальнення однорідних явищ на основі редукування характеристик кожного з них; 2) схематизація – виокремлення та фіксація найбільш значущих (яскравих) характеристик явища [33, с. 11]. Схильність людини до стереотипів розглядається нею як відповідь на інформаційну перенасиченість світу. Світ наповнений великою кількістю інформації, обсяг якої перевищує можливості сприймання людини, тому, щоб існувати в цьому світі, людині необхідно його спростити.

Отже, ми можемо стверджувати, що стереотип виникає як у разі дефіциту інформації, так і в разі перенасичення інформацією, саме ці дві умови призводять до «порушення» пізнавальних процесів людини.

Серед основних функцій стереотипу слід виділити: 1) когнітивну – формування картини світу; 2) захисну – збереження цієї картини світу. Спрощуючи світ до рівня схем, людина створює свій власний світ – світ уявлень і стереотипів, який відрізняється від реального світу, і живе в ньому.

Відповідно до мети нашого дослідження проаналізуємо гендерні стереотипи, які формуються в підлітків під час споживання контенту ЗМІ.

Питання гендерних стереотипів досліджували Ю. Белікова [30], О. Болотська [60], Т. Бурейчак [40], О. Вілкова [54], Т. Говорун [62], І. Грошев [75], С. Лукомська [171], Н. Маркова [181; 182], Л. Харченко [331], С. Харченко [332] та інші. На думку багатьох учених, гендерні стереотипи є одним із різновидів соціальних стереотипів. У них, так само як і в інших видах соціальних стереотипів (наприклад, етнічних, політичних, конфесійних, професійних) віддзеркалюються особливості сприйняття людьми представників власної та іншої гендерної групи. Гендерні стереотипи є найбільш яскравим та ефективним механізмом формування традиційної гендерної поведінки та соціальних ролей.

Одним із найбільш повних, на наш погляд, є визначення поняття «гендерний стереотип», надане Л. Харченко: «це сталий у суспільній свідомості еталон, що відображає на соціокультурному та когнітивному рівнях ті чи інші поведінкові та психологічні особливості чоловіків та жінок, як представників великих соціальних груп, та характеризує їх гендерну ідентичність» [331, с. 61].

Найбільш поширеними є гендерні стереотипи маскулінності-фемінності. Маскулінності приписують: активність, домінантність, упевненість у собі, логічне мислення, здатність до лідерства. Фемінність проявляється в залежності, піклуванні, низькій самооцінці, емоційності.

Дослідження сучасних українських ЗМІ (друкованих, радіо й телебачення, Інтернет) [54], предметом якого були гендерні проблеми,

засвідчило, що в середньому кількість згадувань про чоловіків (на одну газету) в 6 разів перевищує кількість згадувань про жінок. На думку українського соціолога-дослідника Марії Пірен, «ЗМІ в Україні функціонують так, що споживачі інформації сприймають світ специфічно, адже більшість кореспондентів, телеоператорів – чоловіки (90 – 100%). Саме їхніми очима ми сприймаємо буття» [65].

Окрему увагу, на нашу думку, необхідно приділити формуванню гендерних стереотипів за допомогою реклами. Зокрема, І. Грошев вважає, що пропозиції щодо товарів чи послуг складають «первинний дискурс» реклами, а уявлення про суспільство, взаємовідносини у ньому, тобто про існуючі соціальні, гендерні чи статево-рольові стереотипи – це її «вторинний дискурс» [75, с. 38].

О. Вілкова розглядає гендерний стереотип у деструктивному та конструктивному вияві його функційних характеристик. Конструктивний вплив гендерного стереотипу проявляється в наступних аспектах: 1) гендерний соціальний стереотип є носієм суспільної традиції, він виступає найважливішим стабілізатором існування людської спільноти; 2) наявність програми в гендерній картині суспільства є важливим фактором для відтворення соціального організму; 3) в гендерному стереотипі фіксується минуле, спрямоване в майбутнє, тобто гендерний стереотип забезпечує повною мірою відтворення всього цінного, що набуто у процесі становлення конкретного суспільства; 4) гендерні стереотипи забезпечують соціальне відтворення гендерної свідомості на рівні індивідів, яка підтримує засновану за ознакою статі соціальну структуру тощо [54].

Деструктивний вияв гендерного стереотипу полягає в тому, що: 1) їхня категоричність може зашкодити розвитку нових явищ, які з'являються в суспільстві; 2) вони потребують достатньо значних зусиль та часу для досягнення передбачених за їхньої реалізації надбань; 3) чим стійкішими є гендерні стереотипи соціального суб'єкта, тим менше в нього можливостей для розвитку та саморозвитку; 4) наявність гендерного стереотипу стосовно того, що є публічною та приватною сферою, призводить до замовчування антисоціальних,

протиправних дій; 5) соціальні очікування стосовно певної статі, формують у жінок та чоловіків соціально схвалюваний стиль поведінки [54].

На нашу думку, ще одним прикладом стереотипізації, важливим для соціальної педагогіки, є стереотип сприйняття ВІЛ-позитивних людей. Цією проблемою займаються такі дослідники, як Т. Семигіна, І. Зубець, Д. Богдан [186]. Ці стереотипи ускладнюють і так вкрай важкий процес соціалізації ВІЛ-інфікованих.

Щодо світового досвіду протидії стереотипам, пов'язаним із проблемою ВІЛ/СНІД, то серед методів, які використовуються, є такі: залучення відомих людей до просвітницької та профілактичної діяльності (в Україні, наприклад, це відомі зірки шоу-бізнесу), створення «життєвих історій» – розповідей про звичайних громадян, у яких діагностовано ВІЛ/СНІД. Достатньо ефективним також є включення цієї проблеми до теленовел та мильних опер (досвід Бразилії). Отже, ЗМІ можуть відігравати не тільки негативну, а й позитивну роль у ситуації, що склалася.

До наступних негативних наслідків впливу ЗМІ віднесено наслідки впливу сцен насильства. Найбільш вагомий внесок у вивчення такого впливу на особистість у засобах масової інформації зробили Н. Богомолова [35], А. Дроздов [83], А. Назаретян [200], Б. Потятиник [230], Ю. Романенко [253], В. Собкін [288; 289], К. Тарасов [306, 307], А. Федоров [320], П. Фролов [328], Р. Харріс [330], А. Шаповалов [340], Ф. Шарков [341] та багато інших.

Багато з цих науковців відзначили, що насильство є проявом агресії. Найчастіше прояви агресії – агресивні акти, свідчать про ізоляцію індивіда, про втрату емоційного контакту із зовнішнім світом, про фрустрацію внаслідок нездійснених і сильних бажань, про втрату сенсу життя, брак любові та порозуміння з іншими людьми. Така агресія розглядається як деструктивна та девіантна, але існують і конструктивні форми агресивної поведінки, що не мають руйнівних наслідків. Вони спрямовані на самоствердження особистості, на подолання життєвих перешкод, є засобом захисту особистих прав. Індивід

може відкрито виражати свій гнів, протест, але його дії повинні бути свідомими, контрольованими і не завдавати шкоди іншим.

Виокремлюють фізичне, емоційне, психологічне, сексуальне насильство. Ми розуміємо під поняттям «насильство» – «примус, який реалізує суб'єкт або група для досягнення поставлених цілей, що характеризується ворожістю, агресивністю у відносинах між суб'єктами, нанесенням навмисної чи ненавмисної шкоди, збитків» [276, с. 198].

При аналізі світового досвіду було виявлено, що кількакратне зростання підліткової злочинності йшло майже паралельно з наступом телебачення. Декілька районів у Південній Африці й Канаді з технічних та політичних причин не мали телебачення аж до початку 70-х рр.. XX ст., а через 3 – 8 років після запровадження телебачення відбулося різке зростання підліткової злочинності (у 2 – 3 рази) і в них [230, с. 145]. У 1990-х – 2000-х роках підліткова злочинність зросла на 50% у Англії, Швеції, Німеччині, Нідерландах, Австрії, Данії, Польщі, що науковці пов'язують саме із впливом сцен насильства у ЗМІ [230, с. 146].

Ситуація зі збільшенням кількості сцен насильства на телебаченні, в Інтернеті є характерною і для нашої держави. Українськими дослідниками було надано таку класифікацію всіх проявів агресії у ЗМІ: фізична агресія (вбивство, побиття, сексуальне насильство, аутоагресія), непрямая агресія (плітки, злісні жарти, прояви люті, матеріальна шкода) та вербальна агресія (образи, погрози тощо) [52, с. 18].

Відзначимо, що дуже багато сцен насилля в мультфільмах. У новинах, музичних відеокліпах та в рекламі також часто мають місце жорстокість та бійки.

Згідно з результатами дослідження О. Федорова [320] контент-аналіз 87 комп'ютерних ігор засвідчмв, що загалом 82,75% ігор містили хоча б один з видів екранного насильства, причому в багатьох іграх насильство представлене відразу в декількох видах (55% містили сцени різноманітних убивств, 39% базувалися на сценах бійок, 35% зображали сцени катастроф) і тільки 17,24% не містили ніяких сцен насильства, переважно це були ігри на спортивні теми.

Для школярів віком від 11 до 14 років характерним є надання переваги іграм, що містять сцени насильства.

Сьогодні проблема впливу сцен насильства турбує не тільки педагогів, психологів, а й представників церкви. У роботі «В цепях комп'ютерного рабства» А. Шаповалов розкриває питання ігор із сценами насильства з точки зору духовності: «... діти, що годинами знаходяться у мережі, б'ють та вбивають своїх потенціальних противників. Саме у цьому полягає зміст даних ігор – вбити якомога швидше та краще. Такі нешкідливі на перший погляд іграшки, прищеплюють злобу, вкладають у свідомість агресивний стереотип мислення» [340, с. 5].

Тривале захоплення комп'ютерними іграми з агресивним змістом сюжету, на його думку, сприяє таким деструктивним формам поведінки як відхід від реальної дійсності, так і жорстокості стосовно батьків та однолітків. Комп'ютерні ігри є більш небезпечними, ніж перегляд відеофільмів, що розбещуюють. Справа в тому, що людина, яка грає, стає повноцінним учасником подій, а не є пасивним спостерігачем, як це відбувається під час перегляду відеофільму. Саме тому стереотипи спілкування з комп'ютерними монстрами чи красунями, що сформувалися, підліток перенесе на своїх сусідів у реальному світі.

О. Виноградна зазначає, що найбільш чутливими до впливу продукції, яка містить сцени насильства, є діти від 9 до 12 років. Учена довела, що характер сприйняття насильства у художніх фільмах залежить від мотивації перегляду, ціннісних орієнтацій, ставлення до себе, властивостей п'ятифакторної моделі особистості та акцентуації особистості [52].

Студіювання наукових праць щодо впливу сцен насильства на дітей та підлітків (А. Бандура [364], В. Собкін [289], К. Тарасов [307], О. Федоров [320] та ін.) визначає, що діти та підлітки, які бачать сцени насильства, привчаються до думки, що насильство в суспільстві – це нормально, більш побоюються стати жертвою злочинця та менш готові надати допомогу жертві злочину; вони ростуть більш агресивними та жорстокими. Наприклад, для підлітків

культовими були фільми «Пи́ла», «Декстер», «Праведник/Equalizer» та ін. На думку науковців, серед усіх форм масового спілкування саме в художніх фільмах можна бачити насильство в найбільш концентрованому, яскравому вигляді.

Учені виокремлюють декілька типів психологічного впливу сцен насильства на аудиторію: 1) ефекти агресії, 2) страху, 3) байдужості, 4) «апетиту» [363; 364; 365; 368].

Узагальнюючи вивчення праць зарубіжних і українських учених про причини привабливості сцен насильства для підліткової аудиторії, намі було виокремлено такі з них: 1) бажання відчувати хвилювання/страх (доведено, що перегляд сцен із насильством або погрозами сприяє збільшенню швидкості серцебиття та підвищенню тиску); 2) бажання віртуально відчувати агресію; 3) ігнорування обмежень дорослих; 4) спроба побачити насильство/агресію, що відображають власний досвід (дослідження вчених показали, що агресивні люди люблять дивитися програми, у яких демонструється характерна для них поведінка); 5) дослідження навколишнього кримінального світу; 6) самозаспокоєння (контакт із ЗМІ, що містять сцени насильства допомагає людям відволіктися від власних життєвих страхів та реальних проблем); 7) гендерний ефект (роль насильства в гендерному складнику соціалізації).

Як зазначає Ю. Романенко, погляд на насильство не тільки як на девіацію, але і як на специфічну стратегію самореалізації дозволяє виявити механізми атракції, представлені в сценаріях бойовиків і подібних продуктів: а) героїзація насильства; б) насильницьке життєствердження часто позиціонується як найменш «проблемне» у плані підключення інтелектуальних ресурсів; в) віталізація насильницьких шаблонів поведінки, здійснювана шляхом прирівнювання насильства до «життя» [253].

Л. Берковіц виділив фактори, що впливають на вірогідність того, що насилля, побачене в мас-медіа, буде сприяти агресії: 1) побачене повинне сприйматися, як прояв агресії; агресія повинна бути присутня в думках глядача, і кіно її не пробудить, якщо глядач не почне вважати агресією те, що

бачить; 2) необхідно, щоб глядач ототожнював себе з агресором; уявні образи, які при цьому виникають, можуть підштовхувати його до агресії; 3) потенційний об'єкт агресії повинен асоціюватися з жертвою агресії у фільмі; 4) події, які спостерігаються, повинні виглядати «реальними» і бути захоплюючими [365]. Глядач особливо схильний піддаватися впливу, коли вважає, що сам веде себе аналогічним чином.

Базуючись на результатах майже тисячі досліджень, здійснених упродовж останніх сорока років, Американська академія педіатрії опублікувала чотири найважливіші висновки: 1) діти, які переглядають багато насильницьких сцен, сприймають насильство як легітимний спосіб розв'язання конфліктів; 2) такий перегляд робить їх беззахисними перед насильством у реальному житті; 3) чим більше переглядає дитина таких сцен, тим більше ймовірності, що вона сама колись стане жертвою насильства; 4) якщо підліток віддає перевагу таким передачам, то збільшується вірогідність того, що він сам у дорослому віці буде агресивною людиною і навіть може здійснити злочин [93].

В. Собкін і Т. Глухова досліджували негативні аспекти впливу ЗМІ на особистість школярів, особливу увагу звертаючи на динаміку трансляції сцен насильства та еротики в добовому циклі, жанрову специфіку трансляції сцен насильства та еротики, спрямованість агресії. За результатами цього дослідження в середньому на одну годину телетрансляцій припадає чотири сцени насильства та еротики, тобто підліток, що дивиться телевізор до двох годин на день, щоденно бачить не менше дев'яти сцен насильства, агресії чи еротики. Особливу увагу необхідно звернути на динаміку трансляції сцен насильства та еротики в добовому циклі. Отримані дані свідчать, що в ранкові години в середньому трапляється три сцени насильства та еротики за одну годину трансляції, у вечірній час – чотири, а в нічні – більше п'яти. Якщо використовувати для цих даних психоаналітичну інтерпретацію, то у вечірні та нічні години у зв'язку зі збільшенням втоми знижується рівень самоконтролю та критичності (стан передсну), що забезпечує прийняття негативних зразків поведінки. Більш того, моделі, що були сприйняті в нічний час, можуть

«пропрацьовуватися» в подальшому в сновидіннях та засвоюватися на рівні підсвідомості [289].

За даними українських учених, причиною близько чверті злочинів, що скоїли неповнолітні, є приклади, отримані з телебачення та інших ЗМІ [153; 189]. Тобто майже в кожному четвертому випадку скоєння злочину спостерігається вплив такої психологічної причини, як наслідування форм поведінки, які демонструються в мережі Інтернет, кінофільмах і телепередачах, описуються в пресі тощо. Важливо відмітити існування «ефекту CSI», коли засоби масової інформації надають дітям та підліткам інформацію щодо того, які існують злочини, методи їх скоєння, можливості знищення доказів та уникнення відповідальності.

Американські вчені [37; 115; 172; 185; 330] розрізняють три рівні впливу «насильства» у засобах масової інформації на особистість: 1) поведінковий, 2) афективний (емоційний), 3) когнітивний. Когнітивний рівень – сприйняття сцен насильства впливає на сприйняття глядачем реального світу; емоційний рівень – перегляд сцен насильства викликає негайну (страх, занепокоєння) чи довготривалу (стійкий страх, побоювання стати жертвою злочину) емоційну реакцію; поведінковий рівень – перегляд впливає на поведінку глядача. Виокремлюють 5 основних категорій поведінкових реакцій: збудження, катарсис, десенсибілізація, дизінгібіція та імітація.

Останнім часом не тільки для світових, але й для українських дослідників все більше набуває актуальності проблема впливу на соціалізацію підростаючого покоління інформації, в якій ідеться про насильство, секс, жахи. Серед підлітків користуються популярністю хеппі слепінги – відеоролики з реальними сценами насилля й приниження, найчастіше знятими на мобільні телефони самими ж підлітками у процесі знущання над своїми ровесниками [8, с. 290]. Вони розсилаються серед однокласників, інших учнів школи, знайомих, викладаються в соціальні мережі.

Слушною для нашого дослідження є думка П. Фролова про розроблення науково обґрунтованих критеріїв щодо впливу інформації на соціалізацію дітей, підлітків та юнаків [328]. Важко заперечити значущість цих критеріїв.

Деякі ЗМІ (особливо телебачення та Інтернет) містять сцени з еротичним насильством. З погляду психології сцени з еротичним насильством підсилюють небажаний зв'язок між болем і задоволенням, що стимулює осіб, які мають відповідні нахили, до сексуальних злочинів. На допитах ФБР 81% серійних убивць зізналися, що вважають перегляд порнофільмів найбільшим задоволенням [230, с. 139]. Ще більший відсоток прихильників порнографії – серед гвалтівників. Багато з них намагалися імітувати в реальності сцени, які раніше бачили на екрані.

Дослідники пояснюють, чому спостереження сцен насильства дає відповідний результат такими чинниками: 1) насильство викликається не спостереженням насильства як таким, а збудженням, що продукується завдяки спостереженню насильства; 2) спостереження насильства розгальмовує, програмує глядача на агресивну поведінку, активізує думки, пов'язані з насильством; 3) маскультурні відображення насильства викликають наслідування [364; 365].

Отже, в сучасній науці панівними є такі теорії впливу сцен насильства на особистість: 1) «теорія моделі» А. Бандури [364], згідно з якою агресивна поведінка є результатом спостереження та наслідування агресивним діям інших людей і телевізійних персонажів; 2) «теорія каталізатора» Л. Берковітца [365], у якій сцени насильства слугують стимуляторами збудження та імпульсивної поведінки у глядачів; 3) «теорія катарсису» С. Фешбаха [371] вказує на те, що демонстрація сцен насильства призводить до послаблення агресивності.

Одним із прихильників «теорії катарсису» є А. Назаретян, який доводить, що сьогодні в реальності насильство не тільки не збільшується, а й послідовно сублімується з фізичної сфери в символічну та віртуальну, а сучасні ЗМІ відіграють провідну роль у поширенні цієї тенденції [200]. Підтвердженням його думки є той факт, що з початку XXI століття набули поширення такі

явища, як інтернетмобінг, кібермобінг, кібербулінг, «які виявляються у систематичному (тривалому у часі) умисному ображанні, висміюванні, залякуванні, шантажуванні, погрозах, компрометації (через розміщення компрометуючих фото, інтимної інформації, відвертих наклепів, шляхом спотворення інформації, розпускання пліток, зламу електронної пошти) тощо через мережеві системи, які охоплюють великі аудиторії» [8, с. 290].

Необхідно зазначити, що ЗМІ можуть слугувати й засобом профілактики насильства та агресивної поведінки. В. Афанасьєва [17] пропонує вчити підлітків аналізувати справжні мотиви агресивної поведінки людей, вибирати альтернативні дії на прикладі статей у журналах і газетах, перегляду фільмів і телепрограм. На матеріалах ЗМІ підлітки можуть навчитися відкрито виражати свої думки, розповідати дорослим про випадки нападу й злочиства, правильно поводитися в школі, удома й на вулиці.

Четвертим негативним наслідком впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків є вплив реклами. Відповідно до закону України «Про рекламу» [238], реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Згідно з цим законом забороняється прихована та недобросовісна реклама, забороняється використовувати засоби і технології, які діють на підсвідомість споживачів реклами (рішення щодо визнання реклами недобросовісною приймають органи державної влади). Недобросовісною визнається реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження. Прихована реклама – це інформація про особу чи товар у програмі, передачі, публікації, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може вводити в оману осіб щодо дійсної мети таких програм, передач, публікацій. Реклама – це один із різновидів масової інформації, найчастіше виокремлюють три її види: комерційну, соціальну та політичну.

Рекламу справедливо вважають одним із найбільш сильних засобів впливу на соціалізацію підлітків. Дослідниками психолого-педагогічних аспектів впливу реклами на особистість є Н. Авдєєва [2], Т. Джига [79], А. Дрозд [82], Т. Єрохіна [97], Н. Єфімова [98], О. Кордобовський [140], М. Кратінов [147], Н. Лисица [163], О. Сватенков [261; 264], Н. Светлакова [265], С. Семчук [267], Р. Хіт [333], В. Ценєв [334] та інші.

З моменту виникнення, в рекламі відпрацьовувалися способи впливу на поведінку індивіда чи груп людей. На думку Н. Авдєєвої, за свою довгу історію реклама якісно еволюціонувала, вона пройшла шлях від інформування до вмовляння, від вмовляння – до формування умовного рефлексу, від формування умовного рефлексу – до підсвідомого навіювання, від підсвідомого навіювання – до проектування символічного зображення [2, с. 53].

Реклама все частіше втручається у життя людини, керуючи нею на свідомому та підсвідомому рівнях. Вона виконує роль механізму переконання, впливає на цінності та спосіб життя, і цей вплив має як позитивні, так і негативні аспекти [267, с. 21].

Прихильники реклами відзначають її корисність та необхідність для економічного розвитку, оскільки вона прискорює збут вироблених товарів, дозволяє знижувати ціни, сприяє збільшенню споживання та, як наслідок, збільшенню виробництва продукції, субсидує ЗМІ, стимулює конкуренцію, розширює ринки та створює додаткові робочі місця. У сфері комунікації реклама надає покупцю інформацію, що необхідна йому для аргументованого вибору; сприяє естетизації повсякденного життя; допомагає цінувати гумор; залишає споживачу свободу вибору та прийняття рішень.

Реклама, як вид інформаційних ресурсів, має відповідні педагогічні та психологічні можливості. З психологією пов'язують механізми впливу на суб'єктів, а з педагогікою – способи досягнення впливу, що прогнозується.

М. Кратінов, В. Кратінова, Н. Ларіонова виокремлюють такі провідні теорії впливу реклами на соціальних суб'єктів, які дозволяють пояснити механізми впливу реклами та її наслідки: 1) використання і задоволення,

2) уніфіковані наслідки взаємодії масових рекламних комунікацій, 3) соціальне навчання, 4) соціалізація, 5) культивування [147, с. 4–5].

Згідно з теорією соціалізації спрямованість телевізійної реклами на дитячу й молодіжну аудиторію з використанням методів, прийомів, засобів, орієнтованих на психологію даних категорій (елементи розважальності, змагальності, новизни, азарту), сприяє найбільшому впливу на них. Не випадково саме на дітях і молоді найбільш помітна як позитивна, так і негативна роль реклами.

Реклама стверджує повагу до матеріального продукту як повноцінного замітника духовного, уявлення про матеріальне багатство й розширення споживання як кінцевої мети людського буття. Вона націлює дитину та підлітка на реалізацію первинних вітальних цінностей, пов'язаних із задоволенням потреб, або прагнення до соціального престижу через придбання певного предметного втілення.

Згідно із А. Дрозд [82] реклама певного товару призводить до рекламування споживання загалом, тобто для відчуття щастя необхідно обов'язково «мати», «споживати» [82, с. 10].

На думку Н. Светлакової, пропагування прагнення до матеріального благополуччя знижує моральний рівень людей, загальнолюдські цінності нівелюються, погіршується ставлення людей один до одного. Зникають самопожертва, дружба, безкорисливість, їх місце у свідомості людей посідають жадібність, ділові відносини та пошук користі. У праці «Реклама, що вас убиває» авторка підкреслює, що сьогодні все більшого поширення набуває тенденція до покращення не самого товару, а його рекламного образу [265].

Отже, реклама є не просто інформацією про товар, як інколи нам здається, вона містить психологічне програмування людей на придбання цього товару. Зазвичай люди вважають, що придбання певних товарів викликано їхніми потребами. Однак це твердження є правильним лише частково. Нерідко реклама сама формує потреби у споживачів. Насправді реклама здатна не лише створювати нові потреби в товарах, а й формувати світогляд, етичні погляди,

соціальні цінності, стиль життя і життєві принципи. У цьому і полягає найбільш небезпека удосконалення рекламних важелів.

Реклама впливає на такі сфери особистості, як когнітивну (отримання нової інформації); афективну (формування емоційного ставлення); регулятивну (спонукання до конкретних дій); комунікативну (інтегрування споживача реклами у контекст інформування). На нашу думку, ці компоненти впливу збігаються із класичною формулою будь-якої реклами AIDA (attention, interest, desire, action) – увага, інтерес, бажання, дія, що наведена В. Ценєвим [334].

Під час створення реклами використовуються різноманітні маніпулятивні техніки. Р. Чалдіні виділяє 9 таких технік: ставка на стереотипне мислення; сприймання, засноване на контрасті; взаємний обмін; «починай з меншого»; взяті зобов'язання та послідовність; прихильність; соціальний доказ; авторитет; дефіцит [264, с. 76]. Р. Мокшанцев виокремив 4 сугестивні психотехнології в рекламі: психоаналітично орієнтовані підходи; гіпнотичний підхід; техніки еріксоновського гіпнозу та нейролінгвістичне програмування [264, с. 77]. Усі ці психотехнології дозволяють здійснювати вплив на процес прийняття рішення людиною.

Телебачення та Інтернет – найбільш багатогранні з-поміж рекламних засобів. Особливість реклами в цих ЗМІ полягає в тому, що для неї характерні сполучення зорового та слухового впливів, а також – дуже велика, у порівнянні з іншими рекламними засобами, аудиторія. Важливо відзначити, що серед декількох варіантів реклами (рекламні ролики, розміщення логотипу, емблеми рекламодавця на екрані тощо) найвищий рівень психологічного впливу належить рекламним роликам [2, с. 54].

С. Кара-Мурза відзначає «заколисуючий ефект» телевізійної реклами, що забезпечує пасивність сприйняття. Сполучення тексту, зображень, музики та домашньої обстановки призводить до релаксації, зниження розумової активності та критичності сприйняття інформації. Багаторазово повторюючись незалежно від волі людини, реклама діє усі вікові категорії, запускає механізми людських емоцій та мотивації, і в такий спосіб, по суті, формує сучасну людину [125].

Такої ж думки про телевізійну рекламу й О. Кордобовський, який підкреслює, що інформація ні вуличної, ні друкованої реклами не потрапляє на такий благодатний психологічний ґрунт, як свідомість телеглядача, занурена у поверхневий гіпноз [140]. На його думку, ефект «заколисування» викликаний не дією телеперегляду, що релаксує, а захисною гальмівною реакцією, яка формується через 15–20 хвилин після початку перегляду. Серед методів психологічного впливу реклами на дітей та підлітків найбільше частотні такі: психологічне зараження, наслідування, навіювання.

Т. Єрохіна називає дві цінності (цінності психологічних станів), на яких широко базується реклама. Це цінності подиву та гумору. Рекламний ефект часто побудований на тому, що реципієнт здивувався або посміхнувся, а потім знову забажав відчувати подібний стан [97, с. 59]. Якщо проаналізувати українську і світову рекламну продукцію, то важко не помітити, що вся вона базується на «обіцянках» задоволення вищезгаданих потреб, тобто обіцяє людям повернути «втрачений рай».

Слушним є твердження Н. Лавриченко про те, що не існує щеплень проти впливу реклами на дітей, їхня довіра до рекламованого товару зростає прямо пропорційно до кількості побачених сюжетів. Ця дія не обмежується безпосереднім і спонтанним бажанням придбати певну річ, значно серйознішим є довготривалий ефект – формування у школярів уявлення, що «споживати – це насправді жити» [155, с. 404].

Варто відзначити, що школа повинна об'єднати свої зусилля з сім'єю у справі виховання критичного ставлення до рекламної продукції. З цією метою можуть проводитися, наприклад, такі заняття: 1) аналіз змісту реклами; 2) порівняльний аналіз кількох реклам; 3) виготовлення оголошень та афіш, соціальної реклами; 4) аналіз технічних характеристик реклами. Учителям та батькам необхідно знати, що аудіовізуальна техніка, яка застосовується в рекламі, може створити ілюзію стосовно якостей товару, яких він насправді не має; реклама може провокувати фрустрації в дітей; може негативно вплинути на культуру харчування. У нашій країні вплив Інтернету й телебачення

поєднується з несприятливим психологічним фоном, певним психічним напруженням, пов'язаним із затяжною соціально-економічною та політичною кризою. Свою роль у цій напрузі відіграє й реклама, яка формує цінності та запити, які не може задовольнити більшість населення.

ЗМІ є багатограним явищем і розглянути лише негативні наслідки їх впливу було б вкрай неправильно. ЗМІ підвищують рівень поінформованості підлітків, формують просоціальну поведінку, сприяють формуванню комунікативних навичок, дають підлітку змогу відпочити від навчальної діяльності. Наприклад, якщо глядачі дивляться просоціальні програми, «рівень просоціальності їх поведінки зростає з 50% до 74%, а це є типовим проявом альтруїзму» [172, с. 627].

Реклама може слугувати і засобом соціальної просвіти. Першим прикладом соціальної реклами вважають ролик «Зателефонуйте батькам», що з'явився в 1990-х роках. Під соціальною рекламою розуміють неперсоніфікований спосіб передачі інформації, якою оперують державні органи з питань здорового способу життя, охорони здоров'я, природи, збереження енергоресурсів, профілактики правопорушень, соціального захисту та безпеки, що не має комерційного характеру. Соціальна реклама є провідником нових цінностей та установок, які вигідні суспільству. Соціальна реклама в Україні інтенсивно розвивається. Найпопулярнішою соціальною рекламою є «Не дай СНІДУ шанс», «Підтримай внутрішніх переселенців», «Протидія домашньому насильству», «Випив? За кермо не сідай!», «Повертайтеся живими!» тощо. Ефективність педагогічного впливу соціальної реклами доведено дослідженням О. Сватенкова [264].

Інформаційні матеріали у ЗМІ можуть поступово сприяти зміні поведінки, спонукати до віри в здатність змінювати її. А це є важливим чинником у профілактичній роботі.

Боротьба з негативними явищами, що викликані рекламою, може бути ефективною лише у випадку комплексного підходу. Щодо проведення просвітницьких заходів, то згідно з дослідженням Л. Гліксмана (L. Glicksman) [373] для підвищення рівня знань учнів потрібно п'ятнадцять

навчальних годин, а для досягнення змін у поведінці потрібно близько п'ятдесяти навчальних годин. Наприклад, у антиалкогольній просвіті найчастіше використовується теоретична модель «знання – ставлення – поведінка» (ЗСП). Дана теоретична модель широко використовується в Україні при проведенні профілактичних програм не тільки щодо вживання алкоголю, а й інших адикцій.

Західні вчені розробили ще декілька моделей профілактики – «переконання про здоров'я» та «щеплення». Згідно з моделлю «переконання про здоров'я» вважається, що ефективність профілактичних дій залежить від сприйняття індивідом особистого ризику, його думки про тяжкість шкоди або від усвідомлених переваг, що є наслідком дій. Профілактична дія не буде схваленою, якщо індивід не вірить у те, що дія ефективна, її можливо виконати, і що переваги від її виконання перевищать будь-які витрати чи незручності. Вірогідність виконання такої дії збільшується, якщо надається певний сигнал, що запускає аналіз витрат-переваг та процес прийняття рішення. Цей сигнал може бути як внутрішнім (таким, як симптоми шкоди для здоров'я, що можна відчувати), так і зовнішнім (таким, як інформаційне повідомлення, що попереджає про ризик для здоров'я). Дані моделі профілактичної роботи можуть використовуватися із підлітками для мінімізації негативного впливу реклами алкогольних напоїв, яку транслюють мас-медіа.

До останніх негативних наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків нами віднесено наслідки впливу відверто сексуальних сцен.

Більшість дітей вперше дістають уяву про сексуальну поведінку саме за допомогою ЗМІ, в першу чергу телебачення та мережі Інтернет, і це відбувається задовго до того, як вони стають фізично, соціально та емоційно зрілими в цьому сенсі. Діти не мають можливості порівняти Інтернет/телевізійний образ із реальним життям, оскільки сексуальна поведінка відноситься до особистої сфери. Провідні агенти соціалізації – родина, школа – частіше за все або забороняють поведінку та розмови, пов'язані з сексом, або висвітлюють цю тему поверхово. На протипагу цьому секс та сексуальність є головними темами багатьох телепрограм, вони можуть демонструватися як

відкрито, так і приховано. Відповідний контент включає в себе не тільки еротичну поведінку, а й стосується сексуальних ролей, близькості й піклування, шлюбу та подружнього життя.

В українському суспільстві спостерігається феномен «подвійної моралі», коли родина та школа «навчає» дівчат-підлітків дотримуватися стандартів феміністичної поведінки, а хлопців – маскулінної, з тенденцією до фемінізації. Натомість ЗМІ демонструють привабливість маскулінної поведінки жінок і гіпермаскулінної поведінки чоловіків [171].

Схожа ситуація склалася і в питаннях сексуальності, оскільки моральне виховання в родині та школах зводиться до виховання «цнотливості» й так званої безстатевості, що суперечить інформації, яка подається у ЗМІ. Однак доводиться констатувати зменшення впливу сім'ї на становлення підлітка як представника тієї чи іншої статі, що в першу чергу пов'язано із кризою сучасної родини.

О. Петрунко [220] доводить, що лібералізація статевої моралі, фактична легалізація різноманітних статевих збочень, що відбувається за активного сприяння вітчизняних ЗМІ, легка доступність порнографічної продукції для дітей та підлітків, зростання популярності специфічних комп'ютерних ігор та Інтернет – усе орієнтує підлітків на ранні сексуальні зв'язки, формує в них спотворене уявлення про міжстатеві взаємини, спонукає неповнолітніх до занять проституцією, провокує їх на ранні статеві контакти та порушення прийнятих морально-етичних норм. Популярною серед дослідників даної проблеми є думка, що нинішня дитяча культура цілеспрямовано деморалізується дорослими. За допомогою ЗМІ в дитячу культуру вживлюють цінності дорослого світу, штучно активізують неприродні для дітей почуття без урахування вікових особливостей дітей, активно пропагують, нав'язують певні стереотипи сексуальної поведінки [220, с. 3–4].

Здійснений аналіз сексуально-орієнтованих тем на телебаченні засвідчив, що їх висвітлення та презентація суттєво відрізняються від реальності. Наприклад, більшість сексуальних стосунків, що демонструються по телебаченню, відбувається поза шлюбними чи будь-якими іншими постійними стосунками. Часто сексуальна поведінка пов'язується із грошима, насильством,

а не зображується як частина теплих, емоційно близьких стосунків. Секс часто зображується як спонтанний і безвідповідальний. Дуже рідко демонструються можливі негативні наслідки статевих відносин, такі як небажана вагітність, хвороби, що передаються статевим шляхом тощо.

Слід зробити підсумок, що активний перегляд сексуального контенту може підвищити вірогідність такої ж поведінки в реальному житті внаслідок наслідування, у зв'язку з сексуальним збудженням та зняттям заборон. Окремо необхідно торкнутися питання впливу порнографії на статеву соціалізацію, оскільки доступ до неї в мережі Інтернет є вільним для будь-якої дитини чи підлітка. На відміну від телевізійних програм, порнографія використовує інші, "фотографічні" прийоми, у зв'язку з цим у глядача створюється ілюзія, що він дивиться документальний фільм про реальних людей та їхню звичайну сексуальну поведінку. Серед глядачів порнографії, за даними експериментів та кореляційних досліджень, існує більш негативне ставлення до жінок. Вони жорстоко та неухважно ставляться до сексуальних потреб власних партнерів, зменшують серйозність сексуальних злочинів та їхніх наслідків для жінок та дітей тощо [62].

До числа найпопулярніших каналів у підлітків відносять музичні канали. Контент-аналіз їхнього змісту засвідчив, що панівна більшість відеокліпів мала сексуальний зміст (зображення поцілунків, сексуального стилю одягу, танцювальних рухів, що збуджують). Тобто в музичних відеокліпах часто зображується «сексуально орієнтована провокуюча поведінка», а 80% відеокліпів, що містили сцени насильства, містили й відверто сексуальні сцени [185, с. 218]. Ще однією проблемою стосовно музичних відеокліпів, на думку вчених, є тиражування та рекламування образу наркомана, що відповідно себе поводить та має відповідний вигляд [97, с. 61]. Кліпи молодіжних співаків не містять прямої реклами наркотиків, вони агітують зовнішнім виглядом, характером музики та самим відеорядом, що підриває в підлітків цінності здорового способу життя.

Контент-аналіз програм телебачення виявив, що кількість згадувань про позашлюбні статеві стосунки в 6 разів перевищує кількість згадувань про секс у

подружньому житті. У роботі В. Клайна (V.Cline) [368] підбито підсумок впливу порнографії на поведінку людини (синдром чотирьох факторів): 1) залежність, 2) ескалація, 3) десенсибілізація, 4) тенденція до копіювання або наслідування нових моделей сексуальної діяльності. Якщо людина починає звертатися до порнографічної продукції, їй складно зупинитися. Після звикання до порнографії спостерігається ефект ескалації, тобто «порномани» потребують ще більш відвертих зображень чи нетрадиційних форм сексу для досягнення такого ж задоволення, як і при першому перегляді. На третьому етапі відбувається десенсибілізація, тобто із плином часу асоціальна, незаконна, аморальна або збочена сексуальна поведінка починає сприйматися як прийнятна та адекватна. Морально-етичні стандарти прихильників порнографії стають дедалі нижчими, порномани починають думати, що сексуальні відхилення є буденними та широко розповсюдженими [185, с. 229]. І останнім етапом є наслідування та копіювання моделей сексуальної поведінки, запозичених із ЗМІ. Однак відверто сексуальні сцени викликають зміни не тільки в поведінці, а й зміни цінностей та установок підлітка. Регулярне споживання сексуально відвертих медіаматеріалів призводить до поступових змін у цінностях та установках, у результаті яких табуйована раніше поведінка стає прийнятною та дозволеною (наприклад, позашлюбні сексуальні стосунки). Зменшується важливість шлюбу, моногамії, знижується і бажання мати дітей.

Учені Дж. Брайант (G. Bryant) та С. Рокуел (C. Rockwell) виокремили фактори, що здатні зменшити негативний вплив на підлітків відверто сексуальних сцен у ЗМІ. По-перше, має бути наявна ясна та чітко визначена система цінностей родини, що може використовуватися підлітками. По-друге, слід заохочувати та проводити вільне обговорення проблемних тем. По-третє, необхідно заохочувати активний критичний перегляд телепередач, який є необхідною навичкою для підлітків [37].

Отже, щоб уникнути вищезазначених негативних наслідків впливу ЗМІ на особистість підлітків, у них слід сформувати критичне ставлення до ЗМІ.

Сформованість цього ставлення є важливою умовою попередження й подолання негативних проявів впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Результати теоретичного аналізу сутності і впливу сучасних ЗМІ на соціалізацію підлітків довели, що вони є найвпливовішим фактором соціалізації. Завдяки ЗМІ підлітки отримують інформаційне забезпечення багатьох сфер власної життєдіяльності. У контексті впливу Інтернету, телебачення, радіо, преси здійснюються соціальний розвиток і соціалізація підлітків. Загальною метою діяльності соціального педагога є сприяння адаптації та позитивній соціалізації особистості «шляхом допомоги їй у засвоєнні соціальних норм і цінностей; створенні умов для психологічного комфорту і безпеки дитини; задоволенні потреб особистості у вмінні ефективно вирішувати життєві проблеми; попередженні негативних явищ у сім'ї, школі, іншому соціальному оточенні» [298, с. 193] Цілеспрямована соціально-педагогічна робота з підлітками може сприяти ефективному подоланню негативного впливу ЗМІ на поведінку та діяльність дітей.

Здійснений теоретичний аналіз наукових джерел дозволив стверджувати, що наслідки негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків простежуються у когнітивній, афективній, ціннісній та поведінковій сферах життєдіяльності підлітка (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Негативний вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків

Когнітивна сфера	Афективна сфера	Ціннісна сфера	Поведінкова сфера
<ul style="list-style-type: none"> – Звуження кола пізнавальних інтересів; – Зниження гнучкості пізнавальних процесів (наслідок використання «готової» інформації); – Інертність психіки; – Формування «викривленої» картини світу; 	<ul style="list-style-type: none"> – Підвищення рівня особистісної тривожності; – Підвищення рівня агресії. 	<ul style="list-style-type: none"> Нівелювання загальнолюдських цінностей та висування на перше місце в системі ціннісних орієнтацій матеріальних цінностей. 	<ul style="list-style-type: none"> – Виникнення адиктивної поведінки (Інтернет-залежність, гаджет-адикції та ін.); – Зміна харчової поведінки (анорексія, булімія і т.д.); – Зміна споживацької поведінки (наслідок впливу реклами);

Продовження таблиці 1.2

Когнітивна сфера	Афективна сфера	Ціннісна сфера	Поведінкова сфера
– Формування стереотипів (гендерних, людей із ВІЛ/СНІД та ін.).			– Віктимна поведінка внаслідок недотримання правил безпечної роботи в мережі Інтернет; – Девіантна та делінквентна поведінка (наслідки впливу сцен насильства); – Зменшення фізичної активності та виникнення захворювань (короткозорість, захворювання опорно-рухового апарату, депресії та ін.); – Відволікання від навчальної та інших просоціальних видів діяльності.

Джерело: узагальнення автора, відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

Висновки до розділу 1

У розділі проаналізовано негативний вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків як соціально-педагогічну проблему, визначено та обґрунтовано сутність і наслідки цього впливу на соціалізацію підлітків.

Обґрунтовано, що вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків слід розуміти як поширення групами мас-медіа різних видів соціальної, моральної, правової та іншої інформації для підліткової аудиторії. Узагальнюючи думки науковців та адаптувавши їх до проблеми нашого дослідження, поняття «негативний вплив ЗМІ на соціалізацію підлітків» визначено як поширення ЗМІ негативної інформації, яка спрямовує підлітків на порушення соціальних зв'язків та відносин із соціальним оточенням, приведення їхньої індивідуальної та

колективної поведінки в невідповідність до загальновизнаних суспільних норм і правил, формування особистісних якостей підлітків, які не сприятимуть активній соціалізації в суспільстві.

Доведено, що сутність негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків полягає в тому, що в них формується залежність від видів ЗМІ, виникають небажані стереотипи соціальної поведінки, уніфікуються потреби й бажання, з'являються прояви девіацій.

З'ясовано, що наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків мають не тільки позитивний, але й негативний характер. Щодо позитивних наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію, то до них відносяться: підвищення рівня поінформованості підлітків, формування просоціальної поведінки, сприяння формуванню комунікативних навичок, надання можливості відпочити від навчальної діяльності.

Серед негативних наслідків впливу ЗМІ особливу увагу приділено наслідкам впливу сцен насильства у ЗМІ (зміни у сприйнятті навколишнього світу, сприйняття насильства підлітками як легітимного способу розв'язання конфліктів, копіювання насильницьких шаблонів поведінки, виникнення реакції десенсибілізації тощо), наслідкам впливу реклами (реклама стверджує повагу до матеріального продукту як повноцінного замітника духовного, формує в підлітків думку про те, що споживання й матеріальне багатство є кінцевою метою людського життя, реклама продуктів харчування здійснює негативний вплив на здоров'я підлітків), формуванню стереотипів, виникненню адикції від ЗМІ в підлітків, наслідкам впливу відверто сексуальних сцен у ЗМІ (орієнтування підлітків на ранні статеві контакти та порушення прийнятих морально-етичних норм, формування спотвореного уявлення про міжстатеві стосунки, штучне нав'язування певних стереотипів сексуальної поведінки), нараження підлітків на небезпеку внаслідок недотримання ними правил безпечної поведінки в мережі Інтернет.

Основні матеріали розділу висвітлено в працях автора [280; 281; 346; 347; 353; 355; 357].

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ

2.1 Критерії, показники і рівні оцінки подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків

Загальновідомо, що якість педагогічного дослідження – це інтегральна характеристика, яка визначається якістю мети дослідження, методологічних засобів, що використовуються, процесу дослідження та результату дослідження. Коректність висновків дослідження залежить від критеріїв, що були обрані дослідником.

Узагальнюючи думки науковців та адаптувавши їх до проблеми нашого дослідження, ми виявили, що під критерієм слід розуміти ідеальний зразок, еталон, який визначає вищий, найдосконаліший рівень функціонування певної системи, порівняно з яким можна встановити ступінь відповідності й наближення його реального рівня до ідеалу. Критерії розкриваються через показники, за мірою прояву яких можна судити про більший або менший ступінь прояву цього критерію. У словниково-довідковій літературі визначено, що показник – це свідчення, доказ, ознака чого-небудь; наочні дані про результати якоїсь роботи, якогось процесу; дані про досягнення в чому-небудь [89]. Проте, критерій і показник пов'язані між собою, оскільки обґрунтований вибір критерію значною мірою зумовлює оптимальний вибір сукупності показників, а якість показника залежить від того, наскільки він повно й об'єктивно характеризує критерій.

Визначаючи критерії й показники подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, обґрунтуємо сутність подолання цього впливу. У зв'язку з цим проаналізуємо сутність подолання негативних впливів різних ЗМІ на особистість у сучасних вітчизняних психолого-педагогічних дослідженнях.

У науковому дискурсі психологічні аспекти подолання негативних впливів різних ЗМІ висвітлено в дослідженнях Н. Абдюкової [1], Т. Вакуліч [45], О. Камінської [122] та інших. З метою обґрунтування подолання негативних впливів ЗМІ на соціалізацію підлітків урахуємо результати досліджень Н. Сергєєвої [270] з профілактики комп'ютерної адикції підлітків як різновиду девіації особистості та М. Снітко [287] – з формування безпечної поведінки підлітків в Інтернет-мережі.

Аналізуючи результати досліджень з проблеми вивчення та подолання впливів різних видів ЗМІ на особистість дітей і підлітків, подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків визначаємо як цілеспрямовану педагогічну та соціально-просвітницьку діяльність з підлітками, їхніми батьками щодо формування готовності особистості розпізнавати деструктивні впливи засобів масової інформації і протидіяти ним за допомогою різноманітних технік і прийомів. Ця діяльність поєднує зусилля всіх представників соціальних інституцій (родини, закладів освіти, неурядових організацій тощо), тому суб'єктами соціально-педагогічної діяльності з подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію є фізичні особи, що здійснюють практичну соціально-педагогічну (соціальну) роботу професійно чи на громадських засадах – соціальні педагоги та працівники, вчителі, волонтери, батьки тощо.

Під критеріями подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків розуміємо характеристики ознак у підлітків, які визначають реальний стан подолання негативного впливу ЗМІ на їхню соціалізацію. Узагальнюючи напрацювання учених, ми виокремили три критерії подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків: когнітивний, мотиваційно-ціннісний та діяльнісний.

Ґрунтуючись на дослідженнях українських і зарубіжних педагогів та психологів, узагальнюючи теоретичні підходи до оцінки подолання негативного впливу ЗМІ на особистість, ми визначили такі критерії та показники: *когнітивний* (поінформованість підлітків про вплив засобів масової інформації на особистісне соціальне становлення); *мотиваційно-ціннісний*

(характеризує сукупність ціннісних орієнтацій та моральних переконань підлітка, намірів, інтересів, згідно з якими підліток здійснює вибір джерел інформації, надає оцінку інформації мас-медіа) та *діяльнісний* (визначає ступінь оволодіння сукупністю вмінь і навичок, що забезпечують саморегуляцію сприйняття інформації мас-медіа й необхідні для подолання негативного впливу на особистість та соціалізацію підлітків).

Відповідно до зазначених критеріїв нами встановлено показники, що їх характеризують (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Критерії та показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків

Критерії	Показники
Когнітивний	а) обізнаність підлітків з особливостями видів ЗМІ; б) знання про негативні та позитивні наслідки впливу ЗМІ на особистість підлітка; в) здатність до критичного аналізу інформації ЗМІ.
Мотиваційно-ціннісний	а) структура системи цінностей та ціннісних орієнтацій підлітка; б) уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її із власною системою цінностей; в) свідомий вибір джерел інформації та спрямованість використання ЗМІ.
Діяльнісний	а) здатність підлітка до планування та саморегуляції взаємодії зі ЗМІ; б) кількість часу, що витрачається на взаємодію зі ЗМІ; в) залучення підлітка до інших видів просоціальної діяльності (навчання, саморозвиток, творчість, заняття спортом, спілкування в реальному житті тощо).

Джерело: розроблено автором самостійно

Показник «обізнаність підлітків з особливостями видів ЗМІ» уведено тому, що, на нашу думку, неможливо подолати негативний вплив ЗМІ не знаючи всього їхнього різноманіття та можливостей застосування в тій чи іншій ситуації соціалізації. Показник «знання про негативні та позитивні наслідки впливу ЗМІ на особистість підлітка» ми обрали тому, що для подолання в подальшому негативних впливів ЗМІ підліткам слід розуміти специфіку всіх ЗМІ, знати ознаки ЗМІ, розуміти умови впливу ЗМІ на особистість, мати

уявлення про наслідки впливу ЗМІ на особистість, розуміти відмінності між негативними та позитивними наслідками впливу ЗМІ.

Показник «здатність до критичного аналізу інформації ЗМІ» ми виокремили як один із найважливіших. Убачаємо необхідність формування в підлітків умінь і навичок критичного мислення одним із завдань сучасної освіти.

Показник «структура системи цінностей та ціннісних орієнтацій підлітка» було обрано тому, що саме цінності обумовлюють і визначають поведінку підлітків у процесі соціалізації. Підліткові важко усвідомити значущість загальнолюдських цінностей та відповідальності за власну поведінку. У цьому йому можуть допомогти батьки, соціальні педагоги, учителі.

Показник «уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її із власною системою цінностей» ми обрали тому, що ЗМІ містять матеріали, які мають агресивний, протиправний, маніпулятивний характер. Фільтрація цієї інформації підлітками можлива у разі співвіднесення її із власною системою ціннісних орієнтацій. Підліток, у структурі системи ціннісних орієнтацій якого, здоров'я займає домінуючу позицію, вимкне рекламу алкогольних напоїв, солодощів та інших продуктів, що негативно впливають на здоров'я, покине Інтернет-сторінку з рекламою наркотичних засобів. Підліток, що цінує життя не приєднається до «груп смерті» в соціальних мережах; людяність – покине Інтернет-сторінку екстремістської організації.

Показник «свідомий вибір джерел інформації та спрямованість використання ЗМІ» обрано тому, що сучасні підлітки неоднозначно ставляться до різних видів мас-медіа і не завжди обирають найбільш варті довіри. Це пояснюється інтенсивністю проникання ЗМІ в підліткове середовище, а також швидким зростанням кількості медійної інформації, посиленням механізмів її розповсюдження. Цей показник передбачає здійснення сукупності дій та вчинків, що відповідають уявленням підлітків про отримання найбільш правдивої інформації (перевіряти інформацію не менш ніж у 3 джерелах, між інформацією з блогу та інформацією від провідних інформаційних агенств – надавати перевагу останній та ін.).

Показник спрямованість використання ЗМІ визначає наслідки впливу ЗМІ на поведінку і діяльність підлітків. Цей показник, на нашу думку, характеризує взаємодію підлітків із ЗМІ з позицій або освітньої, або розважальної діяльності.

Показник «здатність підлітка до планування та саморегуляції взаємодії зі ЗМІ» характеризує готовність підлітків здійснювати цілеспрямоване планування часу і заходів, відведених для перегляду телепередач, роботи в Інтернет мережі тощо. Підліток має вміти самостійно (без нагадувань дорослих) припиняти використання ЗМІ. Показник «кількість часу, що витрачається на взаємодію зі ЗМІ» передбачає сформованість у підлітків усвідомлення того факту, що чим більше часу витрачається на використання мас-медіа, тим більший ризик зазнати негативного впливу. Показник «залучення підлітка до інших видів просоціальної діяльності (навчання, саморозвиток, творчість, заняття спортом, спілкування в реальному житті тощо)» обрано, оскільки згідно діяльнісного підходу, соціалізація підлітків відбувається лише під час виконання різноманітних видів діяльності (навчання, саморозвиток, творчість, заняття спортом, спілкування у реальному житті тощо).

Виокремлені та обґрунтовані критерії й показники дозволяють оцінити стан подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків та виокреми його рівні. Визначаючи характеристики цих рівнів, ми враховували соціальні та психолого-педагогічні особливості підліткової аудиторії та їхнього соціального оточення.

Відповідно до мети нашого дослідження розуміємо рівень подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків як ступінь постійності та тривалості прояву показників. Отже, нами були виокремлено три рівня подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків для кожного з критеріїв: низький, середній, високий. При цьому за умов наявності всіх ознак відповідності критерію рівень подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків розглядався нами як високий; коли була наявна половина чи більше половини ознак від загальної кількості, рівень вважався середнім, а при наявності ознак менше половини – низьким. До високого рівня подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ми відносили ті ознаки, що мали постійне, яскраве виявлення в повсякденній діяльності підлітків; до

середнього рівня – ті, що проявлялися в певних ситуаціях і обставинах; до низького рівня такі, що мали мінімальні прояви чи були відсутні.

Зміст прояву критеріїв і рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків представлені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Критерії і показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків

Критерії і показники	Характеристика рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків		
	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Когнітивний	а) глибокі знання щодо видів ЗМІ, особливостей поширення інформації різними видами ЗМІ; б) глибокі знання негативних та позитивних наслідків впливу ЗМІ на особистість; в) готовність до критичного аналізу інформації мас-медіа.	а) часткові знання щодо видів ЗМІ, особливостей поширення інформації різними видами ЗМІ; б) часткові знання негативних та позитивних наслідків впливу ЗМІ на особистість; в) частково сформована готовність до критичного аналізу інформації мас-медіа.	а) відсутність знань щодо видів ЗМІ, особливостей поширення інформації різними видами ЗМІ; б) відсутність знань щодо негативних та позитивних наслідків впливу ЗМІ на особистість; в) несформована готовність до критичного аналізу інформації мас-медіа.
Мотиваційно-ціннісний	а) пріоритетними в системі цінностей підлітка є загальнолюдські цінності; б) уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її з власною системою ціннісних орієнтацій; в) постійний свідомий вибір джерел інформації, спрямованість їх використання – переважно з освітньою метою.	а) система цінностей, у якій однакові позиції займають як загальнолюдські, так і матеріальні цінності; б) частково сформовані уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її з власною системою ціннісних орієнтацій; в) не завжди свідомий вибір джерел інформації, використання мас-медіа як з освітньою, так і рекреаційною метою.	а) домінування в системі цінностей матеріальних цінностей; б) не сформовані уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її з власною системою ціннісних орієнтацій; в) відсутність свідомого вибору джерел інформації, спрямованість використання мас-медіа – переважно з рекреаційною метою.

Продовження таблиці 2.2

Критерії і показники	Характеристика рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків		
	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Діяльнісний	а) здатність до планування та саморегуляції використання ЗМІ; б) щоденне використання ЗМІ протягом 1 – 2 годин; в) залучення до багатьох видів просоціальної діяльності (творчість, спорт, навчання, саморозвиток, спілкування у реальному житті тощо).	а) частково сформована здатність до планування та саморегуляції використання ЗМІ; б) щоденне використання ЗМІ протягом 3-5 годин; в) залучення до 1-2 видів просоціальної діяльності (творчість, спорт, навчання, саморозвиток, спілкування у реальному житті тощо).	а) не здатність до планування та саморегуляції використання ЗМІ; б) щоденне використання ЗМІ протягом більше ніж 6 годин; в) відсутнє залучення до інших видів просоціальної діяльності (творчість, спорт, навчання, саморозвиток, спілкування у реальному житті тощо).

Джерело: розроблено автором самостійно

Здійснено змістову характеристику *низького, середнього та високого рівнів* подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. До групи із *низьким рівнем* подолання негативного впливу ЗМІ ми відносимо підлітків, котрі мають мінімальні знання щодо особливостей видів ЗМІ, позитивних і негативних наслідків їхнього впливу на особистість, не здатні критично аналізувати інформацію мас-медіа; у структурі системи цінностей яких переважають матеріальні цінності, не надають оцінку інформації мас-медіа і не співвідносять її з власною системою цінностей, не обирають джерела інформації, використовують ЗМІ лише з розважальною метою; не планують свою взаємодію зі ЗМІ і не здатні до саморегуляції власної взаємодії з мас-медіа, витрачають щоденно 6 – 8 годин на взаємодію зі ЗМІ, не залучені до інших видів просоціальної діяльності (навчання, саморозвиток, творчість, заняття спортом, спілкування в реальному житті тощо).

З'ясовано, що до групи з *середнім рівнем* подолання негативного впливу ЗМІ ми відносимо підлітків, котрі мають часткові знання щодо особливостей видів ЗМІ, позитивних та негативних наслідків їхнього впливу на особистість,

не завжди критично аналізують інформацію мас-медіа; у структурі системи цінностей яких загальнолюдські цінності займають однакові позиції з матеріальними цінностями, не завжди надають оцінку інформації мас-медіа і співвідносять її з власною системою цінностей, не завжди свідомо обирають джерело інформації, що в однаковому співвідношенні використовують ЗМІ як з освітньою метою, так і для рекреації; не завжди цілеспрямовано планують свою взаємодію зі ЗМІ та здатні до саморегуляції цієї взаємодії, витрачають від 3 до 5 годин щоденно на взаємодію з мас-медіа та залучені до 1 – 2 інших видів просоціальної діяльності (навчання, саморозвиток, творчість, заняття спортом, спілкування в реальному житті тощо).

До групи з *високим рівнем* подолання негативного впливу ЗМІ ми відносимо тих підлітків, котрі мають повні та міцні знання щодо різних видів мас-медіа, негативних та позитивних наслідків їхнього впливу на особистість, критично аналізують інформацію; характерними для цих підлітків є домінування загальнолюдських цінностей, завжди надають оцінку інформації мас-медіа та співвідносять її із власною системою цінностей, постійно свідомо обирають джерела інформації, цілеспрямовано планують використання засобів масової інформації та застосовують їх переважно з освітньою метою; здатні до саморегуляції в медіа-просторі (витрачають до 2 годин щоденно) та залучені до багатьох інших видів просоціальної діяльності, а саме: навчання, саморозвиток, творчість, заняття спортом, спілкування у реальному житті.

Визначені та обґрунтуванні критерії, показники та рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків потребують добору діагностичного інструментарію відповідно до проблематики дослідження, вікових та індивідуальних психологічних особливостей підлітків.

З метою розроблення діагностичного інструментарію дослідження, по-перше, було визначено наслідки негативного впливу ЗМІ на підлітків (підрозділ 1.2), з'ясовано, як вони пов'язані з когнітивною, емоційною, вольовою сферами підлітків. По-друге, з урахуванням власного досвіду роботи з підлітками в закладах загальної середньої освіти (ЗЗСО) було виокремлено

дорослих суб'єктів педагогічної діяльності щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків – їхніх батьків, оскільки зазвичай взаємодія з мас-медіа відбувається вдома у вільний від навчання час. Батьки мають можливість здійснювати функцію контролю, а також проводити роз'яснювальну роботу щодо наслідків впливу ЗМІ на особистість, формувати уміння та навички критичного аналізу інформації мас-медіа і залучати підлітків до інших видів діяльності (фізичної активності, спорту, творчості і т. д.).

Отже, підліткам було запропоновано проведення анкети «Засоби масової інформації», методики «Незавершені речення», стандартизовані методики: виявлення рівня тривожності «Шкала ситуативної тривоги О. Кондаша» (для дітей підліткового віку), діагностики показників і форм агресії А. Басса-А. Дарки, «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнової (додаток А).

Розроблена нами анкета «Засоби масової інформації» містила запитання, спрямовані на виявлення різноманітних точок зору підлітків на заздалегідь підготовлені питання з досліджуваної проблеми та з метою констатації рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. Розроблені нами речення для методики «Незавершені речення» використовувалися з метою конкретизації та розширення відповідей на питання з досліджуваної проблеми, зокрема, ставлення підлітків до власного тіла, до стосунків з батьками, до рекламних повідомлень, до сцен насильства у ЗМІ, до навколишнього світу, розвиток комунікативних умінь і навичок, академічну успішність. Проведений у попередньому розділі аналіз праць щодо проблеми впливу ЗМІ на соціалізацію засвідчив зміни у сприйнятті навколишнього світу підлітками, погіршення комунікації в реальному житті, негативний вплив на ставлення до власного тіла тощо. Методики виявлення рівня тривожності «Шкала ситуативної тривоги О. Кондаша» та визначення рівня агресії «Методика А. Басса – А. Дарки» проводилися з метою перевірки гіпотези про наявність негативного впливу мас-медіа на особистість підлітків, зв'язку між даними рівнями та тривалістю використання мас-медіа. Для дослідження структури ціннісних орієнтацій учнів

використовувалася методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості», оскільки ЗМІ аналіз теоретичних джерел визначив вплив ЗМІ на структуру системи цінностей.

Відповідно до розроблених нами критеріїв подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію (когнітивного, мотиваційно-ціннісного та діяльнісного) анкета для підлітків «Засоби масової інформації» та методика «Незавершені речення» (НР) містили запитання, дібрані відповідно до цих критеріїв. Відповіді на запитання анкети №1 «На Вашу думку, що відноситься до засобів масової інформації?», №2 «На Вашу думку, чи впливають на Вас засоби масової інформації?», № 3 «Які засоби масової інформації мають на Вас найбільший вплив?», №6 «На Вашу думку, чи потрібно пояснювати людям яким чином на них впливають засоби масової інформації?» відносяться до когнітивного критерію за показником «а»; питання анкети №4 «Які, на Вашу думку, негативні наслідки впливу засобів масової інформації?» №5 «Які, на Вашу думку, позитивні наслідки впливу засобів масової інформації?» - критерію за показником «б»; питання №36 «Продукти харчування, що рекламуються», №37 «Товари, що рекламуються», №38 «У засобах масової інформації довіряти» методики НР – критерію за показником «в». Враховуючи, що у підлітків система цінностей ще перебуває на стадії формування, для них питання, що демонстрували мотиваційно-ціннісний критерій за показником «а» містилися в методиці НР №12 «Більше всього я хочу», №13 «Більш за все я ціную», №14 «Менш за все я ціную», №9 «Мої відносини з батьками», №10 «Я ставлюся до своїх однокласників», №11 «Я ставлюся до своїх вчителів»; за показником «б» – питання анкети №19 «Оцініть характер впливу окремих видів засобів масової інформації», питання методики НР №20 «У кіно, на телебаченні мені подобається», №21 «В мережі Інтернет мені подобається», №22 «На радіо мені подобається», №23 «У газетах, журналах мені не подобається», №24 «У кіно, на телебаченні мені не подобається», №25 «В мережі Інтернет мені не подобається», №26 «На радіо мені не подобається» НР та №30 «Жінки у газетах, журналах», №31 «Чоловіки у газетах, журналах», №32 «Жінки на

телебаченні та у кіно», №33 «Чоловіки на телебаченні та у кіно»; за показником «в» – №10 «Ви використовуєте Інтернет для того, щоб», №20 «Якщо вам необхідно знайти інформацію, Ви звернетесь до» анкети «Засоби масової інформації». Відповіді на питання №11 «На скільки легко тобі вийти із мережі Інтернет?», №18 «Чи плануєте Ви заздалегідь, які передачі по телебаченню Ви бажаєте подивитись?» анкети «Засоби масової інформації» відображають характеристики діяльнісного критерію за показником «а»; питання №1 методики НР «Коли в мене є вільний час, я», питання анкети №7 «Чи читаєте Ви газети або журнали?», №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?», №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?» – за показником «б»; питання анкети №21 «Чи займаєтесь Ви у клубі, секції, гуртку (музичному, спортивному, танцювальному чи іншому)?», № 23 «Скільки часу Ви витрачаєте на вказані види діяльності протягом дня?» за показником «в».

З метою виявлення рівня тривожності підлітків використовувалася методика «Шкала тривожності», що була розроблена за принципом «Шкали соціально-ситуаційної тривожності Кондаша» запропонована Є.Роговим [251, с. 183–188]. Особливість такої шкали полягає в тому, що підліток оцінює не наявність або відсутність у себе переживань, симптомів тривожності, а ситуацію з точки зору того, наскільки вона може викликати тривогу. Перевагою шкали є те, що вона менше, ніж інші типи опитувальників, залежить від розвитку інтроспекції в школяра.

Бланк методики містить інструкцію та завдання, що дозволяє проводити її із групою учнів, у класі. Підліткам пропонувалося 30 ситуацій, з якими вони часто зустрічаються у житті. Кожну з них необхідно було оцінити щодо того, наскільки вона може бути неприємною, викликати хвилювання, неспокій, тривогу, страх (у межах від нуля до чотирьох). Отримані результати підсумовувалися та інтерпретувалися як загальний рівень тривожності.

Є. Роговий надав стандартні дані, які дозволяють порівняти показники тривожності в різних статевовікових групах. Рівень тривожності для кожної з них визначався виходячи із середньоарифметичного значення кожної групи,

показником інтервалу виступало середнє квадратичне відхилення від результатів групи. Рівні тривожності розподілялися так: перший рівень – нормальний, другий – дещо підвищений, третій – високий, четвертий – дуже високий, п'ятий – «надмірний спокій» [251, с. 186]. Загальний рівень тривожності підлітка співвідносився з кількістю часу, який витрачається на перегляд телебачення та користування мережею Інтернет (відповіді на запитання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?» та №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?» анкети «Засоби масової інформації»).

Одна з діагностичних методик для вивчення стану агресії підлітків – опитувальник А. Басса – А. Дарки [251, с. 240]. Під агресивністю ми розуміємо якість особистості, що характеризується наявністю деструктивних тенденцій переважно в суб'єкт-суб'єктних відносинах. На думку психологів деструктивний компонент людської активності є необхідним для творчої діяльності, тому що потреби в індивідуальному розвитку формують у людини здатність до подолання та знищення перешкод, які заважають цьому процесу. Агресивність має якісну та кількісну характеристики. Як і будь-яка інша якість особистості, вона має різний ступінь вияву – від майже повної відсутності до крайнього розвитку.

Відсутність агресивності призводить до пасивності, конформності підлітка, а занадто розвинена агресивність робить підлітка конфліктним, нездатним до свідомої кооперації тощо. Сама по собі агресивність не робить особистість соціально небезпечною, тому що акт агресії не завжди має усвідомлено небезпечні та соціально шкідливі форми. Деструктивна поведінка як така – зловмисності не має, такою її роблять мотив діяльності й ті цінності, заради яких дана діяльність здійснюється. Розрізняють два види агресії: 1) мотиваційна агресія як самоцінність, 2) інструментальна агресія як засіб досягнення мети (і перша, і друга можуть відбуватися як за участі свідомості, так і поза нею, вони пов'язані з емоційними переживаннями гніву та ворожості).

Більш важливою для діагностування соціальними педагогами і психологами є саме мотиваційна агресія як прямий прояв, реалізація притаманних підліткові деструктивних тенденцій. За допомогою опитувальника

А. Басса – А. Дарки діагностика дає можливість прогнозувати прояв підлітками відкритої мотиваційної агресії. А. Басс та А. Дарки відокремили поняття «агресія» та «ворожість». «Ворожість» визначено як реакція, що викликає негативні почуття та негативне оцінювання людей і подій.

Автори цієї методики виокремили такі види реакцій: 1) фізична агресія (використання фізичної сили щодо іншої людини), 2) опосередкована агресія (опосередковано спрямована на іншу людину або ні на кого не спрямована), 3) роздратування (готовність до прояву негативних почуттів при найменшому збудженні – запальність, грубість), 4) негативізм (опозиційна манера в поведінці від пасивного опору до активної боротьби проти наявних звичаїв та законів), 5) образа (заздрість і ненависть до навколишніх, викликана реальними та уявними діями), 6) підозрілість (у діапазоні від недовірливості та обережності стосовно інших людей до впевненості в тому, що інші люди планують та здійснюють шкідливі дії), 7) вербальна агресія (прояв негативних почуттів через форму (крик) або зміст (погрози), 8) почуття провини – виражає можливу впевненість підлітка в тому, що він погана людина, здійснює погані вчинки [251].

Опитувальник містить 75 тверджень, на які підліток відповідає «так» або «ні». Результати оцінюються за 8 шкалами. На основі першої, третьої та сьомої шкал підраховується індекс агресивності, а індекс ворожості містить п'яту та шосту шкали. Нормою агресивності вважається величина її індексу, що дорівнює 21 ± 4 , а ворожості – $6,5 - 7 \pm 3$. Одержані в результаті обробки відповідей індекси ворожості та агресивності також співвідносилися з тривалістю перегляду телебачення (запитання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?» анкети «Засоби масової інформації») та частотою користування мережею Інтернет (запитання №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?» анкети «Засоби масової інформації») з метою встановлення зв'язку між цими показниками.

Наголосимо, що соціально-педагогічна діагностика підлітків передбачала вивчення їхніх індивідуально-психологічних особливостей, особливостей міжособистісного спілкування, обізнаності та ставлення до ЗМІ, ціннісних

орієнтацій. Діагностування батьків було спрямовано на визначення їхньої обізнаності щодо наслідків негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і шляхів протидії цьому впливу. Ми прагнули оцінити не лише стан подолання негативного впливу мас-медіа, а також умови, які можна врахувати у процесі розроблення програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Для батьків ми запропонували анкети «Вплив засобів масової інформації на дітей та підлітків» (бланк анкети подано в додатку А). Анкета містить 7 запитань, для кожного з яких запропоновано відповіді. Батькам слід вибрати ту з них, яка повністю відповідає їхнім думкам. Для уточнення отриманих відповідей з батьками підлітків було проведено ще індивідуальні та групові бесіди.

Наголосимо, що соціально-педагогічна діагностика підлітків передбачала вивчення їхніх індивідуально-психологічних особливостей, особливостей міжособистісного спілкування, обізнаності та ставлення до ЗМІ, ціннісних орієнтацій. Дослідження стану подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків здійснювалася в такій послідовності: 1) здійснення первинного знайомства з підлітками, їхніми батьками, соціальними педагогами ЗЗСО; 2) проведення діагностичних процедур з підлітками; 3) проведення діагностичних процедур з батьками; 4) оброблення результатів проведених діагностичних процедур; 5) визначення в підлітків наявних рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на їхню соціалізацію; 6) з'ясування причин, які зумовили отримані результати.

У наступному підрозділі проаналізуємо результати дослідження стану подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

2.2 Результати констатувального етапу експерименту

Експериментальна робота визначення стану подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків здійснювалася впродовж 2015 – 2017 років у ЗЗСО м. Запоріжжя, м. Києва, м. Дніпро. Основними завданнями цієї роботи було визначення в підлітків рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію за когнітивним, мотиваційно-ціннісним та діяльнісним

критеріями, встановлення їх ставлення до впливу ЗМІ та обізнаність батьків з наслідками впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і шляхи подолання негативного впливу ЗМІ на цей процес.

Загальна кількість підлітків, які брали участь у дослідженні рівня подолання негативного впливу ЗМІ на їхню соціалізацію, склала 253 особи, віком від 10 до 15 років: 121 особа чоловічої статі (47,83%) та 132 – жіночої (52,17%). Умовно підлітки були поділені на 3 вікові групи: 10 – 11 років – 78 підлітків (30,83%); 12 – 13 років – 86 підлітків (33,99%); 14 – 15 років – 89 підлітків (35,18%). Відзначимо, що для всіх вікових груп ми запропонували однаковий діагностичний інструментарій, але інтерпретація отриманих даних ураховувала специфіку кожної з цих вікових груп (молодших підлітків, старших підлітків тощо).

Загальна кількість батьків, яких ми діагностували як дорослих суб'єктів педагогічної діяльності щодо подолання негативних впливів ЗМІ на соціалізацію підлітків склала 216 осіб. Усього до визначення стану подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків було залучено 469 осіб.

Для проведення діагностування підлітків залучалися також і учителі в кількості 8 осіб, які мали відповідні знання з педагогіки, психології, могли налагодити психологічний контакт із підлітками та їхніми батьками.

Проаналізуємо спочатку результати діагностування підлітків. Аналізуючи сформованість когнітивного критерію, ми розглядали відповіді підлітків на запитання №1, 2, 3 анкети «Засоби масової інформації». На запитання №1 «На Вашу думку, що відноситься до засобів масової інформації?» 14% опитаних відповіли «газети», 8% – «журнали», 26% – «телебачення та кіно», 6% – «радіо», 46% – «Інтернет». На нашу думку такий розподіл відповідей не тільки відображає недостатню обізнаність підлітків, а й опосередковано вказує на популярність певних видів ЗМІ серед підлітків.

На запитання №2 «На Вашу думку, чи впливають на Вас засоби масової інформації?» 58% респондентів відповіли «так», 42% – «можливо». Досить

великою є кількість підлітків, що не впевнені в самому факті впливу ЗМІ, а це свідчить про їхню недостатню обізнаність у цьому питанні.

Іншим запитанням, спрямованим на висвітлення когнітивного критерію, було запитання №3 «Які засоби масової інформації мають на Вас найбільший вплив?» 10% опитаних відповіли «газети та журнали», 45% – «інтернет», 30% – «телебачення та кіно», 15% – «радіо» (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Розподіл відповідей підлітків на запитання №3 «Які засоби масової інформації мають на Вас найбільший вплив?»

Джерело: складено автором самостійно

Спостерігаємо, що найбільший вплив на підлітків здійснюють Інтернет, телебачення та кіно. У ході бесід ми уточнили, що під телебаченням діти розуміли перегляд не тільки фільмів, а ще й новин.

Як ми зазначали у першому розділі дисертації, комп'ютерні ігри, що містять сцени насильства, різноманітна інформація мережі Інтернет (як-от порнографічні сайти, екстремістські сайти тощо) здійснюють великий вплив на особистість підлітків. Позитивним є те, що майже третина опитаних підлітків усвідомлює наявність впливу на особистість таких видів ЗМІ, як телебачення та кіно, а майже половина – вплив мережі Інтернет.

Розподіл відповідей на запитання №5 «Які, на Вашу думку, позитивні наслідки впливу засобів масової інформації?» був наступним: 38% відповіли «отримання нової інформації для навчання», 6% – «можливість створювати

щось нове, творчість», 14% – «можливість відпочити, покращити настрій», 24% – «спілкування із новими друзями у соціальних мережах», 18% – «можливість розширити світогляд, саморозвиток».

Відповіді респондентів на запитання №4 «Які, на Вашу думку, негативні наслідки впливу засобів масової інформації?» засвідчили недостатню обізнаність підлітків у цьому питанні. 16% опитаних відповіли «формування «шаблонів» поведінки і мислення», 7% – «зняття заборони з проявів агресії», 11% – «байдуже ставлення до оточуючих», 9% – «виникнення страху перед оточуючим світом», 13% – «незадоволення власною зовнішністю та тілом», 12% – «погіршення здоров'я», 13% – «виникнення бажання купувати непотрібні речі», 19% – «сприяння формуванню шкідливих звичок».

На запитання №6 «На Вашу думку, чи потрібно пояснювати людям яким чином на них впливають засоби масової інформації?» 75% відповіли «так», 25% – «ні». Отже, ми дійшли висновку, що висвітлення батьками, вчителями, соціальними педагогами проблеми впливу ЗМІ на особистість буде актуальним для підлітків.

У таблиці 2.3 представлені результати діагностики рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за наступними показниками когнітивного критерію: а) обізнаність підлітків щодо особливостей видів ЗМІ (позначено в таблиці 2.3 як «1а»); б) знання про негативні і позитивні наслідки впливу ЗМІ на особистість підлітка (позначено в таблиці 2.3 як «1б»); в) здатність до критичного аналізу інформації ЗМІ (позначено в таблиці 2.3 як «1в»).

Таблиця 2.3

Діагностика рівня подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним критерієм

Показники когнітивного критерію	Рівні					
	Низький		Середній		Високий	
	Кількість	у %	Кількість	у %	Кількість	у %
1а	63	24,90	151	59,68	39	15,42

Продовження таблиці 2.3

Показники когнітивного критерію	Рівні					
	Низький		Середній		Високий	
	Кількість	у %	Кількість	у %	Кількість	у %
1б	93	36,76	146	57,71	14	5,53
1в	52	20,55	163	64,43	38	15,02
Середній у %	–	27,40	–	60,61	–	11,99

Джерело: складено автором самостійно

Зауважимо, що загалом переважає середній рівень подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним критерієм (60,61% опитаних підлітків), наступний за ранжуванням рівень – низький (27,40% респондентів), і останній – високий рівень (11,99%).

Так само було проаналізовано сформованість мотиваційно-ціннісного критерію. Звертаємо особливу увагу на розподіл відповідей підлітків на запитання №19 «Оцініть ступінь впливу окремих видів засобів масової інформації» (віднесене до мотиваційно-ціннісного критерію), представлений у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Оцінка підлітками ступеня впливу окремих видів ЗМІ (у %)

Види ЗМІ	+2	+1	0	-1	-2
Телебачення та кіно:					
- реклама	5	9	26	16	44
- фільми зі сценами насилля	2	12	25	26	35
- фільми жахів	26	18	17	17	22
- програми новин	28	28	23	7	14
- музикальні передачі	51	23	16	5	5
- ток-шоу	14	37	30	7	12
Журнали	40	28	25	5	2
Газети	16	42	26	11	5
Інтернет	35	35	19	9	2

Продовження таблиці 2.4

Види ЗМІ	+2	+1	0	-1	-2
Комп'ютерні ігри із сценами насильства	21	18	18	11	32

Джерело: складено автором самостійно

Незавершене речення «більш за все я ціную» було спрямоване на діагностику ціннісностей особистості, превалювання в системі цінностей духовних, загальнолюдських або ж матеріальних (мотиваційно-ціннісний критерій). Близько третини опитаних більш за все цінують «справедливість», «повагу, любов, розуміння», «дружбу», «доброту», «хорообрість», «дружелюбність», «здоров'я», «знання», «життя», «праця». Майже 30% опитаних найбільше цінують «роботу батьків», «себе», «те, що мені дають батьки», «підтримку людей», «свою подругу», «пунктуальність», «характер» тощо. Майже 12% опитаних більш за все цінують «комп'ютер», «своє діло» та «бакси». Потрібно відзначити, що майже половина опитаних підлітків (45%) серед інших цінностей називали «батьків», «родину». Відповіді підлітків містили як одну цінність, так і декілька.

Аналізуючи перелік названих підлітками улюблених героїв, ми звернули увагу на той факт, що 42% опитаних взагалі не змогли назвати улюбленого героя. На нашу думку, це ще раз переконує в тому, що сучасні українські ЗМІ не завжди транслюють образ позитивного героя, якого хочеться наслідувати. З іншого боку, названі спортивні «зірки» вказують на наявність у підлітків інтересу до спорту.

Серед того, що більш за все не подобається у друкованих ЗМІ, підлітки найчастіше називали категорії «неправда» (9%), «реклама» (11%), «непристойність», «погані фотографії», «вульгарні статті», «картинки з нецензурою» (13%). Іншими категоріями були «політика», «зайва інформація», «нудні статті» тощо. Однак велика кількість підлітків називала категорію «подобається все» (29%), що було, на нашу думку, ознакою некритичного ставлення до друкованих ЗМІ.

Категоріями відповідей респондентів на запитання, що найбільше не подобається в кіно та на телебаченні, були наступні: «тупа довга реклама», «відверті сцени», «криваві моменти», «монстри», «усе пошле» (12% опитаних), «мелодрами», «політика», «оформлення» тощо. І в цьому запитанні значна кількість підлітків зазначила «мені все подобається».

У таблиці 2.5 представлені результати діагностики рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за наступними показниками мотиваційно-ціннісного критерію: а) структура системи цінностей та ціннісних орієнтацій підлітка (позначено в таблиці 2.5 як «2а»); б) уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її із власною системою цінностей (позначено в таблиці 2.5 як «2б»); в) свідомий вибір джерел інформації та спрямованість використання ЗМІ (позначено в таблиці 2.5 як «2в»).

Таблиця 2.5

Рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним критерієм

Показники мотиваційно-ціннісного критерію	Рівні					
	Низький		Середній		Високий	
	Кількість	у %	Кількість	у %	Кількість	у %
2а	31	12,25	146	57,71	76	30,04
2б	87	34,39	139	54,94	27	10,67
2в	74	29,25	147	58,10	32	12,65
Середній у %	–	25,30	–	56,92	–	17,79

Джерело: складено автором самостійно

Загалом, аналізуючи рівень подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним критерієм, можна спостерегти, що переважає середній рівень (56,92% опитаних підлітків), на другому місці – низький рівень (25,30% підлітків) і на третьому високий рівень (17,79% підлітків).

У таблиці 2.6 представлені результати діагностики рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за наступними показниками діяльнісного критерію: а) здатність підлітка до планування та саморегуляції взаємодії зі ЗМІ; (позначено в таблиці 2.6 як «3а»); б) кількість часу, що витрачається на взаємодію зі ЗМІ; (позначено в таблиці 2.6 як «3б»); в) залучення підлітка до інших видів просоціальної діяльності (позначено в таблиці 2.6 як «3в»).

Таблиця 2.6

Рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за діяльнісним критерієм на констатувальному експерименті

Показники діяльнісного критерію	Рівні					
	Низький		Середній		Високий	
	Кількість	у %	Кількість	у %	Кількість	у %
3а	62	24,51	156	61,66	35	13,83
3б	43	16,99	163	64,43	47	18,58
3в	78	30,83	164	64,82	11	4,35
Середній у %	–	24,11	–	63,64	–	12,25

Джерело: складено автором самостійно

Результати діагностування рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за діяльнісним критерієм свідчать, що переважає середній рівень (63,64% опитаних підлітків), потім йде низький – 24,11% і високий – 12,25%.

Отримані під час констатувального етапу експерименту результати визначення рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за всіма критеріями дозволяють стверджувати, що в підлітків стан подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків характеризується в більшості випадків показниками середнього рівня. На нашу думку, той факт, що за всіма критеріями (когнітивним, мотиваційно-ціннісним та діяльнісним) найменшою за кількістю є група підлітків із високим рівнем подолання негативного впливу ЗМІ

на соціалізацію підлітків, а також наявність значної кількості підлітків із низьким рівнем, підкреслює актуальність проблеми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків для сучасної соціально-педагогічної практики.

Відповідно до предмету нашого дослідження з метою виокремлення соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і з'ясування причин, що зумовили такі результати, проаналізуємо результати анкетування й подальшого діагностування підлітків.

Зокрема, на запитання №7 «Чи читаєте Ви газети або журнали?» 10% підлітків відповіли «так», 25% – «інколи», 65% – «ні». А на запитання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?» 38% відповіли «кожного дня, 1 – 2 години на день», 18% – «кожного дня, 3 – 4 години в день», 14% – «кожного дня, більше 5 годин на день», 6% – «1 – 2 рази на тиждень», 2% – «1 – 2 рази на місяць», 19% – «зовсім не дивлюсь», 3% – вказали свій варіант («коли як», «за настроєм» тощо).

На запитання №9 «На скільки часто ви заходите до мережі інтернет?» 55% відповіли «кожного дня», 32% – «1 – 2 рази на тиждень», 8% – «інколи», 3% – «дуже рідко», 2% – вказали свій варіант («по-різному», «в гостях у друзів» тощо). Розподіл відповідей на запитання №10 «Ви використовуєте інтернет для того, щоб ...» є наступним: 14% зазначили «знайти інформацію для навчання», 8% – «подивитися поштову скриньку», 41% – «подивитися фільм», 28% – «поспілкуватися в соціальних мережах», 9% – «пограти в гру у мережі». Отже, переважна більшість підлітків використовує мережу Інтернет із розважальною, а не освітньою метою.

Іншим показником діяльнісного критерію було цілеспрямоване планування перегляду телепрограм. На запитання №18 «Чи плануєте Ви заздалегідь, які передачі по телебаченню Ви бажаєте подивитись?» 27% підлітків відповіли «так, завжди», 40% опитаних – «я спочатку включаю телевізор, а потім орієнтуюся у передачах», 27% – «інколи я користуюсь програмою чи відмічаю анонси», 6% – «ні».

Особливу увагу ми б хотіли приділити детальному аналізу відповідей підлітків на методику «Незакінчені речення», оскільки ця методика дозволила отримати розширені, більш конкретні відповіді підлітків на запитання стосовно взаємодії зі ЗМІ.

Вивчення відповідей підлітків дозволило виокремити певні гендерні особливості. Серед дівчат свій вільний час витрачають на перегляд телепрограм 32% опитаних та спілкування з друзями 38%, читання 17%, допомогу батькам 7%, слухають музику 3%, гру на комп'ютері 3%. Таким чином, у дівчат переважають пасивні види відпочинку. Хлопці свій вільний час витрачають на комп'ютерні ігри – 38% опитаних, перегляд телебачення 21%, ігри на вулиці 21%, читання 12%, відвідування тренувань 4%, допомогу батькам 4%.

Найчастіше підлітки звертаються до ЗМІ «коли нудно», «щоб відпочити», «для того, щоб розслабитися».

Реакція підлітків на перегляд сцен насильства не залежить від статі: у відповідях як дівчат, так і хлопців трапляються однакові категорії відповідей, як-от: «неспокійно», «боязко», «стурбовано», «байдуже», «нормально», «як завжди», «чудово», «заінтриговано» тощо. Це питання стосувалося емоційної реакції підлітків на сцени насильства у ЗМІ. Однак, необхідно звернути увагу на декілька аспектів. По-перше, серед хлопців більшість (42% опитаних) називають категорії, які ми визначили як «позитивна емоційна реакція на перегляд сцен насильства»: «почуваюся задоволеним», «класно», «прикольно», «почуваюся на висоті», «радісно», «почуваюся термінатором» тощо. «Нейтральна емоційна реакція» була визначена у 29% хлопців («нормально», «спокійно», «вільно») і до «негативної емоційної реакції» ми віднесли відповіді ще 29% хлопців-респондентів («погано», «лячно», «жахливо», «роздратовано», «незручно»). Аналіз відповідей дівчат підтвердив, що в більшості переважає «нейтральна емоційна реакція» (48%) та «негативна емоційна реакція на показ сцен насильства» (45%), і лише в 7% опитаних дівчат «позитивна емоційна реакція» («заінтриговано», «чудово»). Загальна кількість підлітків, реакцію яких на сцени насильства ми визначили як «позитивну» – 23%, «нейтральну» –

39%, «негативну» – 38%. Другий аспект, що привернув нашу увагу – це наявні суперечності у відповідях одного й того ж респондента, на питання «Що я відчуваю при перегляді сцен насильства» та «Що мені хочеться робити, коли я бачу сцени насильства». Більшість підлітків, які зазначили, що під час перегляду сцен насильства почуваються «нормально» чи «байдуже», також говорили, що під час перегляду таких сцен їм хочеться «плакати», «вимкнути телевизор», «переключити канал», «теж когось побити», «розборонити учасників бійки», «допомогти комусь». Це може бути викликано кількома причинами, наприклад, складністю визначення своїх почуттів під час проведення анкетування або намаганням удати байдуже ставлення до сцен насильства, що є типовим для вікової групи, яка розглядається.

Аналіз завершення речення «Коли я бачу сцени насильства, мені хочеться» продемонстрував наявність великої кількості підлітків, що зазначили «просто дивитися далі» (31% опитаних), «теж когось побити», «їх побити» (8%), «хочеться ще більшої драки у фільмі» (2%), «не опинитися на місці цих людей» (2%), «сміятись, тому що це нереалістично». Ще 20% опитаних відповіли, що «хочеться піти», «перемикнути канал» або «вимкнути телевизор». Траплялися поодинокі відповіді на кшталт «заспокоїти їх», «плакати», «розборонити учасників», «допомогти комусь». На нашу думку, той факт, що кожен третій опитаний хоче просто дивитися далі свідчить про поширеність явища десенсибілізації до сцен насильства, що не може не викликати тривогу в батьків, учителів, соціальних педагогів тощо. Такий підліток буде більш схильним вважати прийнятними прояви насильства й агресії і в реальному житті та менш схильним надавати допомогу жертвам агресії, як було зазначено в першому розділі дисертації.

Однак більше всього хочуть «щоб у сім'ї та житті все було гаразд», «щоб моя сім'я була здоровою», «щастя та здоров'я моїм близьким та друзям», «гарно вчитися», «мати гарних друзів», «здоров'я» третина опитаних підлітків. Ці відповіді опосередковано свідчать що ці підлітки орієнтовані на «традиційні» цінності. Ще 30% опитаних більше за все хочуть «закінчити

школу і жити окремо від батьків», «зустріти коханого чоловіка», «жінку красиву, розумну», «стати футболістом», «мати гарні результати в усіх справах», «працювати (не у школі)», «займатися спортом», «щоб мене не засуджували» тощо. На нашу думку, у цих підлітків є вираженою орієнтація на «свободу від обмежень». Ще в третини опитаних сфера бажань спрямована на матеріальні об'єкти: «купити новий телефон», «виграти великі гроші», «стати відомою», «жити на березі океану», «новий комп'ютер» тощо. Такі відповіді можуть свідчити про превалювання в цих підлітків так званих «цінностей регресу» (розваг, матеріально забезпеченого життя, суспільного визнання).

У друкованих ЗМІ підлітків найбільше приваблюють: «цікава інформація» (19% респондентів), «обкладинки», «модний одяг», «фотографії», «картинки з малюнками» (11%), «статті про зірок», «статті про улюблених героїв» (15%), «кресворди», «анекдоти», «автомобілі», «статті про футбол», «новини» тощо. Це ще раз підкреслює, що лише кожен п'ятий підліток використовує газети та журнали для пошуку інформації, решта ж орієнтована на розваги.

Більш за все на телебаченні та в кіно опитаним подобаються: «художні фільми» (42% респондентів), «серіали» (8%), «концерти» і «розваги» (8%), «спортивні передачі» (4%), «кіно для дорослих» (2%), «модні телепередачі» (6%), «наукові фільми і програми» (8%), «передачі на логіку» (2%), «драки» (6%) тощо. Сьогодні значна частина спеціалізованих наукових каналів «Animal planet», «Discovery», «History», «National Geographic», «Explorer» пропонує освітні програми, однак при виборі телепрограм перевагу саме їм надають 8% підлітків.

Завершення речень «Після перегляду фільмів жахів, трилерів мені хочеться» та «Коли у кіно та по телевізору я бачу сцени сварки і бійки, мені хочеться» були майже тотожними («заспокоїтись», «не дивитись», «забути про це», «плакати від страху», «втекти на вулицю», «поговорити з кимось», «подивитися ще раз цей фільм», «подивитись продовження», «нічого» тощо). Досить помітними були гендерні відмінності у відповідях. Дівчата переважно називали категорії, що вказували на наявність у них страху під час та після перегляду, хлопці називали дві

найпоширеніші категорії: «продивитися фільм ще раз» та «подивитися продовження». З'явилася лише одна нова категорія – «спати» (8%). Поодинокими були дві категорії відповідей. Лише 2% опитаних вказали «я не дивлюся фільми жахів», і ще 2% підлітків вказали «хочеться бути там». Наявність категорії «спати» опосередковано вказує на час перегляду фільмів жахів – увечері, перед сном.

Зважаючи на вищезазначене, слушною є думка В. Собкіна [289], що у вечірні та нічні години у зв'язку зі збільшенням втоми знижується рівень самоконтролю та критичності (стан передсну), що забезпечує сприйняття негативних зразків поведінки. Більш того, моделі, що були сприйняті в нічний час, можуть «пропрацьовуватися» надалі у сновидіннях та засвоюватися на рівні підсвідомості.

Щодо продовження речення «Спілкуватися я», то переважна більшість підлітків зазначила: «люблю» (30% опитаних), «вмію» (11%), «обожаю» (8%), «можу» (11%), «хочу» (13%), «люблю/вмію лише з близькими, родичами, друзями» (17%), «не дуже люблю» (6%) та «люблю, але не всі мене розуміють» (4%). Отже, майже третина підлітків, на нашу думку, потребують розвитку навичок спілкування (до цієї групи ми віднесли підлітків, що спілкуються лише з однією категорією – з близькими, друзями, родичами, а також підлітків, що мають бажання спілкуватися, але не реалізують його).

Світ, що їх оточує, підлітки визначають як «прекрасний», «гарний», «цікавий», «різноманітний», «добрий», «класний», «красивий», «дуже мені подобається» (ці категорії відповідей ми умовно віднесли до позитивного сприйняття навколишнього світу) 47% опитаних; «нормальний», «нагадує мурашник», «такий собі», «шалений», «непередбачуваний», «я приймаю таким, який він є», «має стати кращим» (ці категорії ми умовно віднесли до нейтрального ставлення до навколишнього світу) 28%; «брудний», «страшний», «несправжній», «жорстокий та злий», «мене лякає», «поганий», «мені не подобається», «несправедливий» (ці категорії ми віднесли до негативного ставлення до навколишнього світу) 25% опитаних. Одним із факторів, що викликають негативне ставлення підлітків до навколишнього світу, є саме ЗМІ. Програми новин, кримінальна хроніка, велика кількість сцен насильства, фільми жахів – все

це формує в підлітка думку, що навколишній світ – небезпечний, ворожий і страшний. На думку фахівців, підлітки майже не отримували б таку інформацію в реальному житті, якби не ЗМІ. Деякі телеканали, наприклад НТН (програма «Свідок»), транслюють кадри кримінальної хроніки, показують жертв злочинів, дорожньо-транспортних пригод. Навіть один короткий перегляд такої телевізійної програми (чи її фрагменту) може надовго вселити страх, викликати занепокоєння, нервозність тощо. Негативне ставлення до навколишнього світу ускладнює процес подальшої соціалізації підлітка.

Своїми стосунками з батьками повністю задоволені чи вважають їх дуже добрими 44% опитаних підлітків; майже задоволені відносинами з батьками, визначають їх як «нормальні, але є непорозуміння» 49% респондентів; не задоволені, вважають поганими стосунки з батьками 7% підлітків. Той факт, що лише незначна кількість респондентів не задоволена своїми стосунками з батьками, свідчить про те, що родина ще не втратила свій виховний, соціалізувальний вплив на дітей та підлітків.

Аналіз психолого-педагогічної літератури дав можливість сформулювати гіпотезу про наявність взаємозалежності між часом перегляду телепрограм і частотою користування мережею Інтернет та показниками тривожності, агресивності підлітків. Для перевірки цієї гіпотези 175 (69,2%) підлітків (12 – 13 років – 86 учнів; 14 – 15 років – 89 учнів) відповідали на запитання опитувальників «Шкала тривожності» та «Методика А. Басса – А. Дарки». Слід зазначити, що 78 (30,8%) учнів (віком 10 – 11 років) не були протестовані за допомогою названих методик у зв'язку з відсутністю валідних шкал інтерпретації результатів тестування для цієї вікової групи.

У педагогічних дослідженнях для встановлення наявності зв'язку між ознаками, що вимірюються, та узгодженості змін між цими рисами застосовується коефіцієнт кореляції. Зважаючи на те, що відповіді підлітків на запитання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?» та №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?» анкети «Засоби масової інформації» становлять один із обраних варіантів (а, б, в, г, д, е або ж), показники

агресивності та ворожості визначають лише два рівні (норма й не норма) та значення рівнів тривожності – п'ять (надмірний спокій, нормальний, дещо підвищений, високий та дуже високий), для обчислення міри зв'язку між цими показниками застосовується ранговий коефіцієнт кореляції Спірмена (r_s), який обчислюється за формулою (2.1) [152, с. 60]:

$$r_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum d^2}{N \cdot (N^2 - 1)} \quad (2.1)$$

де d – різниця між рангами показників, що досліджуються, у відповідного реципієнта; N – кількість реципієнтів.

Для розрахунку рангових коефіцієнтів кореляції спочатку визначимо схему для привласнення показниками відповідних рангів. Для цього було проведено аналіз запропонованих в анкеті варіантів відповідей та якісна обробка відповідей підлітків у разі вибору – «Ваш варіант»: «Наскільки часто Ви дивитесь телебачення?» – «коли як», «за настроєм» тощо; «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?» – «по-різному», «в гостях у друзів» тощо (додаток В).

Також ми встановили рангові значення для показників рівнів агресивності, ворожості та тривожності підлітків (додаток В). За результатами розрахунків, були виявлені емпіричні рангові коефіцієнти кореляції Спірмена, що характеризують міру зв'язку між тривалістю перегляду телебачення й частотою користування Інтернет і рівнями агресивності, ворожості та тривожності підлітків.

Усі отримані значення знаходяться на одному рівні, причому дещо більший вплив на рівень агресивності, ворожості та тривожності підлітків здійснює частота користування Інтернет. Зважаючи на те, що існує класифікація коефіцієнтів кореляції за силою, що представлена у табл. В.4 додатку В, усі отримані значення демонструють істотний вплив тривалості перегляду телебачення та частоти користування Інтернет на рівень агресивності, ворожості та тривожності підлітків.

За таблицями критичних значень коефіцієнтів кореляції для даного обсягу вибірки ($N=175$) при $p=0,01$ знайдено $r_{кр}$, яке дорівнює 0,182. Усі отримані значення коефіцієнтів кореляції (табл. 2.7) перевищують $r_{кр}$ ($r_s > r_{кр}$), що свідчить про невипадковість установленого нами зв'язку [152, с. 62].

Таблиця 2.7

Коефіцієнти кореляції між відповідями підлітків на запитання №8 та №9 анкети «Засоби масової інформації» та рівнями агресивності, ворожості та тривожності

Показники	Запитання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?»	Запитання №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?»
Агресивність	0,6965	0,6983
Ворожість	0,6967	0,6984
Тривожність	0,6976	0,6988

Джерело: складено автором самостійно

Для додаткової перевірки наявності впливу між отриманими даними на основі вимог для побудови гіпотез [272, с. 24] сформулюємо такі гіпотези:

1. Нульова гіпотеза (H_0): розподіл за рівнем агресивності (ворожості, тривожності) в підлітків не залежить від тривалості перегляду телебачення (частоти користування Інтернет), тобто є випадковим.

2. Альтернативна гіпотеза (H_1): розподіл рівня агресивності (ворожості, тривожності) в підлітків залежить від тривалості перегляду телебачення (частоти користування Інтернет), тобто значущо відрізняється від випадкових значень.

Для перевірки цих гіпотез були отримані значення розподілу для кожного показника, які були зведені до таблиць крос-табуляції [152, с. 68]. На основі отриманих значень частот (f_e), що спостерігаються, розраховані емпіричні значення χ_e^2 -Пірсона за формулою [202, с. 133]:

$$\chi_e^2 = \sum \frac{(f_e - f_r)^2}{f_r}$$

де f_e – емпіричні частоти ознаки, f_t – теоретичні частоти ознаки в i -му рядку та j -му стовпчику, що обчислюються за допомогою формули $f_{ij} = \frac{f_i \cdot f_j}{N}$ (f_i – сума частот у всіх комірках i -го рядка, f_j – сума частот у всіх комірках j -го стовпчика, N – загальна кількість респондентів).

Порівнюємо розраховане значення χ_e^2 з критичним значенням $\chi_{кр}^2$ для рівня значущості – $\alpha = 0,05$ та кількості ступенів вільності $df = (k-1)(m-1)$, де k – кількість стовпчиків та m – кількість рядків у таблиці крос-табуляції. Для рівнів агресивності та ворожості $k = 2$, для рівнів тривожності – $k = 5$; для запитання №8 – $m = 7$ та для запитання №9 – $m = 6$. Для всіх гіпотез виконується нерівність $\chi_e^2 > \chi_{кр}^2$, а саме наявність залежності рівня:

– агресивності в підлітків від тривалості перегляду телебачення ($\chi_e^2 = 18,12$, що є більшим за $\chi_{кр}^2 = 12,59$);

– агресивності в підлітків від частоти користування Інтернет ($\chi_e^2 = 12,66$, що є більшим за $\chi_{кр}^2 = 11,07$);

– ворожості в підлітків від тривалості перегляду телебачення ($\chi_e^2 = 13,14$, що є більшим за $\chi_{кр}^2 = 12,59$);

– ворожості в підлітків від частоти користування Інтернет ($\chi_e^2 = 18,66$, що є більшим за $\chi_{кр}^2 = 11,07$);

– тривожності в підлітків від тривалості перегляду телебачення ($\chi_e^2 = 36,29$, що є більшим за $\chi_{кр}^2 = 36,01$);

– тривожності в підлітків від частоти користування Інтернет ($\chi_e^2 = 79,01$, що є більшим за $\chi_{кр}^2 = 31,42$).

З урахуванням викладеного, приймаємо альтернативну гіпотезу (H_1): розподіл рівня агресивності (ворожості, тривожності) в підлітків залежить від тривалості перегляду телебачення (частоти користування Інтернет), тобто значущо відрізняється від випадкових значень.

Отже, ми встановили, що тривалість перегляду телебачення та частота користування Інтернет впливає на агресивність, ворожість і тривожність у підлітків.

Для встановлення наявності зв'язку між тривалістю перегляду телебачення, частотою користування Інтернет і успішністю навчання, умінням спілкуватися з людьми, за допомогою формули (2.1) обчислено ранговий коефіцієнт кореляції Спірмена (згідно з відповідями підлітків на питання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?», №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?» та №16 «Ваша успішність за півріччя в середньому», №13 «На скільки легко Вам спілкуватися з іншими людьми» анкети «Засоби масової інформації»).

Аналогічно до попередньої схеми запитанням №13 «На скільки легко Вам спілкуватися з іншими людьми» та №16 «Ваша успішність за півріччя в середньому» анкети «Засоби масової інформації» були присвоєні відповідні ранги (додатку В).

За результатами розрахунків були виявлені емпіричні рангові коефіцієнти кореляції Спірмена, що характеризують ступінь зв'язку між тривалістю перегляду телебачення і частотою користування Інтернет та умінням спілкуватися і успішністю навчання. Ці коефіцієнти зведено у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Коефіцієнти кореляції між відповідями підлітків на запитання №8 і №9 та відповідями на запитання №13 і №16 анкети

Показники	Запитання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?»	Запитання №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?»
Запитання №13 «На скільки легко Вам спілкуватися з іншими людьми»	0,6972	0,6985
Запитання №16 «Ваша успішність за півріччя в середньому»	0,6979	0,6990

Джерело: складено автором самостійно

Отже, отримані значення свідчать про істотний вплив тривалості перегляду телебачення та частоти користування Інтернет на вміння спілкуватися та успішність навчання. Відзначимо, що отримані значення коефіцієнтів кореляції перевищують $r_{кр}$ ($r_s > r_{кр}$), що свідчить про не випадковість виявленого нами зв'язку.

Встановлено, що між тривалістю перегляду телебачення та частотою користування Інтернет існує зв'язок із умінням спілкуватися з людьми (отже, можна зробити висновок, що до ЗМІ більше звертаються підлітки, що мають труднощі у спілкуванні) та успішністю навчання (велика кількість часу, витрачена на взаємодію зі ЗМІ, пов'язана з низькою академічною успішністю учнів).

Узагальнені результати вивчення стану подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків дозволили зробити висновок, що наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків мають негативний характер лише в тих підлітків, ставлення яких до мас-медіа є некритичним. Якщо ж підлітки ставляться до ЗМІ усвідомлено, то наслідки впливу ЗМІ на їх соціалізацію є переважно позитивними.

Отже, отримані результати діагностування підлітків дозволили визначити їхні рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і виокремити напрями соціально-педагогічної роботи щодо подолання негативного впливу ЗМІ на їхню соціалізацію у ЗЗСО.

Наступним кроком у вивченні стану було проведення діагностування батьків підлітків у кількості 216 осіб. Проаналізуємо відповіді батьків на запитання анкети «Вплив засобів масової інформації на дітей та підлітків».

Так, на перше запитання «З якими видами ЗМІ ваша дитина проводить найбільше часу?» відповіді розподілилися: 15 батьків (6,94%) визначили друковані ЗМІ (газети та журнали); 62 (28,70%) – аудіовізуальні (телебачення та радіо), а більшість 139 (64,36%) – Інтернет як електронний вид ЗМІ.

На друге запитання «Як ви вважаєте, чи впливають ЗМІ на вашу дитину?» відповідь «так» надали 147 батьків підлітків (68,06%), а «ні» – 69 (31,94%). За результатами бесід ми встановили, що ті батьки, які відповіли «ні», мало

спілкуються зі своїми дітьми, вони зайняті на роботі, тому в них мало часу на виховання підлітків.

На третє запитання «Якщо «так», то який характер даного впливу?» відповіді розподілено так (рис. 2.2).

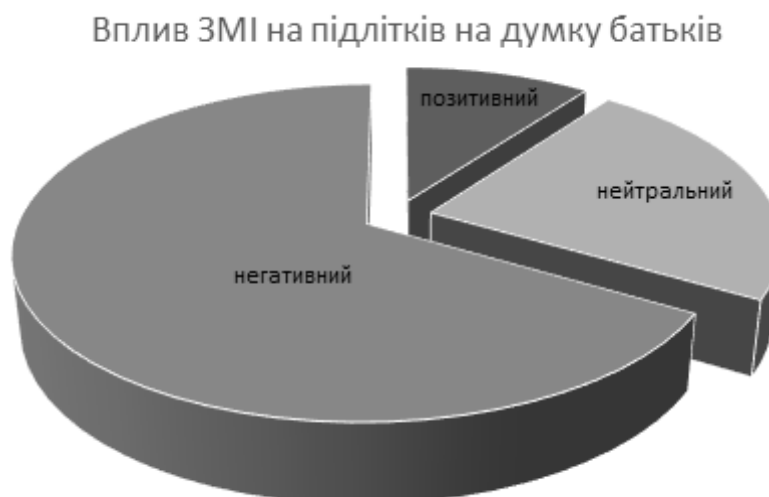


Рис. 2.2. Розуміння батьками характеру впливу ЗМІ на підлітків.

Джерело: складено автором самостійно

Відзначимо, що більшість батьків із 147 опитаних, що на друге запитання дали відповідь «так», вважали вплив ЗМІ на підлітків негативним – 98 (66,67%), нейтральний вплив відзначило 34 батьків (23,13%) і тільки 15 батьків підлітків (10,20%) цей вплив вважають позитивним. У ході бесід з батьками, які відзначили позитивний вплив, ми встановили, що їхні діти завдяки ЗМІ самостійно обирали додаткові навчальні курси, знаходили організації та заходи, де можна було б організовано провести дозвілля. Батьки, що відзначили нейтральний вплив ЗМІ на підлітків, особливо не замислювалися над цим питанням, а ті батьки, що визначають вплив ЗМІ як негативний, під час індивідуальних бесід висловили думку про відсутність у ЗМІ цензури.

На четверте запитання анкети «Які фактори визначають, на Вашу думку, характер впливу ЗМІ на вашу дитину?» отримано такі відповіді: вік дитини відзначили 45 батьків (20,83%); фізичне та психічне здоров'я дитини – 26 батьків (12,04%); кількість часу, що витрачає дитина на ЗМІ

відзначили 57 батьків (26,39%). Такий фактор, як обізнаність дитини щодо наслідків впливу ЗМІ, визначило більшість батьків – 88 (40,74%).

На п'яте запитання «Чи контролюєте ви взаємодію вашої дитини із ЗМІ?» «так» відповіли 172 батьків (79,63%), «не завжди» – 34 батьків (15,74%), «ні» – 10 батьків (4,63%). Більшість батьків підлітків – 89 (51,75%), які відповіли «так» на шосте запитання «Якщо «так», то яким чином?» відповіли, що вони обмежують час використання ЗМІ; залучають підлітків до іншої діяльності (прогулянки, допомога по дому, творчість) 43 батьків (25,00%); перевіряють, які саме передачі дивиться дитина або які сайти відвідує – 38 батьків (22,09%); пояснюють дитині, як ЗМІ на неї впливають 2 батьків (1,16%). Відповідь «дитина обізнана з правилами використання Інтернету та інших ЗМІ і їх дотримується» ніхто із батьків не визначив. У ході бесід із батьками встановлено, що практично всі не розуміють, як підлітки можуть бути обізнані з правилами використання Інтернету та інших ЗМІ, де вони можуть отримувати інформацію про наслідки впливу ЗМІ на їхню особистість.

Відповіді батьків на сьоме запитання стосовно віку дитини ми узагальнили так: 79 батьків (36,57%) мають молодших підлітків, а 137 респондентів (63,43%) є батьками старших підлітків. Отже, у ЗЗСО більш зацікавленими у проблемі подолання впливу мас-медіа є батьки підлітків віком 14 – 15 років.

Отримані результати дослідження стану подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків дозволяють виокремити етапи педагогічного експерименту з перевірки ефективності соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Експериментальна робота з визначення і перевірки соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків здійснювалася у три етапи: констатувальний, формувальний і контрольний. Проаналізуємо результати констатувального етапу, аналіз формувального і контрольного етапів буде проведено в наступному розділі.

Метою констатувального етапу експерименту (2015 – 2017 роки) було встановлення стану подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Відповідно до даної мети були поставлені такі завдання:

1. Визначити та обґрунтувати критерії, показники та рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

2. Здійснити добір діагностичного інструментарію відповідно до проблематики дослідження, вікових та індивідуальних психологічних особливостей підлітків, їхніх батьків, соціальних педагогів ЗЗСО та соціальних працівників НО.

3. Провести діагностування підлітків з метою визначення рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, проаналізувати та описати результати діагностики.

4. Провести діагностування батьків підлітків і соціальних педагогів ЗЗСО з метою визначення напрямів підвищення їхньої інформованості й обізнаності щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Загалом на констатувальному етапі експерименту брали участь 253 підлітки, які були розподілені в експериментальну (ЕГ) і контрольну (КГ) групи та 216 батьків. Згідно з вимогами до проведення соціально-педагогічного експерименту, нами була складена експериментальна група підлітків зі 126 осіб та контрольна група у складі 127 осіб, що навчаються в Запорізькій гімназії №107, Приватному комплексі безперервної освіти «Школа «ЕйдоС»» м. Запоріжжя, ЗНЗ №66 м. Запоріжжя, СЗШ №46 м. Києва, ЗНЗ №74 м. Києва, Спеціалізованій школі №67 м. Дніпро.

До методів дослідження на цьому етапі експерименту нами було віднесено: 1) анкетування, методику «Незавершені речення», методику виявлення рівня тривожності «Шкала ситуативної тривоги О.Кондаша» (для дітей підліткового віку), методику діагностики показників і форм агресії А. Басса – А. Дарки та методику діагностики реальної структури ціннісних

орієнтацій С. Бубнової (для діагностування підлітків); 2) анкета «Вплив ЗМІ на дітей та підлітків» (для діагностування батьків).

Узагальнені результати констатувального етапу експерименту згідно з розподілом підлітків в експериментальній і контрольній групах за визначеними середніми показниками рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків представлено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Показники рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ЕГ і КГ респондентів

Критерії	Рівні											
	Низький				Середній				Високий			
	ЕГ		КГ		ЕГ		КГ		ЕГ		КГ	
	К-ть	у %	К-ть	у %	К-ть	у %	К-ть	у %	К-ть	у %	К-ть	у %
Когнітивний	31	24,60	35	27,56	81	64,29	77	60,63	14	11,11	15	11,81
Мотиваційно-ціннісний	34	26,98	37	29,13	67	53,17	68	53,54	25	19,85	22	17,32
Діяльнісний	30	23,82	32	25,20	79	62,69	74	58,27	17	13,49	21	16,54
Середнє значення у %	–	25,13	–	27,30	–	60,05	–	57,48	–	14,82	–	15,22

Джерело: складено автором самостійно

Як видно з таблиці, результати у групах підлітків дещо відмінні. Щоб переконатися, що експериментальна та контрольна групи на констатувальному етапі експерименту не мали статистично значущих відмінностей, сформулюємо й перевіримо дві гіпотези:

H_0 : різниця середніх значень рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків експериментальної й контрольної груп несуттєва;

H_1 : різниця середніх значень рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків експериментальної й контрольної груп достатньо значуща.

З метою перевірки статистичної гіпотези щодо середніх значень для двох незалежних вибірок використовуємо t -критерій Стюдента, який обчислюється за формулою [61, с. 268]:

$$t = \frac{\bar{X} - \bar{Y}}{\sqrt{\frac{(N_1 - 1)D_X + (N_2 - 1)D_Y}{N_1 + N_2 - 2} \left(\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2} \right)}}$$

де \bar{X} та \bar{Y} – вибіркові середні для ЕГ та КГ;

N_1 і N_2 – кількість респондентів у ЕГ і КГ відповідно;

D_X і D_Y – вибіркові дисперсії для ЕГ і КГ.

Розрахунки t -критерія Стюдента представлені в Додатку В. Отримані результати перевірки гіпотези свідчать про те, що нульова гіпотеза не спростовується, а обидві вибірки належать до однієї генеральної сукупності. За статистичними розрахунками доведено, що всі підлітки на початок формувального етапу експерименту мають однакові потенційні можливості для участі в експерименті й обрані нами групи можуть бути використані як контрольна й експериментальна групи для подальших досліджень на формувальному й контрольному етапах експерименту.

На констатувальному етапі експерименту встановлено, що рівень подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію в підлітків є переважно середнім та низьким, а подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків не є пріоритетним завданням роботи соціальних педагогів ЗЗСО. Батьки підлітків недостатньо обізнані та проінформовані про негативні наслідки впливу ЗМІ на особистість і діяльність дитини підліткового віку. Отримані в ході діагностування і статистичної обробки дані та виявлені проблеми у своїй сукупності свідчать про відсутність змістовно-методичного забезпечення діяльності щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Отже, результати діагностики в підлітків наявного стану рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, підтвердження висунутих

гіпотез, а також вивчення обізнаності й інформованості про подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у батьків і соціальних педагогів ЗЗСО стали підґрунтям виокремлення соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Висновки до розділу 2

У розділі визначено та охарактеризовано критерії, показники, рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, проаналізовано результати діагностування впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, описано структуру та послідовність констатувального етапу експерименту.

Грунтуючись на дослідженнях українських і зарубіжних педагогів, психологів та узагальнюючи соціально-педагогічну практику щодо вивчення впливів ЗМІ на особистість, ми визначили такі критерії та показники: когнітивний (передбачає оволодіння системою теоретичних загальнонаукових, соціально-педагогічних, психолого-педагогічних знань, необхідних підліткові для формування критичного ставлення до ЗМІ); мотиваційно-ціннісний (характеризує сукупність ціннісних орієнтацій та моральних переконань, намірів, інтересів, установок на суспільно корисну діяльність) та діяльнісний (визначає ступінь оволодіння сукупністю дій та операцій, що забезпечують розв'язання стандартних та нестандартних ситуацій щодо подолання негативних впливів ЗМІ, умінь та навичок, якість засвоєння й узагальнення яких необхідні для ефективною соціалізації підлітків).

Когнітивний критерій характеризується такими показниками, як: обізнаність підлітків щодо особливостей видів ЗМІ; знання про негативні й позитивні наслідки впливу ЗМІ на особистість підлітка; здатність до критичного аналізу впливів ЗМІ. До складу мотиваційно-ціннісного критерію віднесено такі показники, як: загальнолюдські цінності підлітків; налаштування на позитивний вплив ЗМІ; вибіркове ставлення до ЗМІ. Показниками діяльнісного критерію визначено вміння підлітків використовувати ЗМІ для

знаходження інформації, їхню здатність до планування та використання часу на взаємодію зі ЗМІ, а також спрямованість використання ЗМІ.

Здійснено змістову характеристику низького, середнього та високого рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

На констатувальному етапі експерименту встановлено, що рівень подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію в підлітків є переважно середнім (в ЕГ – 60,05%, КГ – 57,48% респондентів) та низьким (в ЕГ – 25,13% респондентів, у КГ – 27,30% респондентів).

На констатувальному етапі експерименту встановлено, що батьки підлітків недостатньо обізнані та проінформовані про негативні наслідки впливу ЗМІ на особистість і діяльність дитини підліткового віку.

Діагностування батьків було спрямоване на визначення їхньої обізнаності щодо наслідків негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, форм і методів роботи з підлітковою аудиторією щодо протидії цьому впливу. З'ясовано, що подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків не є пріоритетним завданням діяльності з підлітками соціальних педагогів ЗЗСО.

Матеріали другого розділу представлено в таких публікаціях автора [282; 348; 349; 351; 352; 354].

РОЗДІЛ 3

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО- ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ

3.1 Характеристика соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків

Здійснене в першому розділі дисертації різнопланове вивчення проблеми негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків є науковою підставою для визначення соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на цей процес. Для того, щоб обґрунтувати ці умови, необхідно надати визначення поняттю «соціально-педагогічні умови». Спочатку проаналізуємо сутність понять «умова» та «педагогічна умова».

У словниково-довідковій літературі умови визначено як «необхідні обставини, особливості реальної дійсності, які уможливають здійснення, створення, утворення чого-небудь або сприяють чомусь» [50, с. 838]. У філософському розумінні це поняття трактується як ставлення до предмета, явища, навколишнього середовища, без якого він існувати не може. Умова є тим середовищем, оточенням, де явища виникають, існують і розвиваються. У педагогіці під умовами розуміють сукупність певних методів, організаційних форм, що сприяють ефективному досягненню навчально-виховної мети [327].

У словнику з професійної педагогіки поняття «педагогічна умова» визначено «як обставини, від яких залежить та відбувається цілісний продуктивний педагогічний процес професійної підготовки фахівців, що опосередковується активністю особистості, групою людей» [278, с. 243]. Це визначення, на нашу думку, дає можливість окреслити ключові характеристики педагогічних умов: наявність цілеспрямовано створюваних взаємозалежних обставин, чинників, можливостей, що удосконалюють процес професійної підготовки; активність, цілісність та завершеність процесу їхньої реалізації.

Соціально-педагогічні умови є предметом дослідження педагогічних і психологічних наук. Зокрема, соціально-педагогічні умови, як зазначав В. Давидов, «опосередковують життєдіяльність суб'єктів середовища та визначають психологічні закономірності розвитку особистості, тому при зміні соціально-педагогічних умов змінюються й закономірності розвитку особистості» [77, с. 238]. Т. Коленіченко характеризує соціально-педагогічні умови як «сукупність певних обставин, які створюються в соціальному середовищі та сприяють позитивному пристосувальному процесу» [133, с. 55]. Д. Волківська під соціально-педагогічними умовами розуміє «сукупність спеціально створених, керованих факторів, соціальних обставин, що створюють середовище, у якому успішно розвивається... потенціал особистості...» [55, с. 118]. Наголосимо, що поняття «соціально-педагогічні умови» не має однозначного визначення. Однак науковці все частіше застосовують соціальний аспект у педагогічних умовах та пов'язують його з ефективністю процесів, що досліджуються.

У нашому дослідженні «соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації» визначаємо як комплекс внутрішніх і зовнішніх чинників, змістово-методичного забезпечення задля мінімізації деструктивної дії мас-медіа на соціалізацію підлітків.

Для визначення сутності цих умов ми звернемося передусім до вітчизняних наукових досліджень, у яких безпосередньо чи опосередковано знаходимо вирішення окресленої проблематики. Зокрема, упродовж останніх років до наукових розвідок щодо розуміння впливів ЗМІ на соціалізацію особистості варто віднести праці О. Петрунько [221], С. Семчук [268], Н. Сергєєвої [270], М. Снітко [287], А. Тадаєвої [305], Н. Шеременко [344]. У працях цих науковців висвітлено особливості соціального середовища, притаманного для періодів соціалізації й особистісного зростання дітей і підлітків, визначено вплив ЗМІ на особистість.

Отже, здійснений аналіз наукової літератури, праць вітчизняних учених щодо впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і результати констатувального етапу

експерименту, дозволили гіпотетично визначити, що негативні наслідки впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків можна зменшити, якщо врахувати такі соціально-педагогічні умови: 1) інформування підлітків, їхніх батьків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ; 2) формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації; 3) актуалізація в роботі з підлітками загальнолюдських цінностей і розвитку комунікативних умінь і навичок. Більш детальну характеристику зазначених соціально-педагогічних умов надамо далі.

Перша умова – інформування підлітків та їхніх батьків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ. На нашу думку, ця умова зумовлює діяльність соціальних педагогів ЗЗСО щодо надання інформаційної допомоги підліткам, їхнім батькам з метою подолання негативних наслідків впливу ЗМІ.

Наголосимо, що підлітки та батьки мають бути поінформовані про негативні наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію, які висвітлено в першому розділі. Оскільки підлітки сприймають інформацію ЗМІ переважно вдома, батькам необхідно надати детальні рекомендації, реалізація яких дозволить зменшити негативні наслідки впливу мас-медіа.

Особливу увагу і підлітків, і батьків необхідно звернути на можливість маніпулювання свідомістю за допомогою різноманітних видів ЗМІ та на індикатори такого маніпулювання. Однією з найбільш специфічних особливостей ЗМІ є можливість маніпулювання інформацією. Проблему маніпулювання свідомістю досліджували В. Жовтянська [104], С. Кара-Мурза [125], Т. Коваль [132], П. Лісовський [165], Р. Пацлаф [218], Г. Почепцов [231] та ін.

Маніпулювання, як доведено вченими, – це досить широке поняття, ми будемо розуміти його як приховане управління соціальною свідомістю, мисленням, відносинами особистості, її вчинками та поведінкою з метою примусу її до діяльності (бездіяльності) всупереч власним інтересам, що здійснює на особистість руйнівний вплив. Технологія маніпулювання становить собою складне поєднання міфу та напівправди, навішування «ярликів», використання слів-замішувачів, формування певних моделей дій. Особливо

яскраво це проявляється у гострих соціальних ситуаціях. У сьогоденнішому суспільстві склалася ситуація, у якій особистісна свобода людини часто піддається загрозі насильства та маніпуляції. Цій ситуації сприяє достатньо низький рівень самосвідомості в суспільстві, що дозволяє легко маніпулювати поведінкою, життєвими цінностями та установками людини. У зоні особливого ризику знаходяться діти й підлітки, у яких система ціннісних орієнтацій та поглядів знаходиться у процесі розвитку та становлення, тобто є особливо вразливою та може піддаватися зовнішньому впливу.

Відзначимо, що в сучасних умовах, коли вплив ЗМІ на суспільство є особливо сильним, підлітки зіштовхуються з новими формами маніпуляції психікою та свідомістю. Сьогодні створюються такі технології впливу, за допомогою яких повідомлення, що вводиться в інформаційний простір, задає як метод перероблення інформації, так і результуючу поведінку.

На думку Г. Почепцова, сучасні інформаційні технології створили абсолютно нові повідомлення, до яких масова свідомість не змогла адаптуватися [231]. За допомогою ЗМІ, як зазначає автор, проводиться переорієнтація суспільної думки шляхом введення нової шкали цінностей, здійснюється економічна дезінформація, поширюються та закріплюються в масовій свідомості споживацькі моделі життя. При цьому активно використовується психічний вплив різного виду, форм та змісту. Сензитивними до маніпулятивних форм впливу є такі періоди, коли колишнє ставлення до життя, а також способи діяльності стають невідповідними життєвим обставинам.

Як було з'ясовано під час констатувального етапу експерименту складності в регуляції та реалізації потреб, що виникають у підлітків, невміння змінювати свої цілі призводять до зменшення психологічного захисту. В умовах слабо розвиненого психологічного захисту люди стають об'єктами маніпуляції як з боку політичних кіл, так і рекламних агенцій. Причому уникнути маніпулятивного впливу досить складно, оскільки уміле звернення до базових потреб та мотивів не може не звернути на себе увагу тих, кому воно адресоване. Багато маніпулятивних впливів спрямовані на звуження свідомості

та підсилення навіюваності, і в першу чергу вони спрямовані на підлітків та молодь. Як відомо, навіюваність вища в людей із послабленим здоров'ям, нерозвиненим світоглядом, слабкою критичністю мислення та в осіб, що втратили життєві орієнтири. Саме тому настільки актуальною є робота соціального педагога з інформування батьків і вчителів щодо мінімізації негативних наслідків впливу ЗМІ на дітей підліткового віку.

Підлітків, їхніх батьків важливо проінформувати про ефекти, що створюють і використовують сучасні ЗМІ. Наприклад, Л. Мардахаєв виокремлює ефекти ЗМІ, які здійснюють суттєвий тиск на світогляд особистості підлітків: 1) актуальність інформації (захоплення інформацією, наступне її використання, що підсилює впливовість інформації); 2) відповідність інформації інтересам та потребам підліткової аудиторії (активне використання інформації, що пропонують ЗМІ); 3) емоційне зараження інформаційного сюжету (поступове залучення до сюжету інформації, співпереживання інформації, що підсилює ефект впливу на аудиторію); 4) ефект достовірності, наближення інформації, яка пропонується, до реальності (формування віри в запропоновану інформацію, прийняття її); 5) представлення інформації найбільш авторитетною для даної вікової аудиторії людиною (наприклад, авторитетна особистість створює ефект навіювання, підліток довіряє авторитету); 6) ідентифікація глядача з особою, представленою у ЗМІ (особливо дієвим це є для дітей і підлітків, що ідентифікують себе із героями передач, переживають радощі й печалі разом із ним); 7) напружене очікування (в аудиторії виникає збудження, нетерплячість та готовність до наступної взаємодії зі ЗМІ) [180, с. 213–216].

На думку Т. Пашукової особливу небезпеку маніпулятивні впливи представляють на сучасному етапі, який характеризується деструктивними змінами в суспільстві. Деструктивним змінам сприяють: 1) глобальна духовно-моральна криза, що має прояв у вигляді дисбалансу моральних ідеалів та цінностей; 2) розвиток глобальних телекомунікаційних систем, які значно розширюють можливості розповсюдження в суспільстві культури сили та

насильства, в результаті чого збільшився рівень нервово-психічних розладів та неадекватної агресії в населення; 3) деякі інформаційні технології, що викликають зміни у психіці, свідомості людей, їхній поведінці; 4) перевищення природовідповідного обсягу візуальної інформації, що обрушилася на людей, а особливо на підлітків, яке призводить до ломки механізмів сприйняття, уваги та пам'яті [244, с. 95].

Особливу увагу дослідників впливу такого виду ЗМІ, як телебачення, привертають технічні можливості маніпулювання свідомістю підліткової аудиторії. Одним із засобів цієї маніпуляції вчені називають «25-й кадр». Суперечки щодо ефективності «25-го кадру», як засобу впливу на свідомість, все ще тривають, не дивлячись на те, що в січні 1958 р. Джеймс Вайкарі (винахідник «25-го кадру») погодився на публічне проведення експерименту на Canadian Broadcasting Company (CBC). Протягом 30 хвилинного шоу 352 рази вставлялося повідомлення «зателефонуй зараз», але ні в процесі шоу, ні після нього ніякого збільшення кількості дзвінків не було зафіксовано [172].

Т. Коваль зазначає, що в сучасних умовах застосування «25-го кадру» малоефективне, адже його можна легко виявити. Сучасні комп'ютерні технології дозволяють більш надійно «вмонтувати» в зображення і звукозапис додаткову інформацію, яка маскується під музику, шелест листя або інший звук [132, с. 22].

За умови надто тривалого споживання масової інформаційної продукції виникає стан аудиторії, який охарактеризовують як «межу насиченості». Тобто мова йде про перевантаження людської психіки, яке в свою чергу, призводить до змін у структурі індивідуальної свідомості особистості. Серед таких змін виокремлюють: відчуження від реальності, випадання з реального часу, аутизацію, звуження кола інтересів, скорочення участі в значущих видах діяльності або повну відмову від неї [188].

Наведемо приклад можливості маніпулювання свідомістю підлітка за допомогою програми новин. Якщо можливості маніпуляції за допомогою реклами є загальновідомими, журналісти звертають увагу на програми новин, яким довіряє переважна більшість не тільки підлітків, а й дорослого населення.

Під маніпуляцією тут розуміємо загальний підхід до соціальної взаємодії та управління, спрямованого на активне використання різноманітних засобів прихованого примусу людей. На нашу думку, те, що новини допомагають формувати ставлення до подій у суспільстві, викликає занепокоєння, тому що за допомогою програм новин можна цілеспрямовано формувати суспільну думку в певній аудиторії з тієї чи іншої проблеми

Ученими була виокремлена мотивація звернення до телевізійних новин: 1) щоб бути в курсі сьогоденних фактів та подій (оскільки це допомагає сформулювати ставлення до найважливіших подій дня); 2) для відпочинку та розваги; 3) щоб потім було про що поговорити з іншими, тому що коментатори та репортери надають факту особистісного ставлення [323, с. 50].

Автори праці «Телебачення спецоперацій» [309] називають індикатори маніпуляції, серед яких: 1) сенсаційність (тиск на емоції); 2) повторення (одна й та ж тема у випусках новин, наприклад, на різних каналах); 3) вилучення з контексту (ігнорування альтернативних думок); 4) змішування інформації та оцінки; 5) прикриття авторитетом тощо.

Для упровадження першої соціально-педагогічної умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків вважаємо за необхідне висвітлити деякі рекомендації для використання соціальними педагогами у ЗЗСО, які зменшать можливість маніпулювання свідомістю підлітків за допомогою програм новин: 1) факт у новинах має домінувати над коментарем (необхідно коментувати зображення, а не ілюструвати коментар); 2) має бути відповідність послідовності при викладенні подій у новинах реальній послідовності (монтаж і підстановка відсутніх елементів оповідання неприпустимі); 3) коментар не може бути вплетений у дискурс опису самої події та має відрізнитися як стилем, так і місцем свого викладу в новинах; 4) для складних для розуміння новин та нових знань повинна бути оцінка та коментар з боку експерта, а не журналіста; 5) має бути обов'язковим посилення на джерело інформації і пряме зазначення рівня її достовірності, в кінці сюжету обов'язкові процедури локалізації, авторизації, позначення дати і часу;

б) ведучий (кореспондент) у новинах не повинен бути ні експертом, ні політиком; 7) конфлікти повинні викладатися з точки зору всіх сторін конфлікту; 8) критиковані в новинах особи мають право на коментар їхньої критики в тому ж випуску новин, що й критика, після неї [309]. Ми вважаємо, що знання батьками й підлітками індикаторів маніпуляції, аналіз програм новин щодо дотримання вищезазначених рекомендацій, допоможе більш критично їх сприймати.

Окремо необхідно звернути увагу на можливість маніпулювання свідомістю підлітків за допомогою релігійних передач на телебаченні. Велика кількість релігійних сект та товариств, прибічників паранормальних явищ, представників ірраціональних течій використовують телебачення для пропагування своїх ідей. За допомогою телеекрану порушується свобода сумління людини, завдається шкода її фізичному, моральному та психічному здоров'ю. Враховуючи ефект програмування та навіювання, телевізійні передачі даного характеру здатні здійснювати вплив на свідомість особистості, піддаючи її значній деформації. У мережі Інтернет велика кількість інформаційних матеріалів такої спрямованості.

Одним із способів, на думку психологів, за допомогою якого можна захистити себе від насильства та маніпулювання є глибоке та чітке усвідомлення і розуміння власних позицій та життєвих цілей [244, с. 112]. Локус контролю має знаходитися не «поза особистістю» (вони краще знають, що мені потрібно), а повинен міститися «всередині» особистості (я сам знаю, чого я прагну і чого хочу).

Соціальний педагог має надати батькам інформацію, яким чином захистити підлітків від небажаного впливу мережі Інтернет на фізичне здоров'я. Для того, щоб попередити негативний вплив комп'ютера на соматичне та психічне здоров'я дитини та підлітка, батьки мають: стежити за дотриманням режиму роботи (не дозволяти працювати за комп'ютером вночі, дитина має робити регулярні перерви у роботі через певні проміжки часу); організувати для дитини чи підлітка робоче місце з урахуванням основних ергономічних вимог (відстань від очей до монітора має бути 40 – 60 см., очі

мають знаходитися на 15 – 20 см. вище від центру екрана, спина – спиратися на спинку крісла, пальці – знаходитися на рівні зап'ястків тощо); найважливіше – здійснювати батьківський контроль за роботою дитини на комп'ютері.

Слушним на нашу думку, є те, що батьків і підлітків необхідно ознайомлювати із найпоширенішими в Європі видами комп'ютерних злочинів, що можуть здійснюватися за допомогою мережі Інтернет, як-от: комп'ютерне шахрайство, підробка, пошкодження комп'ютерної інформації або комп'ютерних програм, комп'ютерний саботаж, інструментом якого є комп'ютерні віруси, несанкціонований доступ до комп'ютерних мереж (hacking) та комп'ютерне піратство, несанкціоноване перехоплення інформації, несанкціоноване копіювання захищених комп'ютерних програм [64].

При навчанні підлітків безпечній поведінці в мережі Інтернет фахівці рекомендують батькам обговорити основні теми та розробити кодекс поведінки користувача мережею. Відзначимо, що інформаційну безпеку в Україні регламентують такі нормативно-правові акти, як: Конституція України [92], Закон України «Про основи національної безпеки України» [91], Доктрина інформаційної безпеки України [90], Закон України «Про доступ до публічної інформації» [232] тощо.

Приблизні положення загальносімейних правил користування мережею Інтернет наведені в роботах Н. Башкірової [25], А. Дніпрова [80], а також велика кількість практичних рекомендацій подана на веб-сайті компанії Microsoft [85], на українському сайті «Онляндія – безпечна веб-країна» [86], міжнародний досвід висвітлено в матеріалах «Закладинки. Протидія мові ненависті онлайн через освіту з прав людини» [129].

Основними положеннями цих правил можуть бути такі: ніколи не повідомляти без дозволу батьків особисту інформацію (домашню адресу, номер телефону, номери кредитних карток, номер школи тощо); ніколи не погоджуватися на особисту зустріч з людиною, знайомство з якою відбулося в мережі, без дозволу батьків; ніколи не відправляти власні світлини та своєї родини іншим людям за допомогою мережі Інтернет або електронної пошти (у

разі необхідності необхідно видаляти деталі світлин, за якими можна дізнатись назву вулиці, на якій мешкає дитина, номери машин, назви навчально-виховних закладів тощо); поводити себе в мережі Інтернет таким чином, щоб не ображати інших людей та не робити нічого протизаконного; без дозволу батьків ніколи не завантажувати, не встановлювати та не копіювати будь-які матеріали з мережі Інтернет; повідомити батькам своє реєстраційне ім'я та ніки у чаті. Підліток має підписати подібний документ, щоб довести власне розуміння та прийняття даних правил. Їх можна розташувати поряд із комп'ютером, для того, щоб підліток мав змогу звертатися до них (як і інші члени родини). Але навіть після того, як підліток автоматично буде дотримуватися правил, батьки мають цікавитися його діяльністю та періодично її контролювати, аналізувати та обговорювати інформацію мас-медіа.

Соціальним педагогам в роботі з батьками підлітків необхідно акцентувати їхню увагу на такій проблемі, пов'язаній із мережею Інтернет, як доступ підлітків до порно-сайтів. На думку американських психологів (Ерік Оуенс (Eric W. Owens), Р. Беун (R. J. Behun) [384]), вибух інтересу до кіберсексу може призвести до формування людей із неконтрольованим сексуальним потягом.

Варто відзначити, що за даними міжнародної правозахисної організації ЕСПАТ International [266] понад 30% дитячої порнографії в Інтернеті розміщують провайдери зі східної Європи. Найчастіше в порнографічних роликах та на світлинах знімають дітей з України та Білорусі. Цей факт ще раз підкреслює неготовність вітчизняних правоохоронних органів до розслідування злочинів у комп'ютерній сфері. Особливо важливим, на наш погляд, є те, що дитину та підлітка дуже легко спровокувати за допомогою «спливаючих» вікон із сумнівною інформацією, що нав'язливо з'являються будь-де. Програма батьківського контролю дозволяє здійснювати блокування певних ресурсів.

Отже, вплив мережі Інтернет на статеву соціалізацію дітей та підлітків є досить суттєвим. Дослідження свідчать про зацікавленість підлітків у переживанні цілого спектру компенсаторних емоцій та еротичних фантазій, що уможлиблюється для них через порнографію. Остання є привабливою через

потребу в утвердженні своєї сексуальної ідентичності [220, с. 21]. Вважаємо, що в подальшому слід окремо звернутися до проблеми впливу матеріалів ЗМІ, що містять сцени насильства на особистість.

Найбільше занепокоєння викликають дані щодо спілкування підлітків в мережі Інтернет. Згідно результатів дослідження М.Снітко [287] близько 98% українських підлітків користуються мережею Інтернет, з них 95% довіряють інформації, яку вони отримали у мережі. Опитані підлітки вказали, що мають досвід знайомств в Інтернеті (76% респондентів), із них половина погоджувалась на зустріч у реальному житті. Майже 40% респондентів відчували небезпеку з боку віртуального знайомого, через виказану ним надмірну увагу і цікавість до особистої інформації. Отримані дані необхідно враховувати соціальному педагогу ЗЗСО під час організації заходів з інформування підлітків і їхніх батьків щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Невтішним є той акт, що подібна ситуація склалася і з українськими дітьми. Як підкреслює Д. Шимків, українські батьки не до кінця усвідомлюють, наскільки велику роль відіграє Інтернет в житті їхніх дітей, і недостатньо серйозно ставляться до їхньої онлайн-безпеки й захисту приватної інформації [86].

На особливу увагу заслуговують Інтернет-злочинці та їх діяльність у мережі. Це можуть бути як шахраї, зацікавлені в номерах кредитних карток батьків, так і педофіли або наркоторговці. Фахівці з комп'ютерних технологій попереджають користувачів мережі про так звані «фішинг-атаки». Фішинг (phishing) – це один із видів шахрайства, спрямований на крадіжку важливих особистих даних користувача (номерів кредитних карток, паролів, відомостей про банківські рахунки тощо). Не тільки діти та підлітки, а й велика кількість дорослих людей вірять шахраям, оскільки вони використовують емблеми реальних організацій та інші конфіденційні відомості, отримані з банківських та інших веб-вузлів.

Місцем підвищеної небезпеки є соціальні мережі, спілкуючись у яких діти та підлітки є цілком упевненими, що говорять із однолітками. Саме тому більшість фахівців не рекомендують користуватися мережею Інтернет дітям до

10 років або робити це тільки в присутності дорослих. Бажано, щоб комп'ютер був розташований у загальній кімнаті, а не в кімнаті дитини чи підлітка, у такий спосіб батьки будуть мати змогу бачити, які сайти відвідує дитина та скільки часу вона проводить за комп'ютером. Діти та підлітки мають знати про існування Інтернет-злочинців задовго до того, як почнуть самостійно користуватися мережею. Підлітки обов'язково мають повідомити батьків, якщо на веб-вузлах їх щось лякає, непокоїть, примушує відчувати дискомфорт тощо.

Для батьків, що бажають захистити власних дітей від шкідливої інформації в мережі Інтернет, розроблені спеціальні програми фільтрації змісту. Функції батьківського контролю сьогодні реалізовані у всіх комп'ютерах, що працюють на платформі Windows. Операційні системи містять набір функцій, що мають назву «Батьківський контроль». Такі функції дозволяють: 1) призначити час, коли діти можуть користуватися комп'ютером; 2) визначити, які ігри та програми дитина має право запускати; 3) визначити, які сайти діти та підлітки можуть відвідувати. Після ввімкнення та налаштування цих функцій у системі може створюватися детальний звіт про дії дитини на комп'ютері. Функція батьківського контролю передбачена і для смартфонів. Батьки зі свого пристрою можуть контролювати зміст інформації, ігри, в які грає дитина чи підліток, час роботи зі смартфоном і т. д. Зазначимо, що при здійсненні батьківського контролю необхідно враховувати вік дитини. Для дітей дошкільного, молодшого шкільного віку необхідним є зовнішній контроль, а в підлітковому віці дитина має переходити до внутрішнього самоконтролю. Особливо важливо, щоб батьківський контроль роботи в мережі носив тактовний та обережний характер і не порушував прав дитини чи підлітка. Відкритий та доброзичливий діалог із підлітком є більш конструктивним, аніж таємне стеження.

В умовах глобального впливу на суспільство ЗМІ, які пропонують часом альтернативні «картини реальності», все більш потрібною для особистості стає така якість, як «критичність». Ми вважаємо, що вплив ЗМІ не матиме негативних наслідків на соціалізацію дітей та підлітків, у яких сформовано

критичне ставлення до мас-медіа. Тому формування в підлітків критичного ставлення до ЗМІ розглядаємо як другу соціально-педагогічну умову подолання негативного впливу ЗМІ на їхню соціалізацію. На нашу думку, сформованість цього ставлення сприятиме інформаційно-педагогічній культурі сучасних підлітків. З нашої точки зору, саме ця умова є головною для подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО.

Ставлення особистості до тих чи інших явищ, предметів або процесів може носити критичний, некритичний та нейтральний характер. Нейтральність, на нашу думку, має прояв у байдужому ставленні до подій, що відбуваються у суспільстві, до тих чи інших поглядів, теорій. Некритичне ставлення має прояв у легкому, бездумному прийнятті чи схваленні тих чи інших дій людей, теорій, ідей (Я. Вареннікова, О. Мерзлякова, В. Петухов [244; 46]). Саме критичне ставлення пов'язане з умінням протидіяти різним формам втручання в особисте життя людини, тенденціям маніпулювати її свідомістю.

Значний внесок у вивчення проблеми формування критичного ставлення в контексті критичного мислення внесли Т. Воропай [318], А. Кацала [126], Л. Києнко-Романюк [127], А. Кроуфорд [148], М. Ліпман [380], Т. Олійник [209], С. Омеляненко [Помилка! Джерело посилання не знайдено.], Е. Полат [227], С. Семчук [267], С. Терно [310], О. Тягло [317; 318], Д. Халперн [329], Д. Чаффа [378] та інші. Згідно з Д. Халперн [329], слово критичне, наявне у визначенні, має на увазі певний оціночний компонент, а оцінка – це конструктивне вираження не тільки негативного, а й позитивного ставлення до певного явища чи події.

На нашу думку, найефективнішим захистом від маніпуляцій ЗМІ є розвиток у підлітків та молоді критичного ставлення до них. Підґрунтям для формування критичного ставлення є сформованість критичного мислення. Критичне мислення трактується як бажання усе аналізувати, оцінювати, не приймати усе на віру; вміння правильно, об'єктивно оцінювати свої дії, здатності знаходити та визначати свої помилки, піддавати критичному аналізу пропозиції та судження інших людей [244, с. 100].

Аналізуючи напрацювання вчених, можемо констатувати, що критичне мислення є здатністю рефлексивно оцінювати факти, події, процеси, що передбачає чітке визначення власної позиції стосовно певних ідей, поглядів, теорій, та до їх практичних наслідків. Особистість, у якій сформовано критичне мислення, не буде бездумно схвалювати чи не схвалювати ті чи інші вчинки людей, соціальних груп до тих пір, поки не будуть зрозумілі причини, що призвели до цих дій. Варто наголосити, що критичне мислення взагалі є показником морального здоров'я певної групи людей, нації або держави.

Отже, критичне ставлення підлітків до ЗМІ розуміємо як активну, вибіркочу позицію особистості, що передбачає наявність уміння аналізувати повідомлення ЗМІ, надавати оцінку інформації мас-медіа та зумовлює вольову регуляцію взаємодії із засобами масової інформації.

З метою формування критичного ставлення підлітків до негативного впливу ЗМІ у ЗЗСО, на нашу думку, варто проаналізувати повний цикл формування критичного мислення. Як зазначає О. Тягло, цей цикл складається з наступних елементів: аналіз – розуміння – оцінка – критика. Використовуючи певний перелік нескладних запитань, таких як «У чому проблема та висновки, що по ній припускаються?», «Які резони обґрунтовують цей висновок?», «Яка структура аргументу?», «Які слова чи фрази мають декілька значень?», «Чи є у тексті «пусті» чи погано визначені поняття?», «У чому полягають явні або приховані ціннісні припущення?», підліток може самостійно проаналізувати будь-які інформаційні повідомлення [317].

Дж. Чаффа (J. Chaffee) визначив такі ознаки особистості, що критично оцінює дійсність: 1) відкритість до інших думок, тобто здатність уважно прислухатися до інших поглядів, оцінювати різні шляхи вирішення проблеми; 2) компетентність (прагнення обґрунтувати свою думку за допомогою реальних фактів і знання справи); 3) інтелектуальна активність (виявлення інтелектуальної ініціативи в конфронтаційних ситуаціях, небайдуже сприйняття подій); 4) допитливість (уміння проникнути в сутність джерел інформації); 5) незалежність мислення (відсутність конформізму стосовно

групи); 6) уміння дискутувати; 7) проникливість (здатність до проникнення в сутність питання, явища, інформації); 8) самокритичність [378].

Подібні характеристики виокремлює і С. Терно: чесні перед собою; відкидають підтасування; задають запитання; роблять свої висновки на очевидних фактах; стежать за зв'язком між явищами; інтелектуально незалежні [310, с. 114].

При навчанні дітей та підлітків критичному ставленню до реклами С. Семчук пропонує: 1) навчати позитивних якостей на помилках інших людей (у тому числі – телевізійних героїв); 2) показувати дітям «хитрощі» (спеціальні молодіжні слова, думки лікарів, образи кумирів), які використовують рекламодавці; 3) навчити дітей знаходити невідповідність між рекламою та реальним продуктом; 4) дозувати перегляд програм телебачення дітьми [267, с. 22].

Підліткам необхідно зрозуміти, що уміння критично мислити і критично ставитися до ЗМІ є особливо важливим зараз, коли постійно відбувається масове й витончене оброблення суспільної свідомості. Україна знаходиться у стані інформаційної війни. Існує об'єктивна потреба протистояти дезінформації та іншим деструктивним інформаційним впливам. Отже, у наш час особливої актуальності набуває необхідність відрізнити істину від підробки (фейку), постає проблема набуття навичок критичного ставлення до інформації мас-медіа.

Якщо в підлітка сформовано критичне ставлення до ЗМІ, то при аналізі отриманої інформації, повідомлень він задає собі такі запитання: «у чому полягає проблема?»; «до яких висновків дійшов автор щодо цієї проблеми?»; «у чому полягають причини, що призвели його до такого висновку?» (необхідно бути пильними щодо невідповідної аргументації, в оману можуть ввести неправильно оброблені статичні дані та інша недостовірна інформація); «автор спирається на факти чи на погляди?» (факти можна перевірити, а погляди перевірити неможливо, вони можуть базуватися на голослівних твердженнях); «автор виражає свої думки нейтрально чи емоційно?» (за манерою викладу інколи можна побачити підґрунтя, а за емоціями можуть бути приховані недостовірні дані).

У зв'язку з вищезазначеним соціальним педагогам, що формують критичне ставлення в підлітків у ЗЗСО, пропонуємо задавати такі запитання під

час обговорення інформації: «Які міркування ти можеш навести щодо підтвердження твоєї думки?», «Як ти визначаєш термін, який тільки що використав?», «Як узгоджується ця думка з тією, що ти висловив раніше?», «Ти впевнений, що не суперечиш собі?», «Який висновок можна зробити з того, що ти сказав?», «Яку альтернативу має це формулювання?» тощо. Ці запитання є тільки прикладом, вони варіюються залежно від ситуації та матеріалу обговорення. На нашу думку, можна використовувати й інші засоби, що дозволять підліткам навчитися піддавати сумніву отриману інформацію, насамперед у ЗМІ, знаходити причинно-наслідкові зв'язки та аргументовано викладати власну точку зору.

Як приклад наведемо формування критичного ставлення підлітків до програм новин (частково ми вже висвітлювали дану проблему). Причин для цього є декілька. По-перше, на відміну від реклами, яка за своєю суттю спрямована на зміну поведінки людей та продаж тих чи інших товарів та послуг, новини, як вважають підлітки, складаються з об'єктивної інформації. Відомо, що газети, радіо й телебачення відображають ті чи інші точки зору (політичних партій чи інших організацій), але навіть при цьому вважається, що в новинах зберігається певна об'єктивність. Соціальному педагогу під час роботи з підлітками у ЗЗСО необхідно підкреслювати, що новини підлягають попередньому обробленню та оцінюванню, відповідному структуруванню і класифікації ще на стадії, що передує їхньому збору. Повідомлення новин мають підлягати такому ж аналізу, як і вся інша інформація надана ЗМІ.

Наприклад, проведений нами на констатувальному етапі експерименту аналіз творів учнів на тему «Чому не можна довіряти засобам масової інформації» засвідчив, що 76,97% опитаних довіряють програмам новин.

По-друге, телебачення та інші електронні ЗМІ є головним «постачальником» новин. Учених зацікавив той факт, що в аналітичних оглядах порушень діяльності ЗМІ, порушень у діяльності друкованих ЗМІ фіксується набагато більше, ніж порушень діяльності електронних ЗМІ [361, с. 162].

Одним із пояснень цього факту є те, що зоровий образ сприймається реципієнтом як об'єктивний та самодостатній. Реципієнт вважає, що коли він бачить подію на власні очі, то більш повно та правильно розуміє, що відбувається. При цьому він не враховує, що, по-перше, зоровий образ події може з самого початку бути неадекватним або перебільшується за рахунок мовних коментарів. Можуть бути не зазначені найголовніші характеристики події, а другорядні, навпаки, висунуті на перший план (в прямому та переносному розумінні). Але візуальний характер повідомлення створює ефект псевдоверифікації: я вірю, тому що бачу на власні очі й не розмірковую, чи є це адекватним відображенням події. По-друге, відеоповідомлення складно (а інколи взагалі неможливо) переглянути вдруге, тобто ускладнена будь-яка форма верифікації його реципієнтом.

Відеоповідомлення може представляти інформацію в різноманітних формах: 1) у відкритій формі, тобто в самому сюжеті; 2) у закритій формі, тобто в таких деталях відеоповідомлення, які не є основним його змістом; 3) у позатекстовій (пресупозитивній) формі – фонові знання, наявність яких припускається у повідомленні; 4) у підтекстовій формі, а саме ця форма подання інформації є типовою для телеповідомлень. Наприклад, додаткове змістове навантаження може давати побудова блоку повідомлень; подію можна поставити в певний ряд, і вона набуває іншого вигляду: наприклад, розкішний бенкет із делікатесами підверстаний до сюжету про не виплату зарплатні в певному регіоні та неможливість придбання достатньої кількості продуктів.

Ми розуміємо, що для підлітка (інколи й для дорослого) буде вкрай складно аналізувати повідомлення ЗМІ за всіма цими ознаками, але за умови наявності критичного ставлення до них, він зможе як мінімум перевірити надану інформацію в інших джерелах або проаналізувати, що було подано в повідомленні – факти чи міркування. Підліток, що хоче взяти участь у телевікторині з грошовим призом, має задати собі запитання – «чому завдання телевікторини є настільки простим, а вартість хвилини телефонної розмови (смс) настільки високою?». Підліток, що шукає інформацію в мережі Інтернет

має розуміти, що ця інформація є менш достовірною, аніж друкована (яку перевіряють редактори та коректори, видаляючи неточності, помилки, хибні дані тощо), і як мінімум, на сайті необхідно знайти контактну інформацію автора або інформацію про проект та обов'язково перевірити її за допомогою інших джерел (книжок, журналів, учителів, батьків, експертів тощо).

У ситуації соціально-орієнтованого спілкування за допомогою ЗМІ конструктивна функція може змінюватися на деструктивну. Наприклад, у ситуації так званої інформаційної війни метою спілкування є дестабілізація суспільства, його внутрішнє роз'єднання, дезінформування, порушення оптимального функціонування. І про це необхідно пам'ятати кожного разу, звертаючись за інформацією до ЗМІ.

Ми вважаємо, що особливості формування критичного ставлення підлітків у ЗЗСО, мають деякі спільні положення із зарубіжними програмами медіаосвіти та формування медіаграмотності, інформаційної культури (деякі автори використовують поняття «медіакультура»).

Зарубіжні вчені, наприклад, О. Бондаренко, Л. Зазнобіна почали свою роботу у даному напрямку з середини ХХ сторіччя. На їх думку, у підлітків необхідно сформувати певні вміння, які допоможуть розуміти та переробляти будь-яку отриману інформацію. До них науковці відносять такі вміння: виокремлювати головне в інформаційному повідомленні, відділяти його від «білого шуму»; розуміти мету комунікації, спрямованість інформаційного потоку; аргументувати власні висловлювання; сприймати альтернативні точки зору, висловлювати обґрунтовані аргументи «за» та «проти» кожної з них; знаходити помилки в інформації, яку вони отримують, та вносити пропозиції щодо їхнього виправлення; знаходити необхідну інформацію в різних джерелах; систематизувати запропоновану або самостійно підібрану інформацію за заданими ознаками, критеріями; збирати та систематизувати тривалий час тематичну інформацію; встановлювати асоціативні та практично доцільні зв'язки між інформаційними повідомленнями; виокремлювати із запропонованої інформації дані та представляти їх у табличній чи іншій формі;

складати план інформаційного повідомлення, запропонувати форму його викладу, що є адекватною змісту, створювати рецензії та анонси інформаційних повідомлень; перетворювати візуальну інформацію у вербальну знакову систему, а вербальну інформацію перетворювати у знакову систему; трансформувати інформацію, видозмінюючи її обсяг, форму, знакову систему, виходячи з мети комунікативного впливу та особливостей аудиторії, якій вона призначена тощо [319].

Проблема формування критичного ставлення підлітків до ЗМІ постійно загострюється, і все більш актуальним в умовах сьогодення стає питання про медіаосвіту. Вона має бути інтегрованою до гуманітарних та природничих шкільних дисциплін, покликана виконувати унікальну функцію підготовки школярів до життя в безкрайньому та фактично позбавленому позитивного змісту інформаційному просторі. Медіаосвіта в сучасному світі розглядається як «процес розвитку особистості за допомогою та на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вміння повноцінного сприймання, інтерпретації, аналізу та оцінювання медіатекстів...» [218, с. 68].

Наприклад, німецькі педагоги широко використовують поняття «медіакомпетенція» (здатність до вибіркового та рефлексивного сприйняття ЗМІ, знання того, як ЗМІ впливають на суспільство) та «інформаційно-соціальна компетенція» (здатність і готовність до соціально-критичної рефлексії інформаційних технологій, а також їх використання як засобу соціальної взаємодії) [53, с. 237–238]. Українська дослідниця Н.Череповська [335] наголошує на необхідності формування здатності особистості до саморегуляції в медіапросторі. «Зважаючи на різноманітність медіаконтенту, особливо в Інтернеті, відповідати за свій вибір має сама людина. Не треба нарікати на те, що є в інформаційногму просторі загалом, треба самому відповідати за те, що саме ти обрав для перегляду» [335, с. 65].

Ю. Казаков визначає, що сучасна теорія й практика медіаосвіти спирається на провідні теоретичні концепції медіаосвіти: ін'єкційна («захисна»,

«протекціоністська»); медіаосвіта як джерело «задоволення потреб» аудиторії; практична («прагматична») (вивчення медіаапаратури, формування практичних умінь її використання); медіаосвіта як формування «критичного мислення»; «ідеологічна» теорія (аналіз політичних, соціальних, економічних аспектів медіа); семіотична; культурологічна; естетична (художня) теорія медіаосвіти [120].

Результатом сформованого критичного ставлення підлітків до ЗМІ, як зазначає Л. Мардахаєв [180], є інформаційна культура – один із показників їхньої вихованості. Такої ж думки дотримується й Л. Шестакова [345], яка вважає одним із провідних завдань сучасної педагогічної теорії і практики – формування медіакультури школярів.

Інформаційна культура підлітків проявляється у ставленні до різних видів ЗМІ, їхнього змісту, якості, обсягу інформації, а також доцільному їх використанню з метою самоосвіти та самовиховання. Така культура формується перш за все в родині з раннього віку дитини. Цей факт вимагає від батьків уважного ставлення до різноманітних інформаційних систем та інформаційних програм, а також педагогічно правильного їх використання у процесі виховання та освіти дитини. Своєю педагогічною діяльністю батьки мають сприяти оптимізації інформаційних контактів підлітка, керувати процесом формування в нього інформаційних потреб, інформаційної культури. За своєю суттю така діяльність батьків має назву «педагогізація інформаційного середовища дитини та підлітка».

П. Вінтерхофф-Шпурк також підтримує цю точку зору й підкреслює, що усвідомлене використання медіа в родині, особливо пояснення та етичне оцінювання телевізійних програм, позитивно впливають на формування критичного ставлення підлітків до ЗМІ [53]. На нашу думку, діти з таких сімей не тільки вибірково ставляться до телепрограм, а й мають менше забобонів і страхів, є менш агресивними тощо. А залучення підлітків до аналізу реальних ситуацій, власних вчинків і поведінки інших людей, сцен із людського життя, представлених на телеекранах, теж сприяє виробленню підлітками критичного ставлення до дійсності загалом, і до ЗМІ зокрема. Отже, формування

критичного ставлення підлітків до ЗМІ є важливою умовою, що мінімізує їхній негативний вплив на особистість і сприяє удосконаленню соціалізації підлітків.

Не менш важливою є третя соціально-педагогічна умова подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків – актуалізація в системі цінностей підлітків загальнолюдських цінностей і розвитку комунікативних умінь і навичок. Ця умова забезпечує активну участь підлітків у подоланні негативного впливу ЗМІ на їхню соціалізацію.

Проблему цінностей досліджували Г. Андрєєва [14], І. Бех [29], Е. Дюркгейм [369], Я. Жукова [105], І. Кон [137], А. Кавалеров [119], Д. Леонт'єв [161], В. Румянцев [255], П. Сорокін [290], С. Шандрук [338] та багато інших. Термін «цінність» у філософсько-соціальной, психолого-педагогічній літературі вживається для виділення значимості предметів людської діяльності, явищ у суспільно-політичному житті, стосунків між людьми тощо.

Автором однієї з найвідоміших праць, присвячених цінностям людини, є М. Рокіч. Він розглядає цінності як різновид переконань і визначає їх як «стійке переконання у тому, що певний спосіб поведінки або кінцева мета існування є кращими з особистої та соціальної точок зору, ніж протилежний спосіб поведінки чи протилежна мета існування» [161]. На його думку, витoki людських цінностей простежуються у культурі, суспільстві, його інститутах і самій особистості.

Інший дослідник проблеми цінностей А. Кавалеров [119], виходячи із сутності, змісту, характеру цінностей виділяє суспільно-політичні, моральні, естетичні, релігійні, правові, економічні тощо. Інші автори розрізняють соціальні та індивідуальні цінності. Перші є універсальними, другі – стосуються проблеми особистісного становлення людини.

С. Шандрук виокремлює такі групи цінностей: 1) цінності життя (здоров'я, спілкування, радощі людини); 2) цінності культури (вони, в свою чергу, поділяються на матеріальні та духовні); 3) суспільні цінності (громадський порядок, мир, справедливість тощо); 4) економічні цінності (корисні речі тощо). Цінності також поділяють на предметні та нормативні [338]. До предметних цінностей, на думку автора, слід віднести

природні й соціальні блага, добро й зло, здобутки матеріальної та духовної культури. Нормативними цінностями вважаються цілі, установки, ідеали, моральні вимоги. І якщо предметні цінності є об'єктами потреб особи, то нормативні – це цінності людської свідомості, де відображені самі потреби й інтереси людини.

В. Румянцев визначає наступні базові цінності сучасного суспільства: 1) життя людини як вища цінність, самоцінність; 2) свобода в сучасному значенні слова як «свобода для реалізації соціальних позитивних потреб та здібностей індивіда»; 3) моральність як позиція особистості; 4) спілкування в родині, з друзями та іншими людьми, взаємодопомога; 5) родина, особисте щастя; 6) робота як самоцінний сенс життя та як засіб заробітку; 7) благополуччя – прибутки, комфорт, здоров'я; 8) ініціативність, здатність проявити себе; 9) радиційність – повага до традицій; 10) незалежність, здатність впливати на інших, досягати успіху, 11) законність [255].

Для нашого дослідження важливим є те, що розвинута система цінностей підлітків як система суттєвих ставлень зумовлює такі їхні якості, як цільність, надійність, вірність певним принципам і ідеалам, здатність до вольових дій для їхнього досягнення, активність. Нестійкі, суперечливі цінності є причиною непослідовності в поведінці, відсутності мети, сенсу життя. Особистісні цінності відображають рівень розвитку кожної людини, кожної особистості. Їхнє утворення тісно пов'язане з динамікою процесів самоусвідомлення. Цінності важливі для прийняття тих чи інших рішень (інтелектуальних, поведінкових), у яких суб'єкт реалізується на рівні цілісного «Я», цінності також визначають емоційне життя людини. Формування цінностей не є одномоментним, вони формуються поступово, протягом усього процесу соціалізації індивіда. Базові цінності особистості закладаються в дитинстві та юнацтві в процесі виховання й навчання. Проте ЗМІ транслують підліткам зовсім інші цінності, у якій на першому місці знаходиться матеріальна забезпеченість і на останньому – життя людини як самоцінність.

Варто відзначити, що поряд із категорією «цінності» використовується категорія «ціннісні орієнтації» – установка особистості на ті чи інші цінності матеріальної та духовної культури суспільства [67].

Наприклад, С. Шандрук було запропоновано модель ціннісних орієнтацій, яка складається із взаємодії таких складників, як: «інтереси і потреби – акти сприйняття й оцінки – смакові установки і вибіркова діяльність» [338]. Отже, ціннісні орієнтації як один з найважливіших елементів внутрішньої структури особистості виступають своєрідним соціально-психологічним механізмом, який спрямовує діяльність людини, визначає форми й цілі цієї діяльності, певний тип поведінки тощо.

Окремою категорією, важливою для нашого дослідження, є так звані загальнолюдські цінності, у яких зафіксовані критерії, на основі яких конкретне суспільство в певний історичний період визначає позитивну чи негативну значущість наслідків людської діяльності, поведінки, вчинків тощо (життя, свободи, правди, краси та інші). Отже, цінність – це позитивна або негативна значимість об'єктів навколишнього світу для окремої людини, соціальної групи, суспільства загалом.

У підлітковому віці основою мотивації стають цінності, однак система ціннісних орієнтацій дитини перебуває ще на стадії формування. Відбувається перегляд сформованих у молодшому шкільному віці уявлень про цінності. І якщо на попередньому етапі великий вплив на виникнення цінностей мало виховання, то в підлітковому віці значущими для дитини стають цінності й погляди, що домінують у групі однолітків та цінності, які транслують ЗМІ. Водночас у підлітка вже певною мірою сформована ієрархія цілей свого життя, однак він ще недостатньо володіє засобами їхнього досягнення, а це, в свою чергу, уповільнює процес опанування соціально цінною та прийнятною поведінкою.

Зауважимо, що впродовж підліткового віку ціннісні орієнтації дітей ускладнюються, стають більш незалежними, також відбувається визнання загальнолюдських цінностей. Необхідно зазначити, що деякі суспільні цінності, наприклад, самопожертва, у підлітковому віці тимчасово втрачають своє

значення, на перше місце виходять такі цінності, як соціальний статус, економічна забезпеченість, зовнішній вигляд. За даними дослідження, проведеного в загальноосвітній школі зі старшокласниками, на першому місці серед цінностей, знаходиться матеріальний достаток, на другому – оволодіння спеціальністю, на третьому – реалізація здібностей, нахилів, на четвертому – високе становище в суспільстві, на п'ятому – повага друзів, знайомих, на шостому – вміння розбиратися в подіях, на сьомому – жити і працювати серед людей, на восьмому – стати корисним своєму народові, Україні [338].

Проведене нами анкетування підлітків на констатувальному етапі експерименту виявило, що найбільшою цінністю для них є як їх родина, близькі люди, їхнє здоров'я, так і матеріальні цінності. Така ситуація є типовою для більшості підлітків, зважаючи на трансформації, що відбуваються в українському суспільстві. Але під впливом цілеспрямованого виховного процесу загальнолюдські цінності з їхнім гуманітарним зарядом будуть виступати як міра вартості їх переживання, усвідомлення та вмотивованості інтересів, потреб, смакових установок суб'єкта вибіркової діяльності.

Наголосимо, що ЗМІ впливають на різні компоненти свідомості підлітка та його поведінку, проте одним із головних є їхній вплив на систему цінностей підлітка, перетворення інформації на частину цієї системи. Як уже зазначалося, система ціннісних орієнтацій – це вищий рівень диспозиційної ієрархії особистості, що регулює поведінку та діяльність підлітка в найбільш значущих ситуаціях його соціальної активності.

Я. Жукова [105] досліджувала вплив ціннісних орієнтацій на адекватність сприйняття ціннісного змісту повідомлень ЗМІ. Автор зазначає, що на текстовому рівні ціннісний зміст повідомлення може виражатися відкрито, за допомогою оцінок, які висловлюються, ціннісних понять, а також шляхом вибору та заснування на ціннісній основі усієї інформації, що передається. Реципієнт виявляє ціннісну структуру повідомлення і зіставляє її з власною системою цінностей, що здійснює суттєвий вплив на адекватність сприйняття повідомлення і виступає одним із важливих механізмів спілкування ЗМІ з

аудиторією. Це наскрізний процес, який починається з вибору джерела інформації та конкретного повідомлення (ціннісний вибір) і продовжується протягом усього процесу сприйняття повідомлення. Його результатом є та оцінка, яку реципієнт дає повідомленню (наприклад, з точки зору його значущості для подальшого пізнання дійсності, винайдення в ньому особистісного змісту для себе) [105, с. 14–15].

Отже, актуалізація в системі цінностей підлітків загальнолюдських цінностей, може суттєво зменшити негативний вплив ЗМІ на особистість. Наприклад, якщо «людина», її життя, є для підлітка цінністю, то не буде реалізоване бажання повторити побачені у ЗМІ сцени насильства, якщо «здоров'я» є для підлітка цінністю, то меншою буде вірогідність уживання розрекламованих алкогольних напоїв, тютюнопаління, якщо важливим є «пізнання» – то буде свідомо обрана пізнавальна передача чи фільм, а не бойовик чи фільм жахів, а також свідомо буде обиратися й канал отримання інформації.

Наголосимо, що спілкування як особливий вид діяльності підлітків у соціальному середовищі також входить до змісту третьої соціально-педагогічної умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. Зауважимо, що діяльнісний підхід щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків є провідним для організації соціалізації підлітків у ЗЗСО.

Досить часто в міжособистісних стосунках підлітків простежуються різноманітні негативні явища: відчуженість, грубість, агресивність, конфліктність тощо. Це дозволяє дослідникам комунікативної сфери підлітків вказувати на властиві їм комунікативні труднощі. Наприклад, Н. Краснова вказує на те, що недобррозичливість, озлобленість, взаємна нетерпимість та егоїзм все більше поширюються в дитячому, а особливо в підлітковому середовищі [145]. Проте для реалізації спілкування, яке сприяє розвитку особистості, соціалізації підлітка, необхідні толерантність, повага до іншої людини, емпатія та рефлексія. Саме тому, на нашу думку, у соціально-педагогічній діяльності в умовах ЗЗСО з підлітковою аудиторією необхідно

застосовувати диспути, дискусії, усі ті різноманітні форми, що мають колективний характер та містять елементи спілкування.

Як підкреслено в першому розділі, соціалізація підлітків здійснюється через спілкування з людьми, які оточують дитину. Саме у спілкуванні з навколишніми, на думку М. Папучі, виникають більш або менш стійкі уявлення дитини про саму себе [215, с. 63]. Ці уявлення виступають як безпосереднє відображення в її свідомості того, що про неї думають інші люди.

Також слід зазначити, що багато дослідників впливу ЗМІ на особистість згодні з тим, що більше всього часу із мас-медіа проводять люди, у яких із різних причин обмежене коло спілкування. Наприклад, Інтернет-адикти відчують труднощі у спілкуванні, почувають себе ніяково в новій компанії, колективі, мають труднощі при встановленні контактів з іншими людьми та під час виступів перед аудиторією тощо. Тобто «спілкування» зі ЗМІ найчастіше має компенсаторний характер. Отже, зменшити негативний вплив ЗМІ можна розвиваючи комунікативні уміння й навички підлітків.

Аналіз психолого-педагогічної літератури [18; 56; 143] дозволив виявити комунікативні вміння, які необхідні підліткам. До них належать такі: 1) правильно визначати тему висловлювання та чітко дотримуватися її меж; 2) будувати висловлювання відповідно до його мети, основної думки й адресата мовлення; 3) використовувати найбільш вагомні факти й докази для розкриття теми та основної думки висловлювання; 4) будувати вислови логічно й послідовно; 5) обирати тип і стиль мовлення залежно від мети й ситуації спілкування; 6) використовувати різноманітні мовні засоби.

Комунікативні навички підлітків розуміємо як навички будувати міжособистісні стосунки, вступати в соціальні контакти, вони характеризуються здатністю легко й швидко встановлювати контакти з людьми, прагненням до розширення сфери спілкування, до участі в спільних і групових заходах тощо.

Як відзначав В. Давидов, комунікативні вміння та навички формуються й удосконалюються лише в практичному спілкуванні [77]. А нерозвинені

комунікативні вміння та навички впливають на життєдіяльність підлітків, і це має прояв, в першу чергу, в їх нездатності гнучко поєднувати свою активність із активністю інших людей.

Узагальнюючи напрацювання науковців, визначимо, що: 1) спілкування з однолітками дає початок формуванню ціннісних орієнтацій підлітка; 2) недостатній досвід спілкування з однолітками своєї і протилежної статі призводить до формування в підлітка неадекватного рівня самооцінки; 3) існує взаємозалежність емоційної нестабільності та проблем спілкування підлітків.

Зауважимо, що в доступних для підлітків видах діяльності утворюються відповідні форми спілкування, в яких засвоюються правила і норми соціальних стосунків. Вхід підлітка в нове коло спілкування, включення його в систему міжособистісних контактів, звернення до нових джерел інформації фактично означає перехід до наступної, більш високої сходинки розвитку. Трансформація спілкування, ускладнення і збагачення його форм відкривають перед підлітком нові можливості для соціалізації.

Для зменшення негативних наслідків впливу ЗМІ окремо слід зосередити увагу на важливості такого аспекту соціально-педагогічної роботи в ЗЗСО, як залучення підлітків до просоціальних форм дозвілля та урізноманітнення видів їхньої шкільної позашкільної діяльності. Наголосимо, що проблема організації дозвілля підлітків, їхнього вільного часу, недостатньо усвідомлюється батьками, вчителями, фахівцями з соціальної роботи. Розглянемо їх більш детально.

Останнім часом у підлітковому середовищі все частіше спостерігаються негативні тенденції, пов'язані з беззмістовним проведенням вільного часу. Складна економічна ситуація в країні призводить до того, що батьки змушені майже весь час присвячувати роботі, щоб утримувати сім'ю, а підлітки залишаються бездоглядними. Беззмістовне проведення вільного часу призводить до посилення криміногенної ситуації в державі, поширення шкідливих звичок, зростання серед неповнолітніх числа наркоманів, ВІЛ-інфікованих [103, с. 23], а також – до надмірного звернення до різноманітних ЗМІ. Ситуація ускладнюється

тим, що за останні роки збільшилася кількість неповних сімей, у яких значно більше шансів на те, що підліток залишається бездоглядним.

Надзвичайно важливою проблемою є те, що в підлітків не формується дозвіллева культура, це зумовлює невміння раціонально використовувати вільний час, обирати цікаві форми дозвіллевої діяльності, наповнювати їх цікавим змістом.

Велика кількість клубів за місцем проживання припинили свою діяльність унаслідок економічних причин, участь у роботі деяких із них (наприклад, спортивних) – вимагає коштів, школа зменшила кількість виховних заходів, спрямованих на організацію дозвілля, батьки зазвичай не мають часу організувати дозвілля дітей. Саме тому в підлітків превалує неорганізоване дозвілля і більшість із них звертаються до ЗМІ.

Заповнення вільного часу підлітків багатогодинним сидінням біля телевізора, у мережі Інтернет, безпредметними балачками не сприяє розвитку дитини. Таке підліткове дозвілля викликає потребу в нових емоційних «вибухах», пошук яких може призвести до антисоціальних проявів. Звідси – орієнтування підлітків на гостросюжетні фільми, масову детективну літературу, гральні автомати, комп'ютерні клуби [31]. Пошук сильних емоцій призводить до залучення підлітків до субкультури руферів, зацеперів, до деструктивних груп у мережі Інтернет.

Окрім навчального закладу, важливу роль у залученні підлітків до різних видів діяльності, відіграє родина, однолітки та інші соціальні інститути. Однак проведене дослідження родин школярів виявило, що традиції сімейної культури, проведення художніх творчих ігор виявились лише в 6% сімей опитуваних. Регулярно відвідують разом з дітьми заклади культури 23% батьків, слухають та виконують музику – 16%, використовують мистецькі знання та вміння дітей в умовах сімейного середовища – 7%. Найбільш вражаючим є той факт, що у 67% сімей предметом спілкування з дітьми є контроль батьків за процесом їхнього навчання [242, с. 75].

Загальновідомо, що сфера дозвілля є досить важливою для підлітків, бо саме в ній вони задовольняють свої соціально-психологічні потреби у самоперевірці, пізнанні власної особистості, самовираженні, незалежності. Саме в умовах дозвілля формуються неформальні колективи, що дають підлітку можливість виступити в нових соціальних амплуа. Такі форми дозвілля, як заняття в клубах, гуртках, участь у колективних справах – прекрасне середовище для розвитку дружби, товарищкості, психологічної самостійності школярів. Дозвілля підлітків забезпечується системою культурно-дозвіллевих закладів, що включають будинки творчості, дитячі відділи будинків культури, клуби при школах та за місцем проживання, спеціалізовані позашкільні заклади і НО. Доповнюючи вплив сім'ї та школи, ці заклади покликані задовольняти індивідуальні запити підлітків, розвивати їхні нахили та здібності у різних сферах творчої діяльності.

Організоване дозвілля збагачує особистість підлітка тим, що дозволяє почувати себе значущою особистістю, реалізувати себе в шкільному житті, дозволяє зрозуміти соціальну значущість спілкування з однолітками, учителями, батьками, допомагає знайти захист від негативних явищ у сім'ї, житті. Таке дозвілля навчає дітей та підлітків цінувати й організовувати свій вільний час, обирати заняття за інтересами, потребами, за їх значенням у подальшому житті; бути організатором себе та інших, лідером і підлеглим, творцем і виконавцем; жити серед людей, поважати їхню індивідуальність, цінувати чужі інтереси, радіти успіху кожного, зберігати дружні зв'язки. Саме в дозвіллевій сфері більшість підлітків шукають емоційне задоволення, сприймають його як одну з головних сфер самореалізації та самоствердження.

Кожна діяльність має значний потенціал для виховання особистості – її інтересів, здібностей, соціальної поведінки, моральних якостей тощо. Участь і захоплення підлітка діяльністю збагачує його інтереси та зумовлює критичне ставлення до ЗМІ, послаблює потяг до такого змісту медіа-інформації, що не розвиває пізнавальні здібності та не навчає соціально цінній поведінці. А тому діяльність повинна охоплювати всі сфери життя підлітків і батьків (праця,

пізнання, спорт, художньо-естетична творчість, дозвілля) і задовольняти різноманітні їхні потреби.

Залучити підлітків до організованого дозвілля і тим самим зменшити негативний вплив на них ЗМІ, можливо за умови об'єднання зусиль батьків, школи і самих дітей. Необхідно створити та розвинути традиції співпраці, співдружності підлітків та батьків; створити дозвілльєве середовище; залучити батьків до активної підтримки дозвілльєвої діяльності дітей у період шкільних канікул, у дні свят (і не тільки), до проведення туристських походів, екскурсій (відвідування як виставок та музеїв, так і власної роботи, виробництва); здійснювати спільний пошук дітей і дорослих, виробляти цінності, норми, правила життя; застосовувати спільну різноманітну дозвілльєву діяльність, знаходити стимули активності підлітків у вільний час, розширювати особистісні свободи (дорослих і дітей). Дозвілля, як ніяка інша діяльність, надає можливість усвідомити себе особистістю, індивідуальністю, самоствердитися, розвинути власні інтереси та здібності й одночасно усвідомлювати себе частиною колективу або групи.

Отже, здійснений теоретичний аналіз виокремлення й обґрунтування соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків стверджує необхідність розроблення методики їхнього впровадження й перевірки ефективності в ЗЗСО.

3.2. Змістово-методичне забезпечення реалізації соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у закладах загальної середньої освіти

Проблема подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків вимагає розроблення методики, яка зумовить ефективність цього процесу, приведе його у відповідність з вимогами сьогодення. Підставою для розроблення такої методики стала потреба в оптимізації взаємозв'язку складників соціалізації підлітків із безпосереднім

впливом ЗМІ та визначенні рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і внесенні відповідних змін у їхню соціалізацію.

З метою перевірки ефективності пропонованих у підрозділі 3.1 соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО ми розробили методику їхнього впровадження, що відповідає теоретичним положенням дисертаційної праці. В її основу покладено програму подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО і НО.

Побудова цієї програми здійснювалася з дотриманням основних положень гуманістичного, діяльнісного, особистісно орієнтованого, середовищного і системного підходів, оскільки застосування цих підходів до соціалізації підлітків у ЗЗСО і НО дозволяє розглядати зазначений процес у сукупності його складників: соціально-педагогічна діяльність, змістово-методичне забезпечення, соціально-педагогічні умови, діагностичні процедури тощо. Пропонована методика задає загальну конструкцію процесу, визначає його необхідні елементи, які за відповідних соціально-педагогічних умов гарантують достатньо високий рівень ефективності при подальшому її відтворенні та є підґрунтям для створення програми подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

Визначальним структурним елементом методики впровадження та перевірки ефективності соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у є програма подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у ЗЗСО, що передбачала застосування різноманітних технологій, форм і методів соціально-педагогічної роботи.

Результати вивчення зарубіжних та вітчизняних практик реалізації програм соціалізації різних категорій підлітків та констатувального етапу експерименту стали підґрунтям для розроблення змісту цієї програми. Створюючи програму, ми також урахували світовий досвід соціалізації молоді в закладах освіти. Наголосимо, що розроблена нами програма подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків (далі –

Програма) розглядалася як комплекс заходів, спрямованих на зміну ситуації соціалізації підлітків у ЗЗСО і НО, які передбачають координованість та взаємодоповнюваність діяльності соціальних педагогів ЗЗСО, підлітків та їхніх батьків.

Плануючи цю Програму, ми враховували специфіку роботи соціальних педагогів у ЗЗСО з підлітками, обізнаність батьків підлітків про вплив ЗМІ на особистість, вікові особливості підлітків, їхні цінності, потреби у спілкуванні, самовираженні та прагнули охопити діяльність підлітків у ЗЗСО і вплинути на їхню свідомість шляхом залучення до соціально-педагогічної роботи. Ми використовували індивідуальні і групові форми роботи соціальних педагогів із підлітками та їхніми батьками, проте перевагу надавали груповим формам роботи. Наприклад, однією з таких дієвих форм роботи стало проведення соціально-просвітницького тренінгу, який сприяв розвитку комунікативних здібностей підлітків, формуванню вміння критично аналізувати інформацію мас-медіа, позитивно вирішувати проблемні ситуації з батьками, однолітками. Навички комунікативної взаємодії ми удосконалювали під час проведення з підлітками диспутів, групових дискусій.

Упровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків відбувалося шляхом реалізації програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО і НО.

Мета програми – сприяти зменшенню негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Завдання Програми: 1) визначити ефективні шляхи та методи подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО і НО за результатами діагностики батьків і підлітків; 2) сприяти підвищенню обізнаності батьків про негативний вплив ЗМІ на підлітків; 3) впровадити у практику соціально-педагогічної роботи з підлітками в ЗЗСО і НО форми й методи формування в них критичного ставлення до ЗМІ; 4) сприяти актуалізації під час роботи соціальних педагогів з підлітками в ЗЗСО загальнолюдських цінностей і розвитку комунікативних умінь і навичок.

Розроблена нами Програма містила основну та варіативну частини. До основної частини внесено діагностичний і тренінговий блоки. Проаналізуємо детальніше ці блоки.

Реалізація основної частини Програми розпочиналася з проведення діагностики батьків і підлітків за такими ознаками: а) для батьків: визначення думки батьків щодо наявності впливу ЗМІ на дитину та характеру цього впливу; наявність контролю з боку батьків за взаємодією підлітка і ЗМІ та його формами; б) для підлітків: наявність глибоких і міцних знань щодо особливостей видів ЗМІ, їхнього впливу на особистість; сформованість навичок критичного аналізу повідомлень ЗМІ; домінування загальнолюдських цінностей у системі цінностей; цілеспрямоване планування своєї взаємодії зі ЗМІ, незначна кількість часу (1–2 години на день), що витрачається на взаємодію зі ЗМІ; вибіркоче ставлення до ЗМІ та їхнє використання переважно з освітньою метою. У подальшому за цими ознаками в підлітків встановлено рівні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію.

Діагностичний інструментарій для батьків містив анкету «Вплив засобів масової інформації». Діагностичний інструментарій для підлітків складався із анкетування, методики «Незавершені речення», стандартизованих методик: виявлення рівня тривожності «Шкала ситуативної тривоги О.Кондаша» (для дітей підліткового віку), діагностики показників і форм агресії А. Басса – А. Дарки, «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнової (Додаток А).

Тренінговий блок включав соціально-просвітницький тренінг для підлітків. Один із провідних фахівців у галузі тренінгової роботи І. Вачков підкреслює, що термін «тренінг» повинен використовуватися не для позначення методів навчання, а для позначення методів розвитку здатності до навчання чи оволодіння будь-яким складним видом діяльності [49].

Н. Зимівець, В. Петрович відносять до переваг тренінгу як форми роботи саме з підлітками те, що групова робота передбачає для учнівської молоді керівництво дорослого, якого вони потребують, водночас надає їм незалежності

та надає можливість діяти самостійно, що є «полігоном» для відпрацювання необхідних життєвих навичок [76].

Під соціально-просвітницьким тренінгом розуміємо «практику соціально-педагогічного впливу, що базується на активних методах групової роботи, при цьому мається на увазі використання специфічних форм передачі знань, навчання навичкам та вмінням у сферах спілкування, діяльності, особистісного розвитку тощо» [76, с. 126].

На думку А. Горальського, метою такого тренінгу також може бути формування «здатності все піддавати сумніву, інтелектуально та емоційно дистанціюватися від того, що очевидне та достовірне» [69, с. 18]. Отже, тренінг можна використовувати для формування критичного ставлення підлітків до ЗМІ, що дозволить зменшити негативні наслідки впливу ЗМІ на процес соціалізації.

Соціально-просвітницький тренінг як форма роботи з підлітками був обраний нами тому що він є ефективною формою опанування знаннями, інструментом для формування вмінь і навичок, формою розширення практичного досвіду особистості. Іншим важливим аспектом, що впливав на вибір форми роботи, був той факт, що тренінг надавав можливість реалізувати всі виокремленні у другому розділі соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію, як-от: актуалізація в системі цінностей підлітків загальнолюдських цінностей; формування засад критичного ставлення підлітків щодо засобів масової інформації та сприяння формуванню інформаційно-педагогічної культури; сприяння розвитку комунікативних умінь і навичок підлітка; інформування підлітків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ тощо.

Обґрунтування доцільності цього тренінгу в роботі соціального працівника з підлітками ми описали в авторській статті «Просвітницький тренінг як метод формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації» [284].

Мета розробленого нами тренінгу полягала в ознайомленні підлітків з наслідками впливу ЗМІ та формуванні в них критичного ставлення до ЗМІ.

Основні завдання тренінгу: розглянути поняття «засоби масової інформації», визначити їхню специфіку; розширити поінформованість підлітків

щодо наслідків впливу ЗМІ; визначити роль ЗМІ у формуванні особистості, ознайомити з наслідками впливу ЗМІ на особистість; сприяти усвідомленню підлітками впливу ЗМІ на їхню особистість та формуванню критичного ставлення до ЗМІ; сприяти подоланню негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Необхідно зазначити, що за тривалістю найбільш вдалою формою групової роботи з підлітками є марафон, тобто проведення занять тривалістю шість – вісім годин щоденно протягом кількох днів. Натомість, нами були проведені 14 занять тривалістю 45 – 90 хв. кожне.

Згідно з типовою структурою тренінгу розроблений нами соціально-просвітницький тренінг складався і трьох частин: вступної, основної, завершальної. Завданням вступної частини було створення сприятливого психологічного простору, засвоєння підлітками правил роботи групи. Завдання основної частини – оцінка рівня поінформованості підлітків щодо проблеми впливу ЗМІ на особистість, актуалізація проблеми та конкретних завдань для її вирішення, надання інформації щодо позитивних і негативних наслідків впливу ЗМІ, засвоєння знань, формування засад критичного ставлення до ЗМІ. Завданням завершальної частини було підбиття підсумків щодо процесу роботи, аналіз отриманої інформації, її узагальнення та оцінка отриманого досвіду. Враховуючи рамкові умови, при проведенні циклу з 14 занять, у кожному з них були збережені вказані три ключові частини.

У форматі тренінгу було створено неформальне, невимушене спілкування, яке відкрило для учасників безліч варіантів розвитку та вирішення проблеми, заради якої вони зібралися. Акцентуємо увагу на тому, що специфіка пропонованого тренінгу визначалася змістом і структурою тренінгових занять, коли у штучних умовах у разі багаторазового відтворення і проживання підлітками проблемних ситуацій, що виникли в результаті отриманого раніше негативного впливу ЗМІ на їхній процес соціалізації, соціальний педагог здійснював аналіз, самоаналіз та подальше вирішення цих ситуацій.

Ефективність тренінгу зумовлена його можливостями щодо формування в підлітків комунікативних навичок, навичок міжособистісної взаємодії, розвитку

рефлексивних здібностей і зміни стереотипів сприйняття ЗМІ, що заважають підліткові впоруватися з нестандартними ситуаціями в повсякденному житті. Відзначимо широкі можливості тренінгових занять для самореалізації особистості підлітка.

Зауважимо, що змістове наповнення діяльності соціальних педагогів щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО є варіативною частиною нашої Програми було здійснено з урахуванням напрацювань зарубіжних і вітчизняних педагогів і психологів Г. Бевз [173], І. Булах [39], І. Вачкова [49], О. Главник [173], А. Гольдштейна [66], А. Горальського [69], Т. Журавель [304], Т. Лях [304], С. Максименко [144], В. Хомик [66], із використанням матеріалів MediaSmart [94], Інституту Екології масової інформації [87], методичних матеріалів до тренінгу Християнського дитячого фонду «Здоров'я – моя цінність» [114] тощо.

Варіативна частина Програми містила кілька варіантів заходів, що допомогли закріпити отриманий результат. Зауважимо, що в діяльності соціального працівника з батьками підлітків ми використали індивідуальні консультації та просвітницькі технології, які в свою чергу поділяють на технології спонтанного спілкування й технології мобілізації ресурсів. Вони створені для просвітницької діяльності, спрямовані на поширення знань, найчастіше ці технології застосовують під час організованого дозвілля в умовах ЗЗСО, за місцем проживання, в місцях масових зібрань чи відпочинку дорослих і підлітків [128]. У нашому дослідженні просвітницькі технології в роботі з батьками використано з метою створення умов для інформування дорослих про негативні наслідки впливу ЗМІ на підлітків і підвищення їхньої обізнаності щодо шляхів подолання таких наслідків.

З урахуванням положень діяльнісного та середовищного підходів організація роботи соціальних педагогів з батьками в ЗЗСО передбачала групові (тематичні лекторії, проведення презентацій на батьківських зборах) та індивідуальні (бесіди, консультації з питань соціалізації підлітків) форми роботи й спрямовувалися на концентрацію їхньої уваги на актуальних проблемах

проведення підлітками вільного часу, можливостях поліпшення міжособистісних взаємин у родині. Цьому сприяв цикл тематичних лекторіїв («ЗМІ», «Стереотипи», «Наслідки впливу сцен насильства», «Законодавство щодо реклами», «Правила безпеки при роботі з мережею Інтернет», «Особливості сучасних ЗМІ та їх негативний вплив на формування підлітка»), проведення яких передбачало використання елементів групових дискусій, бесід. Активно здійснювалося також дистанційне індивідуальне педагогічне консультування за допомогою Інтернет-мережі. Результатом такої роботи стало інформування батьків про наслідки негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, з'ясування ними різних способів зменшення такого впливу, підвищення їхньої обізнаності про шляхи формування в підлітків критичного ставлення до ЗМІ.

З позицій особистісно орієнтованого та гуманістичного підходів для змістового наповнення заходів соціальних працівників з підлітками в ЗЗСО щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію ми використовували міні-лекції, соціально-просвітницький тренінг, групові дискусії, «мозкові атаки», ігрові методи. Крім цього, широко застосовувалися такі ігрові методи, як: ситуаційно-рольові та дидактичні ігри. Фактично у грі інтенсифікується процес навчання, закріплюються нові поведінкові навички, набуваються способи оптимальної взаємодії з іншими людьми, тренуються та закріплюються вербальні та невербальні комунікативні вміння. Рольові ігри є ефективною навчальною методикою, за допомогою якої можна набутися досвіду використання певних навичок в ігровій ситуації, відпрацювати на практиці певні види поведінки в безпечному середовищі перед тим, як розпочати їхнє застосування в реальному житті. Як свідчить власний досвід, заходи з підлітками краще будувати так, щоб наступним елементом після теоретичного матеріалу була рольова гра, яка на практиці закріплює основні теоретичні положення.

Будь-яка гра передбачає активність її учасників, тобто підліток поводить себе не тільки за сценарієм, а так, як він сам уявляє собі ситуацію і який вихід з цієї ситуації бачить. Але в рольовій грі обов'язкова умова – спиратися на знання, відомі факти, досвід у цій предметній та інших областях. Учасники гри

не можуть спиратися лише на власну уяву чи інтуїцію, учням необхідно продемонструвати власну ерудицію в окресленому питанні і відповідно до цього реалізовувати діяльність свого персонажу.

Перевагою рольових ігор є те, що: 1) набутий досвід зберігається тривалий час («навчання через дію» – один із найефективніших способів навчіння та набуття досвіду, адже власні переживання запам'ятовуються та зберігаються протягом тривалого часу); 2) задоволення (у більшості випадків рольова гра передбачає порівняно нескладний і приємний спосіб отримання знань та навичок); 3) розуміння того, як поведуть себе інші (рольова гра дає розуміння того, що відчувають інші люди, зіштовхуючись із певними ситуаціями, а це в свою чергу розвиває вміння оцінювати передумови поведінки інших); 4) безпечні умови (перевагою проведення рольових ігор під час навчання слугує саме середовище).

У роботі з підлітками було застосовано рольові ігри проблемної спрямованості, які дозволили через драматизацію, сюжет «програти» можливі способи вирішення проблем, знайти можливі шляхи виходу. Такі ігри дозволяють підліткам глибше зануритися в проблему, «пропустити» її через себе. З одного боку, рольова гра має заздалегідь підготовлений сценарій, за яким мають розгортатися події, з іншого – він може змінюватися в ході розгортання подій відповідно до характеру стосунків між персонажами, і баченням ними проблеми.

Під час проведення всіх видів соціально-педагогічної роботи з підлітками в ЗЗСО, зокрема й при формуванні критичного ставлення до ЗМІ, рольові ігри можуть широко застосовуватися в навчально-виховній практиці закладів освіти і неурядових організацій. Наприклад, ми застосовували така рольову гру «Рекламний агент-споживач», яка дозволяла підліткові самому створювати привабливі рекламні повідомлення в ролі «рекламного агента», а також відпрацювати навички аналізу рекламних повідомлень у ролі «споживача». Дуже важливо, щоб кожен підліток виконав обидві ролі. Ця гра заснована на реальному підґрунті, адже підліткам щодня доводиться сприймати велику кількість рекламних повідомлень, тому необхідно сформувати вміння піддавати

їх критичному аналізу. Перебування в ролі «рекламного агента» дозволяє актуалізувати знання підлітка щодо найпоширеніших маніпулятивних технологій, які застосовуються в рекламі, а деякі з них він використовує сам.

Ще одним методом, який використовувався під час роботи з підлітками у ЗЗСО, була групова дискусія. Це спільне обговорення будь-якого суперечливого питання, що дозволяє з'ясувати (або змінити) думки, позиції, установки учасників у процесі безпосереднього спілкування. Дискусія вважається ефективним способом переконання, оскільки її учасники самі приходять до певних висновків. Частіш за все групова дискусія використовується з метою надання учасникам можливості побачити проблему з різних боків.

І. Вачков класифікує дискусії за такими ознаками: 1) за рівнем організації – структурована та неструктурована дискусії. У структурованій дискусії задається тема обговорення, чітко регламентується порядок її проведення, у неструктурованій дискусії тема обговорення обирається самими учасниками, відсутня чітка регламентація порядку проведення; 2) за змістом – тематичні (присвячені певній темі, проблемі), біографічні (спираються на попередній досвід учасників дискусії); інтеракційні (матеріалом для яких є структура та зміст стосунків між учасниками) [49].

Як зазначає М. Фіцула, дискусія має велику навчальну та виховну цінність, вона допомагає формуванню самостійного мислення, навчає учнів аргументувати, доводити, обґрунтовувати власну точку зору, сприяє більш глибокому розумінню проблеми, а також учить поважати думку інших [327].

Ефективною для розв'язання тієї чи іншої проблемної ситуації може вважатися лише та дискусія, яка: 1) дозволяє зрозуміти причину виникнення означеної ситуації та правильно її інтерпретувати, зрозуміти в контексті соціального, психологічного, культурного фону; 2) спирається на знання конкретних фактів, дефіцит яких ускладнює розуміння ситуації; 3) ураховує різні точки зору щодо можливостей виходу з ситуації, яка склалася, об'єктивно їх аналізує, виокремлюючи все раціональне, що дозволить прийняти правильне рішення; 4) там, де це можливо, спирається на знання законів, наявних теорій

цієї та суміжної галузей, тобто здійснює інтеграцію знань; 5) спирається на доказову, переконливу аргументацію, з повагою ставлячись до різних точок зору.

У рамках реалізації Програми, ми провели такі групові дискусії «Спілкування реальне чи віртуальне?», «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка», «Стандарти краси у ЗМІ: слідувати чи ні?», які дозволили підліткам актуалізувати наявні та здобути нові знання щодо впливу ЗМІ на особистість, розглянути різні точки зору на проблему, навчитися аргументовано відстоювати власні погляди тощо. Участь у дискусії – це складний інтелектуальний процес, який дозволяє підліткам, по-перше, застосувати на практиці цілий спектр умінь критичного мислення, а по-друге, розвивати комунікативні уміння та навички.

У ході роботи з підлітками також використовувалися міні-лекції, що відрізняються від звичайних (повноформатних) лекцій меншою тривалістю й використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію до групи підлітків одночасно. На нашу думку, міні-лекції є оптимальним методом роботи з такою віковою групою, як підлітки (враховуючи особливості пізнавальних психічних процесів на даному віковому етапі). Серед застосованих міні-лекцій – «ЗМІ», «Стереотипи», «Наслідки впливу сцен насильства», «Законодавство щодо реклами», «Правила безпеки при роботі з мережею Інтернет» тощо. Між міні-лекціями ми застосовували й інші форми та методи соціально-педагогічної роботи: вправи на перевірку засвоєння матеріалу, руханки, робота у складі малих груп. Також використовували колективні презентації, які передбачали представлення матеріалу для аудиторії однією або кількома особами, що крім навчального впливу, сприяє розвиткові комунікативних навичок підлітків.

Ще одним методом роботи з підлітками був «мозкова атака» («мозковий штурм»), який застосовується для пошуку нових ідей та генералізації отриманої інформації. Зауважимо, що цей метод у ЗЗСО впроваджувано як у роботі з великою кількістю підлітків, так і для обговорення в міні-групах. Метою «мозкової атаки» сформулювання якомога більшої кількості ідей на задану тему. Зазвичай він проводився у два етапи: на першому формулювалися ідеї

(фіксувалися соціальним педагогом), на другому – учасники їх обговорювали, давали оцінку запропонованим судженням. Спочатку автор ідеї аргументував власне висловлювання, інші учні або погоджувались, або висували контраргументи. Це стимулювало критичне мислення підлітків. Ми застосовували цей метод під час актуалізації наявних знань підлітків щодо проблеми впливу ЗМІ на особистість та під час проведення дискусій.

Також у роботі з підлітками в ЗЗСО ми застосовували вправи, спрямовані на самопереконавання, наприклад, «Попередження». Методичною основою її створення є дослідження Л. Х'юсмана (Huesmann) [377], згідно з яким змінюється ставлення до ЗМІ та установки щодо мас-медіа у тих дітей, які «попереджали» інших про небезпеку впливу ЗМІ. Наприклад, команда Л. Х'юсмана пропонувала дітям ЕГ створити відеофільм для інших дітей, «що були ошукані телебаченням, які потрапили в біду, тому що слідували побаченому на телебаченні». У дітей ЕГ змінилися не тільки установки щодо ЗМІ (вони переконали самих себе), а й знизилася агресивність, на відміну від дітей КГ. На думку дослідників, діти ЕГ зробили собі «щеплення» проти соціального вірусу телевізійного насильства. Цей факт цілком підтримує одну з провідних ідей інтерактивних педагогічних технологій (наприклад, технологія «Рівний – Рівному»): «Скажіть мені, і я забуду. Покажіть, і я запам'ятаю. Дайте можливість обговорити, і я зрозумію. Дайте можливість навчити іншого, і я прийду до досконалості» [76, с. 120].

Відзначимо, що у зв'язку з вищенаведеним під час впровадження заходів із подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО, діти писали твори на теми «Чому телепередачі не схожі на реальне життя?», «Чому шкідливо занадто довго взаємодіяти із ЗМІ?», «Чому небезпечно наслідувати насильство у ЗМІ?» для того, щоб «попередити» учнів молодших класів.

Усі названі форми та методи роботи соціальних педагогів із батьками та підлітками сприяли інформуванню батьків про негативні наслідки впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, вихованню активної, творчої особистості, здатної до самостійної регуляції власної взаємодії зі ЗМІ, а також сприяли розвитку в

підлітків комунікативних навичок та вміння критично аналізувати повідомлення ЗМІ.

У зв'язку з тим, що завданням Програми є впровадження у практику соціально-педагогічної роботи з підлітками в ЗЗСО форм і методів подолання негативного впливу ЗМІ, проаналізуємо його більш детально. Подолання негативного впливу ЗМІ у ЗЗСО розуміємо як структуровану та впорядковану діяльність, яка містить декілька обов'язкових компонентів: цілепокладальний, змістовий, технологічний і організаційний (рис. 3.1).

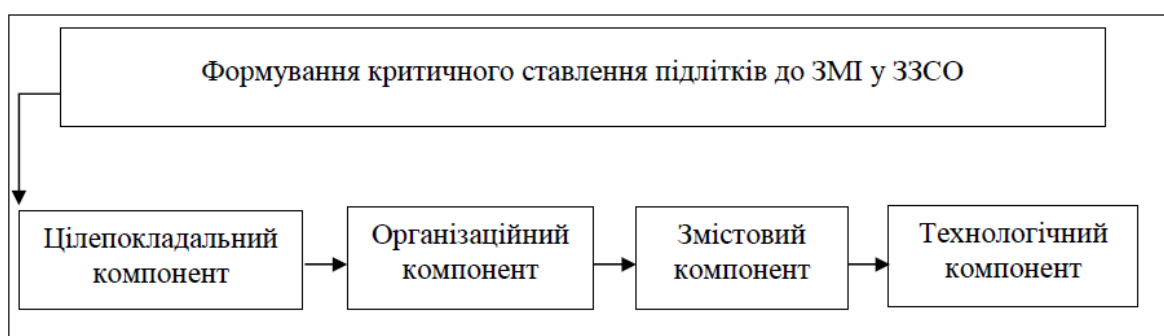


Рис. 3.1. Послідовність подолання негативного впливу ЗМІ у ЗЗСО.

Джерело: складено автором самостійно

Цілепокладальний компонент подолання негативного впливу ЗМІ полягав у формулюванні мети і завдань соціально-педагогічної роботи. Загалом, мета – це опис того позитивного кінцевого результату, який очікується після реалізації обраних методів і форм роботи з підлітками, бажаний стан об'єкта, на досягнення якого спрямовується діяльність. А завдання – передбачення проміжних результатів у досягненні мети, конкретні й вимірювані можливі зміни ситуації, яка описувалася під час постановки проблеми. Конкретність і досяжність результату реалізації – головні вимоги до формулювання завдань.

У цілепокладальному компоненті ми передбачали декілька важливих елементів: по-перше, визначення потреб підлітків у подоланні негативного впливу ЗМІ (з цією метою було проведено констатувальний етап експерименту, який довів необхідність реалізації програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків). По-друге, визначення мети й завдань, які можуть варіюватися, наприклад, в залежності від характеристик цільової групи.

Організаційний компонент передбачав дотримання принципів групової роботи, наявність більш-менш постійної групи підлітків (переважно 15 – 20 осіб), що періодично збираються на зустрічі (один раз на тиждень в умовах ЗЗСО) чи працюють безперервно протягом двох – шести днів (марафон під час роботи з підлітками), проведення не менше 14 занять (в умовах ЗЗСО), наявність просторової організації приміщень (найчастіше робота в зручному ізолюваному приміщенні, обладнаному мобільними стільцями, фліпчартом).

Змістовий компонент присвячений відбору матеріалу й розробці змістово-методичного забезпечення впровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і реалізації програми подолання негативного впливу ЗМІ.

Базуючись на результатах досліджень Д. Волківської [55], К. Сергєєвої [269] змістово-методичне забезпечення впровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і реалізації програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків визначено як сукупність напрямків діяльності, технологій, форм та методів, системно організоване впровадження яких сприятиме позитивній динаміці рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним, мотиваційно-ціннісним та діяльнісним критеріями.

У ході відбору цього забезпечення діяльності соціальних педагогів у ЗЗСО нами встановлено, що найбільш доцільними технологіями в роботі з підлітками є інтерактивні технології й такі форми, як тренінгові заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, творчі проекти. Пропонований матеріал для проведення соціально-педагогічної роботи з підлітками отримав деталізацію в розроблених нами додатках А, Д.

Технологічний компонент характеризував послідовність практичної діяльності соціальних педагогів у ЗЗСО з упровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. З нашої точки зору, для роботи з підлітками слід використовувати поєднання таких форм і методів роботи, як: соціально-просвітницький тренінг, дискусії,

«мозкові атаки», рольові ігри проблемної спрямованості, міні-лекції, рухливі вправи, презентації, метод самопереконання, а також наявність наочних засобів навчання – фліпчарту, ілюстрацій, світлин тощо.

Реалізація розробленої методики і впровадження програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО були змістом формувального етапу педагогічного експерименту. Після впровадження програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО (інформування батьків підлітків, проведення з ними тематичних лекторіїв, бесід, консультацій, а також проведення з підлітками соціально-просвітницького тренінгу, «мозкового штурму», міні-лекцій, дискусій, ситуаційно-рольових ігор тощо) ми провели контрольний зріз з використанням того ж діагностичного інструментарію, що й на констатувальному етапі експерименту. Отримані результати діагностування було зіставлено й узагальнено з метою узагальнення висновків про підтвердження чи відхилення гіпотези дослідження. У наступному підрозділі проаналізовано результати експериментальної роботи.

3.3 Результати експериментальної роботи

На основі системного підходу розроблено зміст, етапи, визначено мету, завдання та результат кожного етапу педагогічного експерименту, який реалізовувався в різних формах і методах упродовж 2015 – 2017 рр. Із урахуванням досліджуваної проблеми визначено соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, що забезпечують ефективність їхньої соціалізації. Детальну інформацію про це надано в підрозділі 3.1.

Експериментальна робота передбачала апробацію розробленої методики, упровадження і перевірку ефективності соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. Результати констатувального етапу експерименту висвітлено у підрозділі 2.2.

Для формувального етапу експерименту нами було розроблено експериментальну методику (підрозділ 3.2), що концептуально відповідає

теоретичним положенням дисертаційної праці. В її основу покладено зміст, форми й методи соціально-педагогічної роботи у ЗЗСО з підлітками та їхніми батьками.

Метою формувального етапу експерименту стала розробка змістово-методичного забезпечення впровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО. Згідно з логікою нашого дисертаційного дослідження впровадження кожної соціально-педагогічної умови здійснювалося в кілька етапів, що відповідали шляхам реалізації умов та мали окреме змістово-методичне забезпечення. Структуру змістово-методичного забезпечення соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків деталізовано в попередньому підрозділі.

Досягнення мети формувального етапу експерименту здійснювалося через такі завдання: 1) виокремлення соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО; 2) розробка методики упровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО; 3) здійснення інформаційно-просвітницької роботи з батьками та підлітками відповідно до програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків; 4) упровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО.

Обираючи форми та методи змістово-методичного забезпечення роботи з підлітками, ми спиралися на: теоретико-методичний аналіз соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків; аналіз сучасних українських та зарубіжних технологій соціалізації підлітків; результати констатувального етапу експерименту.

Першу соціально-педагогічну умову подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків – інформування підлітків та їхніх їх батьків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ – було впроваджено впродовж 2015 – 2017 років та спрямовано на виконання таких завдань: ознайомлення підлітків та їхніх батьків із негативними наслідками впливу мас-медіа; усвідомлення батьками необхідності контролю взаємодії підлітка зі ЗМІ та залучення підлітків до інших

видів просоціальної діяльності, підготовка підлітків і батьків до партнерської взаємодії у процесі подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію.

Запропонованими нами формами роботи соціального педагога у ЗЗСО щодо впровадження першої соціально-педагогічної умови стали лекторії для батьків на таку тематику: «ЗМІ», «Стереотипи», «Наслідки впливу сцен насильства», «Законодавство щодо реклами», «Правила безпеки при роботі з мережею Інтернет», «Особливості сучасних ЗМІ та їхній негативний вплив на формування підлітка». Ці тематичні лекторії проведені в межах комплексу соціально-виховних заходів у ЗЗСО з батьками підлітків. До тематичних лекторіїв, присвячених ознайомленню з ознаками залежності від ЗМІ, правилам безпеки під час роботи з Інтернет-ресурсами, батьки отримали завдання дослідити, скільки часу підліток витрачає на взаємодію з мас-медіа, чи уміє підліток критично аналізувати інформацію мас-медіа, які наслідки такої взаємодії для підлітка, які, на їх думку, є шляхи їх подолання. Виконання таких незначних завдань сприяло отриманню соціальним педагогом додаткової інформації про особистість підлітка, а головне – спонукало батьків бути уважними до власних дітей, спостерігати за ними, вчасно помічати негативні зміни, попереджувати їх.

Відзначимо, що з батьками підлітків нами також було проведено відповідні заходи (бесіди на таку тематику, як: «Наслідки впливу сучасних ЗМІ на особистість підлітка», «Інтернет-залежність: прояви і ознаки»), які більш детально описані в авторській статті «Робота соціального педагога з батьками щодо попередження негативного впливу ЗМІ на дітей та підлітків» [354]. Також для батьків було запропоновано виступи та презентації соціальних педагогів на батьківських зборах на теми «Роль ЗМІ у соціалізації підлітка», «Шляхи захисту підлітків від негативного впливу ЗМІ», розповсюджувалися «Пам'ятки для батьків», що надавали можливість неодноразово звернутися до інформації. Інформація, яка надавалася батькам, була доступною, актуальною, цікавою, також мала практичне значення. Загалом проведені заходи сприяли координації

дій батьків і соціальних педагогів у здійсненні подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

З підлітками були проведені міні-лекції «Сучасні ЗМІ», «Правила безпеки при роботі з мережею Інтернет»; групові дискусії «Спілкування реальне чи віртуальне?», «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка», «Стандарти краси у ЗМІ: слідувати чи ні?» і конкурс з написання есе на теми: «Чому телепередачі не схожі на реальне життя?», «Чому шкідливо занадто довго дивитися телебачення?», «Чому небезпечно наслідувати телевізійне насильство?». Після проведення конкурсу серед підлітків було визначено його переможців і нагороджено їх грамотами. У кінці було дано завдання розробити творчий проект «Мої правила безпеки» щодо правил роботи з мережею Інтернет.

У таблиці 3.1 узагальнено форми і методи роботи соціального педагога з упровадження інформування підлітків та їхніх батьків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ.

Таблиця 3.1

Форми і методи роботи соціального педагога з упровадження інформування підлітків та їхніх батьків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ

Форми і методи роботи	Результат	Критерій
Тематичні лекторії для батьків: «ЗМІ», «Стереотипи», «Наслідки впливу сцен насильства», «Законодавство щодо реклами», «Правила безпеки при роботі з мережею Інтернет», «Особливості сучасних ЗМІ та їх негативний вплив на формування підлітка»; бесіди на тему «Наслідки впливу сучасних ЗМІ на особистість підлітка», «Інтернет-залежність: прояви і ознаки»; виступи та презентації на тему «Роль ЗМІ у соціалізації підлітка», «Шляхи захисту підлітків від негативного впливу ЗМІ»	Інформування батьків про наслідки впливу ЗМІ на поведінку та діяльність підлітків і законодавчу базу, що регулює діяльність ЗМІ; сприяння обізнаності батьків про негативні наслідки впливу ЗМІ на підлітків.	Когнітивний

Продовження таблиці 3.1

Форми і методи роботи	Результат	Критерій
Міні-лекції для підлітків: «Сучасні ЗМІ», «Правила безпеки при роботі з мережею Інтернет»	Інформування підлітків про види ЗМІ; сприяння обізнаності підлітків про негативні наслідки впливу ЗМІ; сформованість розуміння впливу ЗМІ на особистість і правила безпеки під час роботи з мережею Інтернет.	Когнітивний
Групові дискусії з підлітками: «Спілкування реальне чи віртуальне?»; «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка»; «Стандарти краси у ЗМІ: слідувати чи ні?»	Обмін власним досвідом між учасниками; мотивування підлітків до аналізу впливів ЗМІ на їхню особистість; висвітлення структури системи ціннісних орієнтацій у підлітків; формування в підлітків здатності до критичного аналізу інформації мас-медіа.	Когнітивний, Мотиваційно-ціннісний
Написання підлітками есе: «Чому телепередачі не схожі на реальне життя?», «Чому шкідливо занадто довго взаємодіяти із ЗМІ?», «Чому небезпечно наслідувати приклади насильства із ЗМІ?»	Допомога підліткам в усвідомленні та упорядкуванні інформації про вплив ЗМІ; сприяння розвитку навичок оцінки власної діяльності щодо використання ЗМІ.	Когнітивний, Мотиваційно-ціннісний
Нагородження переможців конкурсу написання есе.	Сприяння закріпленню позитивних вражень від участі підлітків у експерименті	Когнітивний, Мотиваційно-ціннісний

Продовження таблиці 3.1

Виконання підлітками творчого проекту: розробка правил роботи з мережею Інтернет «Мої правила безпеки»	Сприяння закріпленню знань і навичок про негативні та позитивні наслідки впливу ЗМІ; усвідомлення можливостей використання ЗМІ з освітньою метою та наслідків порушення авторських прав.	Когнітивний Діяльнісний
--	--	----------------------------

Джерело: складено автором самостійно

Переважно проведені методи соціально-педагогічної роботи з підлітками у ЗЗСО передбачали діяльність з подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за показниками когнітивного критерію і в незначній мірі – мотиваційно-ціннісного критерію.

Особливу дослідницьку увагу було приділено другій соціально-педагогічній умові – формуванню критичного ставлення підлітків до ЗМІ, у результаті якої в підлітків формувалася інформаційна компетентність. Вона передбачає наявність у людини умінь і навичок роботи з інформаційними ресурсами та інформаційними технологіями та відноситься до ключових освітніх компетентностей людини. Реалізація цієї умови тривала впродовж 2015 – 2017 років та сприяла виконанню таких завдань: ознайомлення підлітків із наслідками впливу ЗМІ на особистість; усвідомлення підлітками впливу ЗМІ на їх особистість; набуття знань, умінь і навичок, необхідних для критичного аналізу інформації мас-медіа; подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Виконання цієї умови забезпечували організаційні форми і методи роботи, представлені таблицях 3.1, 3.2, 3.3. Відзначимо, що сутність соціально-просвітницького тренінгу полягала у проведенні тренінгових занять для підлітків. Більш детально тренінг як форму роботи деталізовано в попередньому підрозділі, тому зупинимося лише на змісті. Кожне із 14-ти тренінгових занять передбачало вплив на окремі показники за окресленими в

підрозділі 2.1 критеріями. Наприклад, на сформованість рівнів когнітивного критерію спрямовані заняття №1, 2, 3, 4; мотиваційно-ціннісного критерію – заняття №4, 5, 6, 8); діяльнісного – заняття №7, 9–14).

Наголосимо, що при впровадженні другої умови тему кожного заняття було адаптовано для вікових категорій підлітків з урахуванням специфіки закладу освіти чи НО. Для сформованості партнерської взаємодії на кожному занятті проводилася вправа «Я не знав про тебе, що...», під час якої учасники, які найменше знайомі, об'єднувалися в пари чи тріади й розповідали про себе. У такий спосіб на момент останнього заняття всі підлітки мали можливість поспілкуватися та дізнатися щось один про одного.

Особливе місце у тренінговому блоці програми відводилося грі, завдяки якій інтенсифікувався процес соціалізації, закріплювалися нові поведінкові навички, знаходилися недоступні раніше способи оптимальної взаємодії з іншими людьми, закріплювалися вербальні та невербальні комунікативні навички.

Переважно в ході соціально-педагогічної роботи з підлітками у ЗЗСО було використано сюжетно-рольові ігри «Рекламний агент-споживач», «Випуск новин» та ігрові вправи «Антиреклама», «Ідеальне тіло», «Герої та героїні», «Детективи», «Реклама». Наприклад, метою гри «Рекламний агент – споживач» є продаж певного товару для учасника – «рекламного агента», а для учасника – «споживача» – уникнути купівлі непотрібного товару. Гра закінчується, коли один із гравців досягає поставленої мети. Потім учасники обмінюються ролями. Ця гра робить процес навчання більш інтенсивним, сприяє закріпленню нових поведінкових навичок, дозволяє опанувати способи оптимальної взаємодії з іншими людьми. За допомогою цієї гри підлітки відпрацьовують на практиці можливі моделі поведінки в безпечному середовищі перед тим, як розпочати їхнє застосування в реальному житті. Також гра актуалізує в підлітків наявні знання про способи маніпуляції за допомогою реклами.

У грі «Випуск новин» учасники розподіляли ролі редактора, кореспондентів, що готують випуск новин, та аудиторії, яка його переглядала й

оцінювала. Більш детально проведення сюжетно-рольових ігор та ігрових вправ у процесі подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ми висвітили у статті, написаній у співавторстві з Н. Заверико «Проблема формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації: соціально-педагогічні аспекти» [112].

Завершальну частину кожного тренінгового заняття було присвячено рефлексії підлітків, у ході якої соціальний педагог пропонував учасникам стати в коло та по черзі визначити власні емоції, отримані під час заняття, й висловити побажання. Це давало можливість отримати зворотний зв'язок, відповіді на запитання, які в ході основної частини були недостатньо висвітлені. Також зворотний зв'язок давав можливість визначити, наскільки учасники групи результативно засвоїли запропонований матеріал та інформацію (теоретичні знання, практичні вміння, навички); визначити, чи справдилися їхні очікування від заняття.

Метою впровадження заходів щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків було вироблення необхідних умінь та навичок; відпрацювання стратегій поведінки щодо подолання маніпулятивного впливу ЗМІ. У ході занять використовувалися міні-лекція «Аналіз програм новин» і заповнення підлітками «Щоденника покупок». Під час міні-лекції соціальний педагог робив акцент на аналізі причин довіри людей до програм новин і легкості маніпулювання свідомістю за їх допомогою. Для формування культури споживання підлітки заповнювали власні «Щоденники покупок». Бланк містив графи «Що я купив» (перелічити), «Чому я це купив» за три періоди: місяць, тиждень, один день. Підлітки вказували мотиви купівлі – тому що це було потрібно або тому, що хотілось цей товар придбати, або я не пам'ятаю чому, що допомагало виявити домінуючий мотив. Для речей, що були придбані тиждень, місяць тому ставилися додаткові запитання (чи є ця річ усе ще бажаною? Якщо б цей товар не придбали – чи був би він необхідним зараз?) [94]. Ведення «Щоденника покупок» допомагало підліткам протидіяти маніпулятивному впливу реклами.

Серед методів індивідуальної роботи соціального педагога з підлітками у впровадженні другої соціально-педагогічної умови нами було обрано бесіди та консультації за бажанням учасників у спеціально відведений час. Використання форм і методів соціально-педагогічної роботи щодо впровадження другої соціально-педагогічної умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Форми і методи роботи соціального педагога з формування критичного ставлення до ЗМІ

Форми і методи роботи	Результат	Критерій
Тренінг «Засоби масової інформації: плюси та мінуси».	Актуалізація знань підлітків щодо впливу ЗМІ на їхню соціалізацію; розширення знань учасників щодо наслідків впливу ЗМІ на поведінку та діяльність підлітків; формування вмінь критичного аналізу інформації мас-медіа; сприяння підвищенню рівня показників подолання негативного впливу ЗМІ за всіма критеріями.	Когнітивний. Мотиваційно-ціннісний. Діяльнісний
Сюжетно-рольові ігри: «Рекламний агент-споживач», «Випуск новин» і ігрові вправи: «Антиреклама», «Ідеальне тіло», «Герої і героїні», «Детективи», «Реклама»	Формування вмінь і навичок планування взаємодії зі ЗМІ та саморегуляція цієї взаємодії; налагодження ефективної комунікації між учасниками ігор; розвиток комунікативних навичок.	Діяльнісний
Міні-лекція «Аналіз програм новин»	Сприяння обізнаності підлітків про аналіз сприйняття людиною програм новин.	Когнітивний

Продовження таблиці 3.2

Форми і методи роботи	Результат	Критерій
Бесіди і консультування	Налаштування підлітків на позитивну взаємодію зі ЗМІ; обговорення причини труднощів щодо розуміння негативного впливу ЗМІ на поведінку та діяльність особистості; допомога у знаходженні оптимальних шляхів їхнього вирішення.	Мотиваційно-ціннісний. Діяльнісний
Самоспостереження та самоаналіз підлітків за допомогою ведення «Щоденник покупок». Бланк містив графи: «Що я купив», «Чому я це купив» за три періоди: місяць, тиждень, день.	Формування в підлітків оцінних і рефлексивних умінь і навичок, усвідомлення ними впливу реклами; отримання зворотного зв'язку від учасників.	Мотиваційно-ціннісний. Діяльнісний

Джерело: складено автором самостійно

Виходячи з цієї таблиці можна стверджувати, що проведені методи соціально-педагогічної роботи з підлітками у ЗЗСО переважно передбачали діяльність щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за показниками діяльнісного та мотиваційно-ціннісного критеріїв.

Змістово-методичне забезпечення третьої соціально-педагогічної умови – актуалізація в системі ціннісних орієнтацій загальнолюдських цінностей і сприяння розвитку комунікативних умінь і навичок –упроваджувалося з 2015 по 2017 роки та передбачало: усвідомлення підлітками структури власних ціннісних орієнтацій та визначення позицій загальнолюдських цінностей; закріплення навичок ефективної комунікації; розвиток комунікативних умінь.

З метою актуалізації в системі ціннісних орієнтацій підлітків загальнолюдських цінностей та для формування якомога більшої кількості ідей щодо вирішення проблеми подолання негативного впливу ЗМІ на

соціалізацію було використано метод «мозкового штурму» («Що в своєму житті я ціную найбільше?»; «Прийоми маніпуляції, що використовуються у рекламі»; «Переваги і недоліки навчання за допомогою мережі Інтернет»). Варто відзначити, що в умовах нашого експерименту однією з переваг названого методу є ефект взаємодії учасників групи, колективного прийняття рішень, включеності та можливості кожного підлітка висловити власну думку.

Дієвою вправою, спрямованою на зміну установок підлітків щодо ЗМІ, стала вправа «Попередження». У результаті її виконання у підлітків ЕГ змінилися не тільки установки щодо ЗМІ – вони переконали самих себе, а ще й знизилася їхня агресивність, на відміну від підлітків КГ.

Варто відзначити непересічне значення спільної діяльності батьків і підлітків у ЗЗСО, яка сприяла налагодженню спілкування, взаємодії та порозуміння між членами сім'ї в питанні взаємодії із мас-медіа. У процесі такої діяльності батьки й підлітки навчалися допомагати та підтримувати один одного, спільно вирішувати складні проблеми, розробляти правила взаємодії зі ЗМІ, які б влаштовували всіх членів родини. Така спільна діяльність сприяла актуалізації загальнолюдських цінностей у батьків і підлітків.

Останнім із запропонованих нами заходів діяльності соціального педагога щодо впровадження третьої соціально-педагогічної умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним і когнітивним критеріями став круглий стіл «Наслідки впливу ЗМІ на поведінку підлітків». Його було організовано в умовах ЗЗСО, де проведено формувальний експеримент, для отримання зворотного зв'язку – батьки мали змогу обмінятися досвідом щодо подолання негативного впливу ЗМІ в їхній родині, розповісти про власні шляхи подолання негативного впливу мас-медіа. Наголосимо, що наявність таких форм роботи (табл. 3.3) забезпечувала двосторонній зв'язок – популяризувала соціалізувальний вплив ЗМІ та сприяла мінімізації негативного впливу мас-медіа.

Переважно проведені форми і методи соціально-педагогічної роботи з підлітками щодо впровадження третьої соціально-педагогічної умови

подолання негативних наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків передбачали діяльність із подолання цього впливу за показником мотиваційно-ціннісного критерію.

Таблиця 3.3

Форми і методи роботи соціального педагога з актуалізації загальнолюдських цінностей і розвитку комунікативних умінь і навичок

Форми і методи роботи	Результат	Критерій
«Мозковий штурм»	Активізація для підлітків загальнолюдських цінностей; знаходження шляхів подолання негативного впливу ЗМІ на поведінку підлітків	Мотиваційно-ціннісний Діяльнісний
Вправа «Попередження»	Зміна установок щодо ЗМІ; зниження проявів агресії.	Мотиваційно-ціннісний
Круглий стіл «Наслідки впливу ЗМІ на поведінку підлітків»	Створення умов для обміну досвідом, отриманим в ході участі у програмі; спонукання до аналізу власних результатів подолання негативного впливу ЗМІ; визначення наявних проблем і труднощів щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію; окреслення напрямів подальшої діяльності щодо подолання негативного впливу ЗМІ на особистість підлітка	Когнітивний Мотиваційно-ціннісний

Джерело: складено автором самостійно

Важливо акцентувати увагу на тому, що з метою подальшого заохочення, закріплення ефекту від проведених заходів та стимулювання підлітків до формування критичного ставлення до ЗМІ нами було використано методи позитивного підкріплення, зокрема, заохочення грамотами переможців конкурсу написання творчих робіт.

Отже, у ході формувального етапу експерименту ми впровадили соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО, реалізація відповідного змістово-методичного

забезпечення яких потребувала використання різних форм і методів соціально-педагогічної роботи.

Ефективність проведених заходів у межах реалізації обґрунтованих соціально-педагогічних умов, спрямованих на підвищення рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним, мотиваційно-ціннісним і діяльнісним критеріями була перевірена в ході зіставлення та узагальнення результатів діагностування підлітків ЕГ і КГ на контрольному етапі експерименту.

Метою контрольного етапу експерименту була перевірка ефективності впроваджених нами соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО та відстеження динаміки рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Відповідно до мети визначено завдання контрольного етапу експерименту: 1) проведення контрольного діагностичного зрізу; 2) табличне і графічне представлення результатів; 3) відстеження динаміки рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за кожним критерієм; 4) виявлення показників, які засвідчили найбільшу динаміку; 5) зіставлення отриманих даних щодо підлітків ЕГ та КГ; 6) оцінка ефективності окремих форм соціально-педагогічної роботи; 7) формулювання висновків щодо гіпотези дослідження.

До методів контрольного етапу експерименту віднесено: анкетування, методика «Незавершені речення», бесіди, спостереження, методи математичної статистики.

Відзначимо, що на початку формувального етапу експерименту та після його проведення робилися контрольні зрізи в ЕГ і КГ з метою виявлення відмінностей у знаннях, вміннях та навичках підлітків та встановлення рівнів подолання негативного впливу ЗМІ.

Реалізація Програми розпочиналася з проведення діагностики підлітків за такими критеріями: когнітивний, мотиваційно-ціннісний та діяльнісний. Початкова діагностика була необхідна для побудови ефективного

формувального процесу. Після проведення змістових заходів розробленої Програми нами було проведено повторну діагностику підлітків ЕГ і КГ і зіставлено отримані результати діагностування на початку й у кінці формувального етапу експерименту.

Аналіз ефективності заходів з упровадження визначених у попередньому розділі соціально-педагогічних умов у межах розробленої нами Програми було здійснено таким чином: побудова часткових та відсоткових розподілів даних за кожним критерієм та відповідними рівнями подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків; опис та узагальнення емпіричних даних; представлення результатів графічно та їх порівняльна характеристика.

Висновки щодо оцінки суттєвості відмінностей результатів ЕГ та КГ після формувального етапу експерименту перевірялися за наступною гіпотезою: розроблені соціально-педагогічні умови є ефективними для подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Відзначимо, що науковці визначають ефективність як характеристику соціального процесу, котра виражає його оцінку з точки зору очікуваного результату. Якщо фактичний результат в основному відповідає очікуваному, то можна говорити про ефективний процес, якщо відповідає повністю – оптимальний, якщо відповідає частково – малоефективний, якщо не відповідає – неефективний процес [76, с. 64]. Для вирішення проблеми ефективності соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків нами були обрані критерії, які передбачали оцінювання змін показників подолання негативного впливу ЗМІ й оцінювання динаміки його рівнів.

За когнітивним критерієм подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ми повторно оцінили в респондентів контрольної та експериментальної груп такі показники: а) обізнаність підлітків щодо особливостей видів ЗМІ (позначено в таблиці 3.4 як «1а»); б) знання про негативні і позитивні наслідки впливу ЗМІ на особистість підлітка (позначено в таблиці 3.4 як «1б»); в) здатність до критичного аналізу інформації ЗМІ (позначено в таблиці 3.4 як «1в»).

Виконаний зріз засвідчив наявність відмінностей у показниках подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ЕГ і КГ за когнітивним критерієм, що представлені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків після формувального етапу експерименту за когнітивним критерієм

Показники когнітивного критерію	ЕГ (n = 126)						КГ (n = 127)					
	Низький рівень		Середній рівень		Високий рівень		Низький рівень		Середній рівень		Високий рівень	
	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %
1а	14	11,1	84	66,6	28	22,3	32	25,2	76	59,8	19	15
1б	9	7,1	86	68,3	31	24,6	46	36,2	74	58,3	7	5,5
1в	13	10,3	71	56,3	42	33,4	25	19,7	69	54,3	33	26
Середній у %	–	9,5	–	63,7	–	26,8	–	27,0	–	57,5	–	15,5

Джерело: складено автором самостійно

Аналіз табличних даних дозволяє стверджувати, що відбулися зміни в показниках подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним критерієм. Після проведення формувального етапу експерименту в ЕГ та діагностування респондентів КГ виявлено такі відмінності: 1) в ЕГ менша кількість підлітків, у яких було діагностовано низькі показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків (середній показник склав лише 9,5%), а в КГ 27,0% підлітків мало низькі показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків; 2) в ЕГ кількість підлітків, у яких було діагностовано середні показники, складає 63,7%, тоді як у КГ – 57,5% підлітків; 3) в ЕГ кількість підлітків, у яких було діагностовано високі показники подолання негативного впливу ЗМІ на їхню соціалізацію, склала 26,8%, а в КГ – їх лише 15,5%. У підлітків ЕГ і КГ спостерігався значний відсоток середніх показників подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним критерієм.

Позитивну динаміку в бік збільшення кількості підлітків за високими показниками та в бік зменшення кількості за низькими показниками подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію продемонстрували учасники ЕГ. Отримані дані за когнітивним критерієм свідчать про ефективність проведених на формувальному етапі експерименту заходів в ЕГ щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Аналіз відповідей респондентів дозволяє стверджувати, що після впровадження соціально-педагогічних умов відбулися зміни в рівнях подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним критерієм. Суттєву динаміку відзначаємо в підлітків ЕГ. Зокрема, найбільш сформованим, як і на констатувальному етапі експерименту, виявився показник «наявність глибоких та міцних знань щодо особливостей видів ЗМІ, їх впливу на особистість».

Слід відзначити, що в КГ не відбулися зміни в бік підвищення рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за когнітивним критерієм.

Різниця відсоткових показників рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків в ЕГ та КГ за когнітивним критерієм відображені на рисунку 3.2.

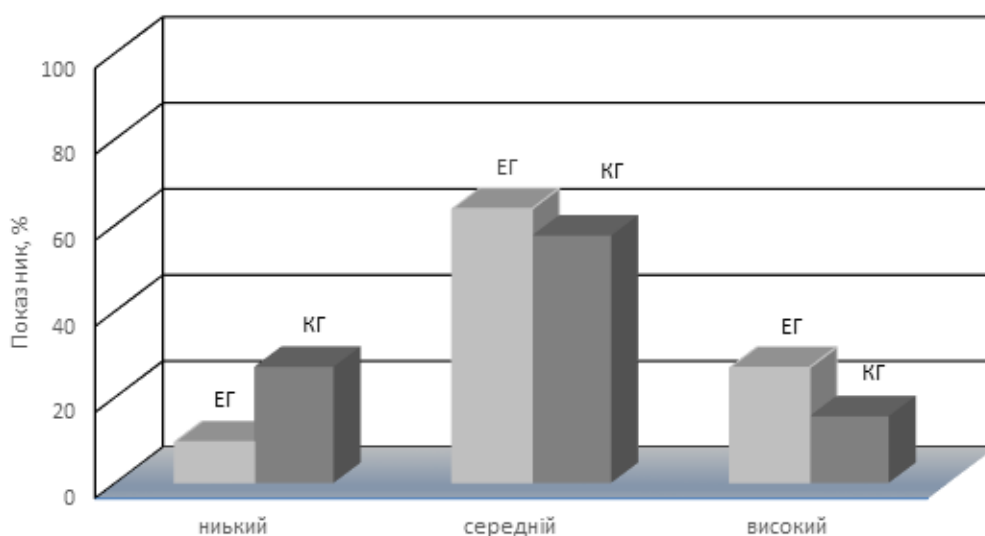


Рис. 3.2. Різниця рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків в ЕГ та КГ за когнітивним критерієм

Джерело: складено автором самостійно

Спостерігаємо, що абсолютна різниця низького рівня подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків в ЕГ та КГ, склала 17,5%, тобто в КГ на 17,5% більше підлітків мають цей рівень. Різниця середнього й високого рівня в ЕГ і КГ респондентів відповідно 6,2% і 11,3%. Отже, у підлітків ЕГ за когнітивним критерієм превалюють показники середнього й високого рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. Також про позитивну динаміку свідчить різниця в кількості підлітків ЕГ із високим і середнім рівнями до та після формульовального етапу експерименту.

Отримані дані дають змогу стверджувати, що впроваджені соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО сприяли збільшенню кількості підлітків на високому рівні та зменшенню – на низькому за показниками когнітивного критерію; позитивну динаміку зафіксовано в підлітків ЕГ.

Показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним критерієм у ЕГ та КГ після проведення формульовального етапу експерименту представлено нами у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

**Показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків
ЕГ та КГ після формульовального експерименту за мотиваційно-ціннісним
критерієм**

Показники мотиваційно- ціннісного критерію	ЕГ (n = 126)						КГ (n = 127 осіб)					
	Низький рівень		Середній рівень		Високий рівень		Низький рівень		Середній рівень		Високий рівень	
	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %
2а	11	8,7	73	58	42	33,3	16	12,6	72	56,7	39	30,7
2б	19	15,1	83	65,9	24	19,0	43	33,9	69	54,3	15	11,8
2в	7	5,5	70	55,6	49	38,9	8	6,3	74	58,3	45	35,4
Середній у %	–	9,8	–	59,8	–	30,4	–	17,6	–	56,4	–	26,0

Джерело: складено автором самостійно

В таблиці 3.5 для мотиваційно-ціннісного критерію подано такі показники: а) структура системи цінностей та ціннісних орієнтацій підлітка (позначено в таблиці 3.5 як «2а»); б) уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її із власною системою цінностей (позначено в таблиці 3.5 як «2б»); в) свідомий вибір джерел інформації та спрямованість використання ЗМІ (позначено в таблиці 3.5 як «2в»).

Отже, порівняльний аналіз показників подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним критерієм після проведення формульовального етапу експерименту серед підлітків ЕГ та КГ дав змогу виявити такі відмінності: 1) в ЕГ кількість підлітків, у яких було діагностовано низькі показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, склала 9,8% респондентів, а в КГ підлітків з цим рівнем – 17,6%; 2) майже однакова кількість підлітків, у яких було діагностовано середні показники: 59,8% – в ЕГ та 56,4% – в КГ; 3) кількість підлітків з високими показниками в ЕГ склала 30,4%, а в КГ визначено 26,0% підлітків, у яких ці показники було діагностовано. Відзначимо, що в кінці формульовального етапу експерименту в респондентів ЕГ переважають середні та високі показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

У КГ підлітків також відбулися незначні зміни в бік підвищення рівня подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним критерієм. Зокрема, в КГ також переважають показники середнього й високого рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. Це пояснюється, на нашу думку тим, що у процесі соціальної взаємодії підлітків відбуваються незначні покращення рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. У підлітків ЕГ соціальна взаємодія цілеспрямована, системна та організована, тому й результати кращі.

Відмінності в рівнях подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним критерієм підлітків ЕГ та КГ після проведення формульовального етапу експерименту наочно відображені на рисунку 3.3.

Установлено, що різниця показників за низьким рівнем подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за мотиваційно-ціннісним критерієм на 7,8% більша в КГ респондентів. Стосовно середнього рівня в ЕГ і КГ підлітків різниця склала лише 3,4% на користь респондентів ЕГ, а показник високого рівня на 4,4% в ЕГ перевищує показник респондентів КГ.

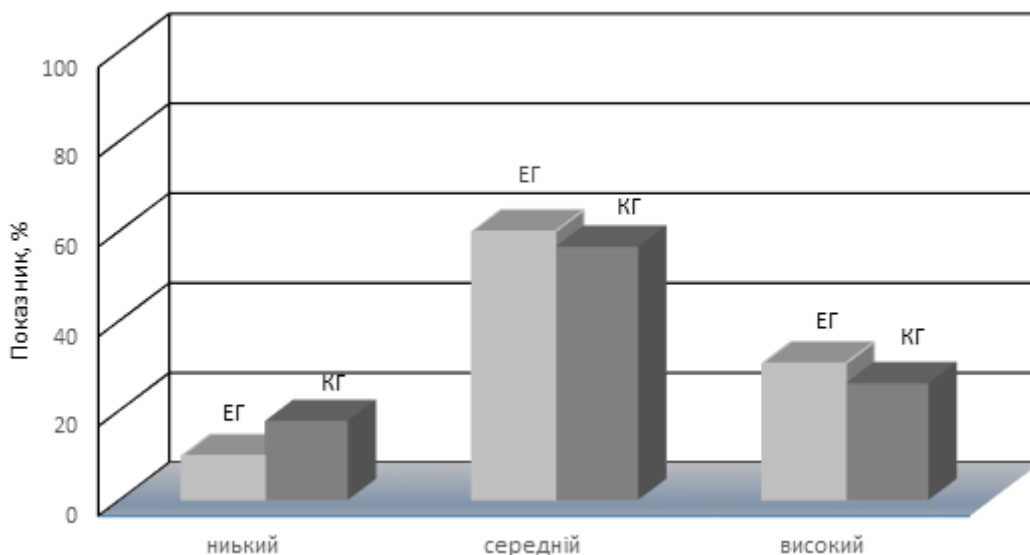


Рис. 3.3. Різниця рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ЕГ та КГ до ЗМІ за мотиваційно-ціннісним критерієм

Джерело: складено автором самостійно

Дані рисунку 3.3 і результати констатувального етапу дають підстави стверджувати, що в показниках рівнів за мотиваційно-ціннісним критерієм спостерігалася позитивна динаміка як для ЕГ, так і для КГ. Хоча динаміка показників високого рівня в КГ виглядає несуттєвою порівняно з ЕГ.

Узагальнимо результати діагностування за мотиваційно-ціннісним критерієм. Важливим досягненням програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків є зміни в уміннях респондентами ЕГ надавати оцінку інформації мас-медіа і співвідносити її із власною системою ціннісних орієнтацій (показник уміння надавати оцінку інформації мас-медіа та співвідносити її із власною системою цінностей «2б»), що вказує на більш критичне і свідоме їхнє ставлення до ЗМІ. Іншою нашою метою було актуалізувати у структурі системи ціннісних орієнтацій підлітків

загальнолюдські цінності, а не змінювати її, зменшуючи значущість матеріальних цінностей. Той факт, що для підлітків після впровадження програми продовжують залишатися важливими не тільки духовні, а й матеріальні цінності, вказує на наявну амбівалентність системи ціннісних орієнтацій підлітків, що є характерним для цієї вікової групи (і це було зазначено нами в першому розділі дисертаційного дослідження).

За діяльнісним критерієм подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків нами було повторно оцінено показники респондентів контрольної та експериментальної груп. Результати представлено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

**Показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків
ЕГ та КГ після формувального експерименту за діяльнісним критерієм**

Показники діяльнісного критерію	ЕГ (n = 126)						КГ (n = 127)					
	Низький рівень		Середній рівень		Високий рівень		Низький рівень		Середній рівень		Високий рівень	
	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %	Кіл-ть	у %
За	9	7,1	71	56,4	46	36,5	32	25,2	77	60,6	18	14,2
Зб	6	4,8	85	67,4	35	27,8	21	16,5	83	65,4	23	18,1
Зв	13	10,3	84	66,7	29	23,0	39	30,7	83	65,4	5	3,9
Середній у %	–	7,4	–	63,5	–	29,1	–	24,1	–	63,8	–	12,1

Джерело: складено автором самостійно

В таблиці 3.6 для діялісного критерію подано такі показники: а) здатність підлітка до планування та саморегуляції взаємодії зі ЗМІ; (позначено в таблиці 3.6 як «За»); б) кількість часу, що витрачається на взаємодію зі ЗМІ; (позначено в таблиці 3.6 як «Зб»); в) залучення підлітка до інших видів просоціальної діяльності (позначено в таблиці 3.6 як «Зв»).

Досліджуючи показники подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за діялісним критерієм, ми виявили такі відмінності

між ЕГ та КГ: 1) кількість підлітків ЕГ, у яких було діагностовано низькі показники, склала лише 7,4%, а в КГ таких підлітків виявилось 24,1%; 2) кількість підлітків ЕГ, у яких було діагностовано високі показники склала, 29,1% на відміну від КГ, де підлітків із такими показниками лише 12,1%; 3) відзначимо майже однакові середні показники в підлітків ЕГ і КГ: 63,5% – у ЕГ і 63,8% – у КГ. Варто відзначити, що ми навмисне не характеризували зміни в середньому рівні, тому що вони залишилися відносно незмінними як для підлітків КГ, так і ЕГ. На нашу думку, пояснити це можна тим, що відсутність динаміки полягає в переході підлітків з низького рівня на середній.

Відмінності в рівнях подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за діяльнісним критерієм підлітків ЕГ та КГ після проведення формувального етапу експерименту наочно відображені на рисунку 3.4.

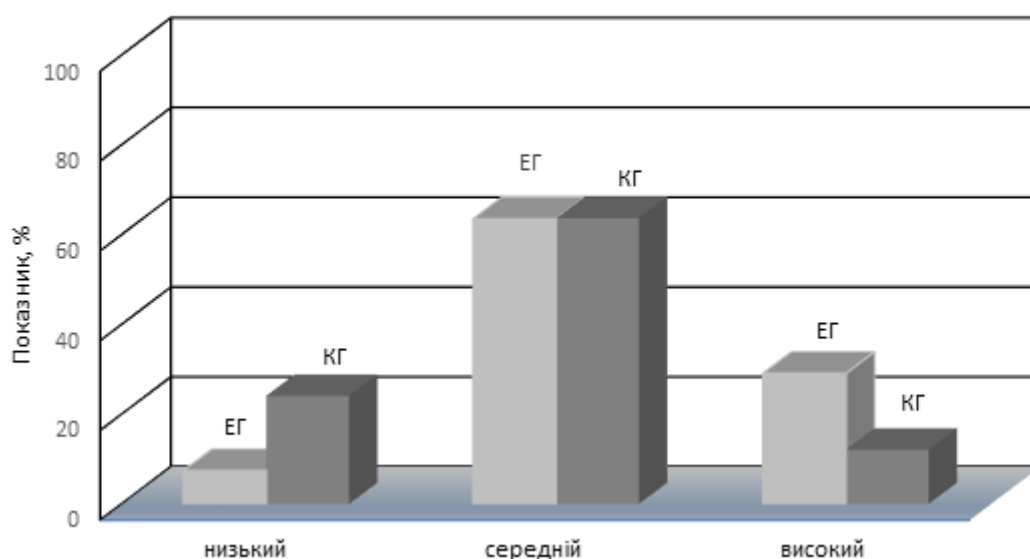


Рис. 3.4. Різниця рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ЕГ та КГ за діяльнісним критерієм

Джерело: складено автором самостійно

Порівняння рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків в ЕГ та КГ за діяльнісним критерієм після завершення формувального етапу експерименту дозволило визначити, що різниця показників за низьким рівнем подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за цим критерієм на 16,7% більша в КГ респондентів. Стосовно середнього рівня в ЕГ і

КГ підлітків різниця склала лише 0,3% на користь респондентів КГ, а показник високого рівня на 17,0% в ЕГ перевищує показник респондентів КГ.

Отже, відбулося збільшення кількості підлітків у ЕГ із сформованими вміннями планувати взаємодію з мас-медіа і здійснювати саморегуляцію цієї діяльності. Підлітки навчилися визначати мету використання мас-медіа, добирати ресурси, що оптимально підходять для реалізації цієї мети; спрямовувати вольові зусилля на самоконтроль тривалості взаємодії із ЗМІ, а також використовувати технічні засоби для цього. Збільшилася кількість підлітків, що залучені до інших видів просоціальної діяльності порівняно із підлітками КГ. Ці результати ЕГ, на нашу думку, є одним із найважливіших показників ефективності використаних форм і методів соціально-педагогічної роботи щодо подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

Відзначимо, що в КГ підлітків також відбулися незначні зміни в бік підвищення рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за діяльнісним критерієм. Зокрема, про це свідчить отримання показника середнього рівня.

Здійснений порівняльний аналіз результатів діагностування респондентів на констатувальному та контрольному етапах експерименту дав можливість дійти таких висновків: зміни показників рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків найкраще демонструють вплив упроваджених соціально-педагогічних умов, що, безсумнівно, є позитивним.

Аналізуючи кожен із розроблених нами критеріїв і показників подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків після закінчення формульовального експерименту, ми відзначили явні відмінності. Ці дані вказують на ефективність використання в ЕГ підлітків програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО.

Після проведення контрольного етапу експерименту та аналізу середніх показників за всіма критеріями на констатувальному та після формульовального етапів, ми узагальнили дані рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків та представили у вигляді таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

**Динаміка середніх показників рівнів подолання негативного впливу ЗМІ
на соціалізацію підлітків (у %)**

Етапи Рівні	ЕГ (n = 126)		Динаміка	КГ (n = 127)		Динаміка
	Констату- вальний етап	Контрольний етап		Констату- вальний етап	Контрольний етап	
Низький	25,1	8,9	- 16,2	27,3	22,9	- 4,4
Середній	60,1	62,3	+ 2,2	57,5	59,2	+ 1,7
Високий	14,8	28,8	+ 14	15,2	17,9	+ 2,7
Разом	100	100	-	100	100	-

Джерело: складено автором самостійно

За даними таблиці 3.7 можемо зробити висновок, що в ЕГ на високому рівні визначена позитивна динаміка показників (+ 14%), на середньому рівні також позитивна – (+ 2,2%), а на низькому визначено зниження показників на 16,2%, що свідчить про зниження низького рівня в підлітків ЕГ. У респондентів КГ також визначено незначну позитивну динаміку щодо високого рівня (+ 2,7%), на середньому рівні встановлена незначна позитивна динаміка (+1,7%), а на низькому рівні встановлено зниження середніх показників на 4,4%. Отримані результати свідчать про позитивний вплив програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО.

Таким чином, на етапі контрольного зрізу аналіз узагальнених даних, отриманих шляхом використання анкетування, тестування, опитування, комплексу діагностичних методик, дозволив стверджувати наявність позитивної динаміки показників рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків в ЕГ за усіма критеріями.

Узагальнюючи результати проведення констатувального і контрольного етапів експерименту, ми користувалися загальною схемою формального критерію підтвердження або спростування гіпотези дослідження [338, с. 222]:

$$\frac{\text{Експериментальна група } X_2^e - X_1^e = A}{\text{Контрольна група } X_2^k - X_1^k = B}$$

де X_1^e – стан системи досліджуваного об’єкта до дії педагогічного стимулу в експериментальній групі; X_2^e – стан тієї ж системи після дії стимулу і відповідних змін, викликаних у ній дією останнього. Символи X_2^k та X_1^k означають вихідний і відповідно кінцевий стан аналогічної системи в контрольній групі.

Формальним критерієм підтвердження або спростування гіпотези є наявність чи відсутність відмінності між станом експериментальної та контрольної груп. Враховуючи випадок зменшення кінцевого результату досліджуваної діяльності, цей формальний критерій подається в такому формулюванні: 1) гіпотеза в експериментальному дослідженні може вважатися підтвердженою, якщо в гіпотезах позитивного характеру ($A > B$) і в гіпотезах негативного характеру ($A < B$); 2) якщо ж $A = B$, то перед нами формальна ознака спростування гіпотези в експерименті.

Оскільки ми виявили відмінності між станом експериментальної й контрольної груп після проведення формувального експерименту ($A > B$), гіпотеза щодо зменшення негативного впливу ЗМІ на соціалізацію за умови впровадження розроблених нами соціально-педагогічних умов може вважатися підтвердженою.

Для оцінки ефективності та успішності впровадженої програми подолання негативного впливу ЗМІ ми додатково використовували метод оцінки ефективності на основі чотирьохрівневої моделі Д. Кіркпатрика [76; 243], у якій автор виокремлює наступні рівні: 1) реакція (наскільки учасникам сподобалося навчання); 2) засвоєння (які знання, навички, принципи та установки були засвоєні учасниками); 3) поведінка (як змінилася поведінка

учасників), 4) ефект (результат) – яким був вплив навчання на зміну групи загалом. Оцінювання засвоєння навчального матеріалу здійснювалося через тестування, умінь – через спостереження. В ідеалі оцінка програми повинна продемонструвати позитивні зміни в діяльності та поведінці підлітків, що є підтвердженням доречності та ефективності її проведення.

Одним із провідних засобів оцінки був «зворотний зв'язок» від підлітків. Їм дуже сподобалася така форма взаємодії в ЗЗСО та НО, як тренінг, вона викликала позитивні емоції. На другому рівні можна визначити засвоєння підлітками знань щодо наслідків впливу ЗМІ, уміння аналізувати інформацію мас-медіа (наприклад, рекламні повідомлення), засвоєння правил безпечної роботи в мережі Інтернет тощо. На рівні поведінки було зафіксовано більш цілеспрямоване використання підлітками ЗМІ, використання ЗМІ із освітньою метою тощо (за даними батьків та на думку самих підлітків).

Окрім зазначених вище змін, впровадження Програми вплинуло на такі сфери особистості підлітків, як: сферу міжособистісних стосунків – забезпечення згуртованості учасників тренінгу, позитивний мікроклімат у групі; сферу пізнавальних можливостей – розвиток ініціативності та творчої активності кожного учасника, підвищення діалогічності та рефлексивності міркування, збільшення можливостей багатостороннього аналізу проблемних ситуацій та осмислення принципів їхнього конструктивного розв'язання.

У ході впровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків ми встановили, що в підлітків підвищилася культура спілкування, виникла спрямованість до вибору мас-медіа, інформація яких не носить протиправного, агресивного, маніпулятивного характеру. Підлітки з низьким проявом комунікативних умінь більш впевнено стали почувати себе в колективі однолітків.

Також змінилося ставлення підлітків до батьків, яким вони чинили опір, з якими конфліктували щодо спрямованості використання мас-медіа та часу взаємодії зі ЗМІ. Таке ставлення змінилося на співробітництво в цьому питанні, прагнення вирішити проблемні ситуації, розробити спільні правила взаємодії зі

ЗМІ, прагнення до порозуміння. Щоб переконатися, що в ході впровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків здійснилися зміни в інформуванні батьків про наслідки негативного впливу ЗМІ на підлітків, ми провели їхнє повторне анкетування.

Відзначено, що в батьків значно змінилися відповіді на друге і п'яте запитання анкети «Вплив засобів масової інформації на дітей та підлітків». Узагальнені результати відповідей батьків підлітків зображено на рис. 3.5 і рис. 3.6.

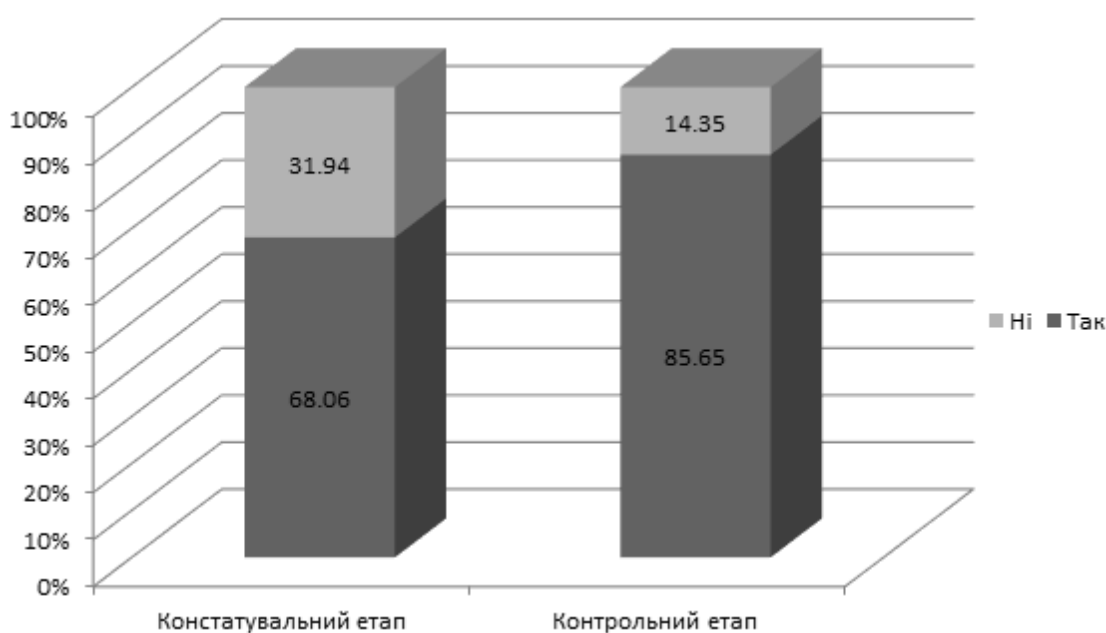


Рис. 3.5 Узагальнення відповідей батьків підлітків на запитання «Як ви вважаєте, чи впливають ЗМІ на вашу дитину?» на констатувальному і контрольному етапах експерименту

Джерело: складено автором самостійно

Відзначимо, що на контрольному етапі експерименту вже 185 батьків (85,65%) визначають вплив ЗМІ на підлітків, тоді як на констатувальному таких батьків було 147 (68,06%). Отже, на 17,59% підвищилося розуміння батьків про наявність впливу ЗМІ на особистість їхніх дітей.

На п'яте запитання анкети «Чи контролюєте ви взаємодію вашої дитини із ЗМІ?» після проведення заходів соціальних педагогів з батьками підлітків «так» відповіли 210 батьків (97,22%), «не завжди» – 4 батьки (1,85%),

«ні» – 2 батьки (0,93%). Панівна більшість батьків зрозуміла, що підлітків необхідно контролювати щодо споживання ними продукції ЗМІ.

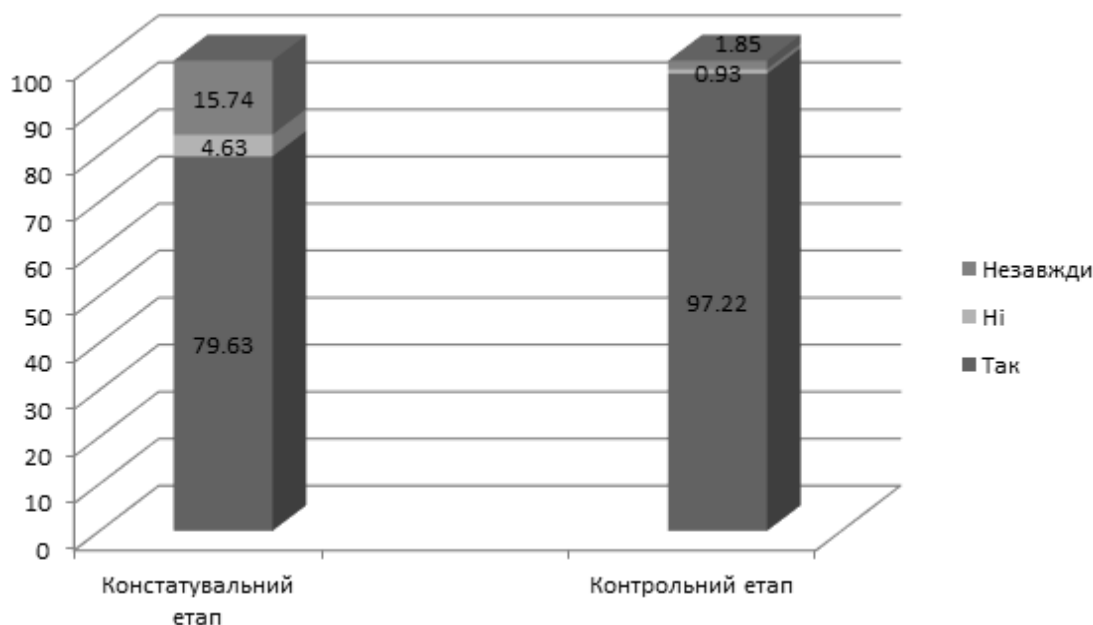


Рис. 3.6. Розподіл відповідей батьків підлітків на запитання «Чи контролюєте ви взаємодію вашої дитини із ЗМІ?» на констатувальному і контрольному етапах експерименту

Джерело: складено автором самостійно

Спостережено, що отримана батьками в ході тематичних лекторіїв, презентацій, консультацій інформація, сприяла підвищенню їхньої педагогічної культури. Отже, налагодження інформування батьків підлітків сприяло підвищенню їхньої обізнаності щодо шляхів подолання негативного впливу ЗМІ на підлітків, особливо щодо необхідності залучення підлітків до інших видів просоціальної діяльності. Знання, які батьки отримували у ЗЗСО від соціальних педагогів, вони застосовували під час спілкування та взаємодії з підлітками в родині.

Отже, результати експериментальної роботи підтвердили ефективність запропонованих соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків і довели результативність програми подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО.

Висновки до розділу 3

У розділі представлено обґрунтування соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО та методи їхнього упровадження, представлено результати формувального і контрольного етапів експерименту, доведено ефективність упровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

З'ясовано, що до соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків варто віднести: 1) інформування підлітків та їхніх батьків щодо негативних наслідків впливу ЗМІ; 2) формування в підлітків критичного ставлення до ЗМІ; 3) актуалізація в системі цінностей підлітків загальнолюдських цінностей і сприяння розвитку комунікативних умінь і навичок.

З метою проведення формувального етапу експерименту нами було розроблено Програму подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО з дотриманням основних положень системного, середовищного, діяльнісного, гуманістичного і особистісно орієнтованих підходів. В її основу покладено зміст, форми та методи роботи соціальних педагогів з батьками й підлітками у ЗЗСО.

Упровадження кожної соціально-педагогічної умови здійснювалось шляхом використання різних форм роботи (індивідуальних, групових, фронтальних) та методів (соціально-просвітницький тренінг, міні-лекції, «мозковий штурм», рольові ігри, групові дискусії, консультації для батьків та підлітків тощо) соціального педагога з підлітками в експериментальній групі та їхніми батьками. Із підлітками контрольної групи та їхніми батьками дані методи та форми не застосовувалися.

Результативність формувального етапу експерименту підтверджена сформованістю в підлітків таких характеристик, як: наявність глибоких та міцних знань щодо наслідків впливу ЗМІ на особистість; покращення умінь та навичок критичного аналізу інформації мас-медіа; уміння розпізнавати

маніпулятивні впливи у ЗМІ та протидіяти їм; актуалізовані загальнолюдські цінності (життя, здоров'я, освіта, дружба, родина, повага до інших людей, чесність, доброта та ін.) у системі цінностей та сформовані уміння співвідносити інформацію мас-медіа із власними цінностями; планування своєї взаємодії зі ЗМІ та здатність до саморегуляції взаємодії зі ЗМІ, свідомий вибір джерел інформації та їхнє використання ЗМІ переважно з освітньою метою та для саморозвитку. Також було встановлено підвищення інформованості батьків підлітків про наслідки впливу ЗМІ та обізнаність щодо шляхів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків.

На контрольному етапі експерименту ми використовували такий самий діагностичний інструментарій, що й на констатувальному. Узагальнення результатів на контрольному етапі експерименту довело ефективність упровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у ЗЗСО, підтвердженням чого є зафіксовані статистично достовірні якісні й кількісні зміни за всіма критеріями – когнітивним, мотиваційно-ціннісним, діяльнісним у бік зменшення кількості підлітків із низьким і середнім рівнями та збільшенням кількості підлітків із високим рівнем подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків експериментальної групи.

Зокрема, в експериментальній групі на високому та середньому рівнях подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків визначена позитивна динаміка показників – +14% і + 2,2% відповідно. На низькому рівні визначено зниження показників на 16,2%. У контрольній групі спостережено незначну динаміку на всіх рівнях подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків за всіма критеріями (підвищення високого рівня – на 2,7%, середнього – на 1,7% і зниження низького – на 4,4%).

Отже, отримані результати експериментальної роботи підтвердили наявність суттєвої відмінності в динаміці рівнів подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків на користь експериментальної групи, що підтверджує ефективність виокремлених соціально-педагогічних умов

подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків у ЗЗСО.

Результати дослідження висвітлено в таких публікаціях автора: [112; 283; 284; 285; 350; 356].

ВИСНОВКИ

У дисертації подано теоретичне узагальнення й практичне розв'язання соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, що відображено у змістово-методичному забезпеченні діяльності соціального педагога у закладах загальної середньої освіти, неурядових організаціях. Результати здійсненого дослідження дають підстави для таких висновків:

1. За результатами теоретичних студій з'ясовано сутність понять: «соціалізація підлітків», «вплив засобів масової інформації на соціалізацію підлітків». Виявлено, що «негативний вплив засобів масової інформації на соціалізацію підлітків» – це поширення мас-медіа деструктивної інформації, яка зумовлює порушення в підлітків зв'язків і стосунків із соціальним оточенням, відхід їхньої індивідуальної та колективної поведінки від загально визнаних суспільних моральних норм і правил, формування таких якостей, що гальмують/руйнують соціалізацію особистості.

Уточнено дефініцію «подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків», що полягає у цілеспрямованій педагогічній діяльності соціального педагога щодо формування в особистості готовності розпізнавати та протидіяти за допомогою різноманітних технік і прийомів руйнівним впливам засобів масової інформації.

Результати теоретичного аналізу засвідчують значний інтерес науковців до проблеми соціалізації підлітків і впливу мас-медіа на формування їхніх особистісних якостей. Однак, проблема соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків не була предметом цілісного наукового пошуку.

2. З'ясовано, що медіа-ресурси (мережа Інтернет, телебачення, радіомовлення, преса, відеопродукція) продукують і поширюють інформацію, що впливає на становлення цінностей і моделей поведінки підлітків. Проаналізовано позитивні та негативні впливи на соціалізацію підлітків засобами мас-медіа в умовах інформаційного суспільства. До позитивних

впливів відносимо: розширення світогляду, формування просоціальної поведінки, зміни емоційного фону, сприяння формуванню комунікативних умінь і навичок, можливості для рекреації. Виокремлено негативні наслідки впливу мас-медіа на соціалізацію підлітків, а саме: формування залежності від певного засобу масової інформації та соціальних стереотипів; прийняття асоціальних моделей поведінки (насильство, жорстокість, споживацтво). З'ясовано, що надмірне захоплення засобами мас-медіа, недотримання правил безпечної роботи в мережі Інтернет призводить до зниження їхньої фізичної активності й соматичних захворювань, віктимізації підлітків; деформації їхніх пізнавальних інтересів, відмежування від реального життя (навчання, розвиток).

3. Виокремлено та схарактеризовано критерії подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків (когнітивний, мотиваційно-ціннісний, діяльнісний). Відповідно до цих критеріїв обґрунтовано показники: обізнаність підлітків із різними видами мас-медіа; знання про негативні й позитивні наслідки впливу засобів масової інформації на особистість; здатність і готовність до критичного аналізу інформації мас-медіа (когнітивний критерій); цінності, що домінують у системі ціннісних та світоглядних орієнтацій підлітків; уміння критично оцінювати інформацію мас-медіа та співвідносити її із власною моделлю соціальної поведінки; мотивований вибір джерел і змісту інформації (мотиваційно-ціннісний критерій); здатність підлітків до планування у використанні засобів масової інформації та саморегуляції в інформаційному просторі; залучення підлітків до різних видів просоціальної діяльності: навчання, саморозвиток, творчість, заняття спортом, спілкування в реальному житті (діяльнісний критерій). Виявлено та уточнено рівні (низький, середній, високий) подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

4. Обґрунтовано соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків і здійснено їх експериментальну перевірку. Результати дослідження засвідчили суттєву

відмінність щодо сприйняття інформації підлітками контрольної та експериментальної груп. Порівняльна характеристика цих результатів підтверджує позитивні зрушення у підлітків експериментальної групи за всіма критеріями: когнітивним, мотиваційно-ціннісним, діяльнісним. Позитивна динаміка простежується на високому та середньому рівнях. Для низького рівня характерними є незначні зміни. У респондентів контрольної групи визначено деяку позитивну динаміку, що пов'язуємо із педагогічними впливами в освітньому середовищі школи загалом, просвітництвом батьків. Отримані результати свідчать про ефективність впроваджених соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

Змістово-методичне забезпечення впровадження соціально-педагогічних умов подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, розглядаємо як комплекс мети, завдань, змісту, форм і методів доцільно організованої діяльності соціального педагога на засадах системного, особистісно орієнтованого підходів.

З'ясовано, що до ефективних форм роботи соціального педагога у закладах загальної середньої освіти і соціального працівника у неурядових організаціях із профілактики та подолання негативного впливу засобів масової інформації відносимо: соціально-просвітницький тренінг, «мозковий штурм», дискусія, рольові ігри, індивідуальні завдання, творчі проекти та інші; методи (формування свідомості, організації та стимулювання діяльності) і форми індивідуальної (бесіди, консультації, «case-study», виконання індивідуальних творчих проектів) та групової соціально-педагогічної роботи з підлітками (соціально-просвітницький тренінг, дискусії, рольові ігри, конкурс з написання творчих робіт) та їхніми батьками (лекторій, круглий стіл), діагностичні процедури.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків. Перспективними напрямками можуть бути: розширення змістового компонента

і розроблення методики формування умінь і навичок критичного аналізу інформації, отриманої за допомогою мас-медіа підлітками та молоддю відповідно до їхніх вікових особливостей і ситуації соціального розвитку; професійна підготовка соціальних педагогів до подолання негативного впливу засобів масової інформації на поведінку та діяльність підлітків; взаємодія закладів освіти та неурядових організацій і сім'ї щодо подолання негативного впливу засобів масової інформації на особистість підлітків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдюкова Н. В. Психологічні особливості соціалізації сучасного підлітка : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Київський національний університет ім. Т. Шевченка. Київ, 2000. 264 с.
2. Авдеева Н. Н., Фоминых Н. А. Психологическое воздействие телерекламы на детей. *Психологическая наука и образование*. 2002. № 4. С. 53–62.
3. Акусок А. Соціалізація особистості як психолого-педагогічна проблема. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2005. № 1. С. 23–25.
4. Алексеева О. Р. Соціалізація підлітків на основі художньо-естетичних традицій етнокультурної спільноти Донбасу : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. Луганськ, 2011. 20 с.
5. Алексеенко Т. Ф. Виклики глобалізації у сучасних соціально-педагогічних тенденціях і проблемах. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2006. Випуск 9. С. 7–18.
6. Алексеенко Т. Ф. Мас-медіа індустрії дозвілля як соціально-культурний феномен. *Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля* : матеріали міжнар. конф., м. Київ, 2004. С. 38–45.
7. Алексеенко Т. Ф. Соціалізація особистості: можливості й ризики. Науково-методичний посібник. Київ: Педагогічна думка, 2007. 152 с.
8. Алексеенко Т. Ф. Сучасне сімейне виховання: концептуалізація ідей теорії та практики: монографія. Київ, Умань : ФОП Жовтий О.О., 2016. 437 с.
9. Алексеенко Т. Ф., Кушнар'ов С. В. Ризикована поведінка : посібник. Вінниця: Фірма Планер, 2013. 172 с.
10. Алексеенко Т. Ф. Зміст соціальних очікувань сучасних старшокласників і соціально-педагогічні проблеми їх регулювання. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. Луганськ, 2011. № 3. С. 78–83.
11. Алексеенко Т. Ф. Мотивація й цінності групування школярів у малі групи. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. Луганськ, 2010. № 2. С. 24–30.

- 12.Алиева М. А., Гришанович Т. В., Лобанова Л. В., Травникова Н. Г. Я сам строю свою жизнь. Тренинг развития жизненных целей. СПб. : Речь, 2007. 216 с.
- 13.Ананьев Б. Г. О проблемах современного человекознания. СПб. : Питер, 2001. 263 с.
- 14.Андреева Г. М. Социальная психология. М. : Изд-во Моск.ун-та, 1980. 415 с.
- 15.Апостолова Г. В. Про наслідки використання електронної техніки для розвитку здібностей дитини. *Практична психологія та соціальна робота*. 2003. № 9–10. С. 1–3.
- 16.Арефьев В. Г. Здоров'я підлітків і рухова активність. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. Серія: Педагогічні науки. 2014. № 118 (3). С. 6–10.
- 17.Афанасьєва В. В. Педагогічна профілактика агресивної поведінки підлітків в умовах загальноосвітньої школи. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2010. № 2. С. 55–62.
- 18.Афанасьєва В. В. Соціально-педагогічна профілактика девіантної поведінки підлітків у діяльності загальноосвітньої школи : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. Луганськ, 2011. 21 с.
- 19.Афонов А. П. Социализация индивида как субъективно-объективный процесс: монография. Донецк: ДонГУЭТ, 2001. 232 с.
- 20.Байярд, Роберт Т. Ваш беспокойный подросток: практическое руководство для отчаявшихся родителей. М.: Семья и Школа, 1995. 224 с.
- 21.Балакірева О., Галустян Ю. Здоров'я та поведінкові орієнтації української молоді: соціальний вимір. К. : Укр.ін-т соц. досліджень, 2005. 256 с.
- 22.Барахтян М. М. Соціальна педагогіка: Навч.-метод.посібник / М.М.Барахтян, О.В.Безпалько, А.Й.Капська та ін. К.: Ін-т змісту і методів навчання, 1998. 220 с.
- 23.Баришполець О. Т., Найдьонова Л. А. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід. К. : Міленіум, 2010. 440 с.

24. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз. Київ: ЦВП, АУП, 2017. 79 с.

25. Башкирова Н. Современный ребенок и его проблемы. Детский сад, школа, телевизор, дом, интернет, улица. СПб. : Наука и Техника, 2007. 240 с.

26. Безпалько О. В. Організація соціально-педагогічної роботи з дітьми та молоддю у територіальній громаді: теоретико-методичні основи: монографія. К. : Наук. світ, 2006. 363 с.

27. Безпалько О. В. Розвиток соціальної активності особистості у дитячому об'єднанні. *Вісник психології і педагогіки*. 2012. Вип. 8. С. 3–16

28. Безпалько О. В., Капська А. Й., Вайнола Р. Х. Актуальні проблеми соціально-педагогічної роботи / заг. редакція А.Й. Капської. К. : ДЦССМ, 2002. 164 с.

29. Бех І. Д. Виховання особистості: У 2 кн. К. : Либідь, 2003. Кн. 2: *Особистісно орієнтований підхід: науково-практичні засади*. 2003. 344 с.

30. Белікова Ю. В. Формування гендерних ідентичностей рекламою : автореф. дис... канд. соціол. наук: 22.00.04. Харків, 2007. 20 с.

31. Білецька І., Гаміна Т. Вплив організованого вільного часу на становлення особистості учня. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2007. № 3. С. 30–33.

32. Бісовецька Л. А. Роль засобів масової комунікації у формуванні особистості учня. *Іноватика у вихованні*. Зб. наук. праць Рівненського державного гуманітарного університету. 2015. Вип. 2. С. 128–133.

33. Блинова О. Є. Поняття «стереотипу» у просторі наукових категорій. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Психологічні науки*. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2014. Вип.1. Том 2. С.7-11.

34. Богданова І. М. Соціальна педагогіка: навч. посібник. К. : Знання, 2008. 343 с.

35. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М. : изд-во МГУ, 1991. 127 с.

- 36.Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте. СПб. : Питер, 2008. 598 с.
- 37.Брайант Дж, Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. 432 с.
- 38.Бугайова Н. М., Цап В. Й. Профілактика Інтернет-залежності обдарованих дітей. *Інноваційні технології навчання обдарованої молоді: матеріали міждисциплінарної науково-практичної конференції (м. Київ, 02-03 грудня 2009 р.)* Київ, 2009, С. 37–41.
- 39.Булах І. С., Алексеєва Ю. А. Розвиток моральної самосвідомості особистості: соціально-психологічний тренінг. К., Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова, 2003. 73 с.
- 40.Бурейчак Т. С. Конструювання гендерних ідентичностей в дискурсах реклами : автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04. Київ, 2007. 20 с.
- 41.Бурім О. В. Взаємодія сім'ї та школи у вирішенні питання мінімізації деструктивного впливу сучасного медіасередовища на особистість. *Науковий Вісник Донбасу*. 2010. № 4. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2010_4_8
- 42.Вайнола Р. Х. Курс лекцій із дисципліни «Технології соціально-педагогічної роботи». К.: КМПУ імені Б.Д. Гринченка, 2008. 159 с.
- 43.Вайнола Р.Х. Классифікаційні підходи до характеристики технологій соціальної та соціально-педагогічної роботи. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/7259/1/Vaynola.pdf>
- 44.Вакуліч Т. М. Психологічні особливості поведінки підлітків у мережі Інтернет. *Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С.Костюка АПН України*. К., 2006. Вип. 2. Т.8. С. 41–47.
- 45.Вакуліч Т. М. Психологічні чинники запобігання Інтернет-залежності підлітків: дис. ... канд.. психол. наук : 19.00.07 / Центральний інститут післядипломної педагогічної освіти АПН України. Київ, 2006. 269 с.
- 46.Варенников Я. Воспитывать культуру критического мышления. *Высшее образование в России*. М., 2001. № 6. С. 140–141.

47.Васкан І., Захожий В., Захожа Н., Мацкевич Н. Науково-методичні основи розвитку рухової активності підлітків у позаурочній діяльності. *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві*. 2016. № 1 (33). С. 40–46.

48.Ваховский Л., Савченко С. О содержательной стороне социализационного процесса в современных условиях. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2005. № 1. С. 4–8.

49.Вачков И. В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники: Учебн. пособие. М. : Изд-во «Ось-89», 2003. 224 с.

50.Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. : Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001. 1440 с.

51.Веретенко Т. Г., Снітко М. А. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі. *Wspolczesne determinanty bezpiecznstwa*. Gliwice : Gliwicka Wyzsza Skola Przedsiębiorczosci, 2011 С. 215–220.

52.Виноградна О. В. Психологічні чинники сприйняття молоддю епізодів насильства в художніх фільмах: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Інститут психології ім. Г.С.Костюка АПН України. Київ, 2007. 231 с.

53.Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Х. : Изд-во Гуманитарный центр, 2007. 288 с.

54.Вілкова О. Ю. Конструктивні та деструктивні функції гендерних стереотипів: : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2005. 232 с.

55.Волківська Д. А. Розвиток лідерського потенціалу студентського активу в університетському середовищі: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ, 2016. 455 с.

56.Волошина Н. В. Формування комунікативної компетентності старшокласників. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. 2002. Том IV, ч. 4. С. 73–76.

57.Выготский Л. С. Вопросы детской психологии. СПб. : Союз, 1997. 224 с.

- 58.Выготский Л. С. Педагогическая психология. М. : Педагогика-Пресс, 1996. 536 с.
- 59.Гейдар Л., Довбах Г. Соціальна реклама та інформування з проблеми ВІЛ/СНІД в Україні: можливості впливу на зміни в поведінкових практиках. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2006. № 2. С. 72–81.
- 60.Гендерна соціалізація сучасної жіночої молоді: монографія / Харченко С. Я. та ін. Луганськ: ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2009. 318 с.
- 61.Гласс Дж., Стэнли Дж. Статистические методы в педагогике и психологии. М.: Прогресс, 1976. 496 с.
- 62.Говорун Т.В. Соціалізація статі та сексуальності: монографія. Тернопіль: Навчальна книга, 2001. 240 с.
- 63.Голованова Н. Ф. Общая педагогика. СПб. : Речь, 2005. 315 с.
- 64.Голубев В. О., Гавловський В. Д., Цимбалюк В. С. Інформаційна безпека: проблеми боротьби зі злочинами у сфері використання комп'ютерних технологій: монографія / за заг. ред. пр. Р. А. Калюжного. Запоріжжя: Просвіта, 2001. 252 с.
- 65.Голубева М., Польська Ю., Приходькіна Н. Гендерні стереотипи очима державних службовців: неоднозначність сприйняття. *Актуальні проблеми психології*. Київ, 2009. Том 7. Випуск 18. С. 77–81.
- 66.Гольдштейн А., Хомик В. Тренінг умінь спілкування: як допомогти проблемним підліткам. Київ: Либідь, 2003. 520 с.
- 67.Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 374 с.
- 68.Гончаренко Т. Підліток: як йому допомогти. К. : Редакції загальнопедагогічних газет, 2004. 120 с.
69. Горальський А. Правила тренінгу творчості: Метод. посібник. Львів: ВНТЛ, 1998. 52 с.
- 70.Горошко Е. Интернет и становление информационного общества в Украине. *Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць Інституту соціології НАН України*. Київ, 2009. Випуск 1(12). С. 407–417.

71.Гребняк М. П., Щудро С. А. Аліментарна профілактика дієтозалежних станів серед учнів загальноосвітніх шкіл. *Україна. Здоров'я нації*. 2007. № 3–4. С. 132–138.

72.Гришак Л. П. Гипноз и телевидение (истоки нашей страсти к телевидению). *Прикладная психология*. 1999. № 1. С. 74–81.

73.Гришаева Н. П. Социально-психологические аспекты влияния телевидения на дошкольников. *Начальная школа: плюс+минус*. 2001. № 8. С. 75–76.

74.Грінченко М. Медіаосвіта в системі підготовки соціальних педагогів. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2016. № 5 (59). С. 425–435.

75.Грошев И. В. Гендерные образы рекламы. *Вопросы психологии*. 2006. № 6. С. 38–49.

76.Гусак П. М. Зимівець Н. В., Петрович В. С. Відповідальне ставлення до здоров'я: теорія та технології: монографія / за ред. П. М. Гусака. Луцьк: ВАТ «Волинька обласна друкарня», 2009. 219 с.

77.Давыдов В. В. Теория развивающего обучения. М. : «Интор», 1996. 542 с.

78.Даниленко Н. Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості. *Соціальна психологія*. 2004. № 4(6). С. 61–80.

79.Джигга Т. В. Методи та технології вплив політичної реклами (на прикладі передвиборчої кампанії): дис. ... канд. політ. наук: 23.00.03. Київ, 2003. 295 с.

80.Днепров А. Г. Защита детей от компьютерных опасностей. СПб. : Питер, 2008. 192 с.

81.Допира А. И. Воздействие экранного насилия на подрастающее поколение. *Практична психологія та соціальна робота*. Київ, 2000. № 1. С. 28–30.

82.Дрозд А., Массорова А. Социальная реклама в Украине. Оценка развития и проблем. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2006. № 2. С. 10–14.

83. Дроздов А. Ю. «Агрессивное» телевидение: социально-психологический анализ феномена. *Социс.* 2001. № 8. С. 62–67.

84. Дубровина О. В. Структурно-содержательные характеристики «я-концепции» личности с виртуальной аддикцией. *Педагогическое образование и наука.* 2009. № 1. С. 86–88.

85. Електронний ресурс Підтримка. Батьківський контроль компанії Microsoft. Режим доступу: <https://www.microsoft.com/uk-ua/search/result.aspx?q=%D0%B1%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9+%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C>.

86. Електронний ресурс «Онляндія-безпечна веб-країна». URL: https://disted.edu.vn.ua/media/bp/html/pct_vista.htm (дата звернення 15.09.2017)

87. Електронний ресурс Інституту Екології масової інформації. URL: <http://institutes.lnu.edu.ua/mediaeco> (дата звернення 15.09.2010)

88. Електронний ресурс Не потони в інформаційному дощі. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. Режим доступу: http://www.aup.com.ua/uploads/Short_version_CMLP_manual_ua.pdf (дата звернення 15.09.2017).

89. Електронний ресурс. Академічний словник української мови. Режим доступу: <http://sum.in.ua/>

90. Електронний ресурс. Доктрина інформаційної безпеки України. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>

91. Електронний ресурс. Закон України «Про основи національної безпеки України» Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/964-15>

92. Електронний ресурс. Конституція України. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

93. Електронний ресурс. Проблеми впливу засобів масової інформації на дітей і підлітків. Рекомендації Американської академії педіатрії. Режим доступу: <https://d-l.com.ua/ua-issue-article-129>. Дата звернення 04.11.2017

94.Електронний ресурс Канадської мережі Медіаосвіти. URL: <http://mediasmarts.ca/> (дата звернення 15.10.2010)

95.Емельянов С. М. Практикум по конфликтологии: Учеб. пособие для студ. вузов. СПб. : Питер, 2004. 400 с.

96.Енциклопедія для фахівців соціальної сфери / за заг. ред. проф. І.Д. Зверєвої. Київ, Сімферополь: Універсум, 2012. 536 с.

97.Ерохина Т. Б. Воздействие рекламы на сознание потребителей: монография. Ростов-на-Дону: РГЭУ, 2001. 115 с.

98.Ефимова Н. А. Отображение в сознании молодежи особенностей содержания стендовой рекламы: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Одесса, 2004. 239 с.

99.Євдокімова О. О. Насильство у мас-медіа та агресивна поведінка підлітків у ракурсі провідних психологічних концепцій. Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvmdups_2012_2_9_21.pdf

100. Євтух М. Б. Сердюк О. П. Соціальна педагогіка: Підручник для студ. вищ. навч. закл. Київ: МАУП, 2002. 229 с.

101. Жабокрицька О. В. Роль соціалізації у розвитку особистості школярів. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. К, 2008. С. 107.

102. Жданова І. А. Вплив новітніх інформаційних технологій на поширення нехімічних залежностей серед підростаючого покоління. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2008. № 4. С. 114–129.

103. Жданович Ю. Змістовне дозвілля підлітків: проблеми й перспективи. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2007. № 3. С. 23–29.

104. Жовтянська В.В. Трансляція смислів у процесі рекламного впливу. *Практична психологія та соціальна робота*. 2004. №5. С. 42–44.

105. Жукова Я. И. Влияние ценностных ориентаций на адекватность восприятия ценностного содержания сообщений массовой коммуникации : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. М., 1993. 24 с.

106. Журавель Т. В. Соціальна профілактика як напрям соціально-педагогічної діяльності. *Соціальна педагогіка : навч. посібник* / за заг. ред. О.В. Безпалько. Київ: Академвидав, 2013. С. 85–101.

107. Журавель Т. В., Лях Т. Л., Нікітіна О. М. Використання інтерактивних методів та мультфільмів у профілактиці ризикованої поведінки : метод. посіб. для спец., які працюють з бездоглядними та безпритульними дітьми та підлітками / за заг. ред. Журавель Т. В. К.: AFEW, 2010. 168 с.

108. Заболотна О. А. Культурно-історичні відмінності американського і українського стилів соціалізації. *Педагогіка і психологія*. 2004. № 2 (43). С. 51–61.

109. Заверико Н. В. Соціально-педагогічна технологія: до питання визначення поняття та її особливостей. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2005. № 1. С. 28–37.

110. Заверико Н. В. Сучасні підходи до профілактики адитивної поведінки підлітків у загальноосвітньому закладі. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2008. № 2. С. 61–67.

111. Заверико Н. В. Теоретичні засади соціально-педагогічної технології роботи з підлітками. *Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. Соціологія. Соціальна робота. Соціальна педагогіка. Управління*. 2004. Серія 11. Випуск 2. С. 81–87.

112. Заверико Н. В., Шугайло Я. В. Проблема формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації: соціально-педагогічні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. № 1 (28). С. 32–40.

113. Заверико Н.В. Соціальна педагогіка. Навчальний посібник. Київ : Видавничий дім «Слово», 2011. 240 с.

114. Здоров'я моя цінність: Методичні матеріали до тренінгу / автор-упоряд.: О. М. Петрик; заг. ред. І. Д. Зверєвої. Київ : Наук. світ, 2005. 53 с.
115. Зимбардо Ф. Ляйппе М. Социальное влияние. СПб. : Питер, 2001. 448 с.
116. Ильин Е. П. Эмоции и чувства. СПб. : Питер, 2002. 752 с.
117. Іванюк Г. І. Теоретико-педагогічні дослідження діяльності сільської школи в Україні (II пол. XX століття). URL: [https://library/udpu/edu/ua/library_files/psuh_pedagog_probl_silsk_shkolu/25/visnuk_30/pdf](https://library.udpu.edu.ua/library_files/psuh_pedagog_probl_silsk_shkolu/25/visnuk_30/pdf).
118. Інтернет: конспект лекцій / укл. Д. В. Режко. Чернівці: Рута, 2000. 76 с.
119. Кавалеров А. А. Ціннісні орієнтації особистості у духовній культурі: дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03. Одеса, 1996. 192 с.
120. Казаков Ю. М. Функції медіаосвіти в професійній підготовці майбутнього вчителя. *Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка*. 2006. № 6 (101). С. 272–278.
121. Камінська О. В. Вплив Інтернет-залежності на формування ціннісних орієнтацій молоді. *Нова педагогічна думка*. 2014. № 1. С. 178–182.
122. Камінська О. В. Психологічні основи Інтернет-залежності молоді: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.07. Одеса, 2016. 822 с.
123. Каплій О. В. Класифікація засобів масової інформації: конституційно-правові питання. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 50. С. 35–46.
124. Карабин Т. В. Вплив особливостей спілкування в мережі «Internet» на процес соціалізації студентської молоді: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Івано-Франківськ, 2005. 261 с.
125. Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція свідомістю. Навчальний посібник. Київ: Оріяни, 2006. 528 с.
126. Кацала А. Є. Критичне мислення: сутність та підходи до формування. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2007. № 2. С. 57–61.

127. Києнко-Романюк Л. А. Зарубіжна і національна практика розвитку критичного мислення в учнів і студентів. *Вища освіта України*. 2004. № 4. С. 109–113.

128. Кириленко С. В. Соціально-педагогічні умови формування культури здоров'я старшокласників: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Київ, 2004. 225 с.

129. Кін Е., Георгеску М. Закладинки. Посібник з протидії мові ненависті онлайн через освіту з прав людини. Режим доступу: https://www.nohatespeechmovement.org/public/download/Bookmarks_UA.pdf.

130. Коваленко А., Денісова Д. Страх як засіб маніпулювання свідомістю в засобах масової інформації. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/39530/05-Kovalenko.pdf?sequence=1>

131. Коваль Л. Г., Зверєва І. Д., Хлебик С. Р. Соціальна педагогіка: Навч. посібник. К.: ІЗМН, 1997. 392 с.

132. Коваль Т. В. Філософське осмислення ролі інформації в сучасному суспільстві. *Вісник Житомирського державного університету. Філософські науки*. Житомир, 2008. Випуск 43. С. 19–22.

133. Коленіченко Т. І. Методологія дослідження адаптації особистості в нових умовах життєдіяльності. *Соціальна безпека і гуманітарний захист в Україні на початку XXI століття : проблеми теорії і практики* : тези доповідей міжнар. наук.-практ. конф. Чернігів, 2009. С. 55–57.

134. Коломієць О. Г. Вплив мас-медіа на особистість як одна з причин розвитку агресії особистості. Гілея: Науковий Вісник. 2015. Вип. 94. С. 252–256.

135. Колотій Н. М. Психологічне здоров'я підлітків та його оцінка в умовах загальноосвітнього навчального закладу : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Харків, 2003. 20 с.

136. Комплексна Програма корекційно-реабілітаційної роботи з дівчатами (14-18 років) та жінками, які пережили насильство або належать до групи

ризикі : інформаційно-методичні матеріали / Бондаровська В.М. та ін. К.: ТОВ «Видавничий дім «Калита», 2014. 527 с.

137. Кон И.С. Психология ранней юности. Книга для учителя. М. : Просвещение 1989. 256 с.

138. Коношенко С. В. Теоретико-методичні основи реабілітаційної роботи з соціально дезадаптованими підлітками в умовах індустріального регіону : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.05. Луганськ, 2010. 44 с.

139. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні
<https://docs.google.com/document/d/1yGE7RixMA24rUjtuEty1g6iiVIYO4XuZBxxvLAF1uAE/edit>

140. Кордобовский О. С. Телемания и ее социально-психологические корни. *Человек*. 2001. № 4. С. 99–113.

141. Король Л. М., Максимець С. М. Психологічні чинники впливу ЗМІ на формування особистості сучасної молоді. *Наука і освіта*. 2014. № 5. С. 157–162.

142. Котова-Олійник С. В. Візуальні репрезентації гендеру в культурі: теоретичні та методологічні підходи до вивчення проблеми. *Вісник Житомирського державного університету. Філософські науки*. Житомир, 2009. Випуск 47. С. 27–32.

143. Котух Н. В. Комунікативна компетенція як складова професіоналізму вчителя й парадокси спілкування. *Проблеми функціональної граматики, фонетики, лінгводидактики: зб.статей / за заг. ред. М. І. Степаненка*. Полтава, 2002. С. 125–137.

144. Крайг Г. Психология развития / пер.с англ. Н. Мальгина. СПб. : Питер, 2003. 988 с.

145. Краснова Н. П. Комунікативна толерантність у професійній діяльності соціального педагога загальноосвітньої школи. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2009. № 1. С. 71–77.

146. Крат Д. А. Вплив засобів масової інформації на розвиток особистості у підлітковому віці. *Науковий часопис національного педагогічного*

університету ім. М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки. 2016. Вип. 4 (49). С. 241–247.

147. Кратінов М. С., Ларіонова Н. Б. Психолого-педагогічні особливості й можливості реклами як засобу соціально-педагогічного впливу. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2006. № 2. С. 4–10.

148. Кроуфорд А., Саул В., Метьюз С. Технології розвитку критичного мислення учнів. Київ: Вид-во «Плеяди», 2006. 220 с.

149. Кудашкіна О. З. Роль та функції соціального етапу програми кіберсоціалізації студентів. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2013. Вип. 14. С. 99–103.

150. Куланина И.Ю., Колюцкий В.Н. Возрастная психология: Полный жизненный цикл развития человека. М. : ТЦ Сфера, 2003. 464 с.

151. Куниця Т.Ю.. Труднощі соціальної взаємодії сучасних підлітків. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. К, 2016. Випуск 20. Книга 1. С.263–273.

152. Кутейников А. Н. Математические методы в психологии. Учебное пособие. СПб. : Речь, 2008. 172 с.

153. Кушнар'ов С. Причини та умови розвитку злочинності неповнолітніх. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2008. № 1. С. 47–53.

154. Кыверялг А. А. Методы исследования в профессиональной педагогике. Таллин: Валгус, 1980. 334 с.

155. Лавриченко Н. М. Педагогіка соціалізації: європейські абриси. К.: ВІРА ІНСАЙТ, 2000. 444 с.

156. Лавриченко Н. М. Педагогічні основи соціалізації учнівської молоді в країнах Західної Європи : автореф. дис... д-ра пед. наук: 13.00.01. Київ, 2006. 39 с.

157. Левченко К. Б. Насильство в українському медіа-просторі. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2007. № 3. С. 180–185.

158. Лемиш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. М.: Поколение, 2007. 304 с.

159. Леонгард К. Акцентуированные личности. Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. 544 с.
160. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Смысл; Издательский центр «Академия», 2004. 346 с.
161. Леонтьев Д. А. Методика изучения ценностных ориентаций. М. : Смысл, 1992. 17 с.
162. Лещук Г. Вплив засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків. *Молодь і ринок*. 2014. № 3. С. 76–81.
163. Лисица Н. М. Реклама как социальный институт: дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.03. Університет внутрішніх справ. Харків, 1999. 368 с.
164. Литвак Р. А. Социализация ребенка в деятельности детских общественных объединений. Челябинск: ЧГПУ, 2000. 168 с.
165. Лісовський П. М. Феномен маніпуляції свідомістю: сутність, структура, механізм у сучасному суспільстві (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. Київ, 2009. 17 с.
166. Лобанова А. С., Калашнікова Л. В.. «Групи смерті», що формуються в Інтернет-просторі для підлітків: небезпека в умовах гібридної війни *Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. Соціологічні науки*. Луганськ, 2017, № 5 (310). С. 163–174.
167. Лубенець Ірина. Кібернасильство (кібербулінг) серед учнів загальноосвітніх навчальних закладів. *Національний юридический журнал: теория и практика*. 2016. № 3. С. 178–182.
168. Лукашевич М. П. Соціалізація. Виховні механізми і технології: Навчально-метод. посібник. К.: ІЗМН, 1998. 112 с.
169. Лукашевич М., Даниленко Н. Глобалізаційний аспект впливу засобів масової комунікації на процес політичної соціалізації. *Вища освіта України*. К., 2004. № 2. С. 30–36.
170. Лукашевич Н. П. Социология воспитания: Краткий курс лекций. К. : МАУП, 1996. 180 с.

171. Лукомська О. С. Вплив засобів масової інформації на формування статево рольової поведінки підлітків з нормальним і зниженим інтелектом. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2008. № 4. С. 140–149.

172. Майерс Д. Социальная психология. СПб. : Питер Ком, 1999. 688 с.

173. Максименко С., Главник О., Бевз Г. Технологія тренінгу. К. : Главник, 2005. 112 с.

174. Максимова Н. Ю. Психологическая профилактика алкоголизма и наркомании несовершеннолетних: Учеб. пособие для студ. вузов. Ростов н/Дону: Феникс, 2000. 384 с.

175. Максимовська Н. О. Зміст підготовки майбутніх соціальних педагогів до здійснення соціально-педагогічної діяльності в сфері дозвілля. *Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка*. 2012. № 5, ч. 2. С. 135–142.

176. Максимовська Н. О., Дикун Н. В. Соціально-педагогічна профілактика комп'ютерної залежності серед підлітків. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2009. № 2. С. 56–65.

177. Малиношевський Р. В. Ризикована поведінка старшокласників у сфері Інтернет-спілкування: соціально-педагогічний зріз. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. К, 2016. Випуск 20. Книга 1. С. 295.

178. Малков Д. Ю. Соціалізація підлітків у клубних об'єднаннях за місцем проживання. Дис...канд. пед. наук: 13.00.05. Київ, 2005. 216 с.

179. Мардахаев Л. В. Социализация человека как социально-педагогический процесс. *Педагогическое образование и наука*. 2009. № 4. С. 20–25.

180. Мардахаев Л. В. Социальная педагогика. М. : Гардарики, 2005. 269 с.

181. Маркова Н. Вплив засобів масової комунікації на діяльність соціального педагога з формування гендерної культури старшокласників. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2007. № 3. С. 67–73.

182. Маркова Н. В. Соціальна реклама як допоміжний засіб у формуванні гендерної культури особистості. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2006. № 2. С. 66–71.
183. Масол Л. Телебачення в естетичному вихованні сучасних школярів. *Шлях освіти*. 2003. № 4. С. 28–33.
184. Медведовська Н. В., Пономаренко С. Д., Кульчицька Т. К. Стан здоров'я підлітків та особливості їхнього способу життя. *Україна. Здоров'я нації*. 2007. № 3–4. С. 27–30.
185. Медиа. Введение. Учебник для студентов ВУЗов / под. ред. А. Бриггза, П. Кобли. М. : Юнити-ДАНА, 2005. 550 с.
186. Медіа-іміджі ВІЛ/СНІДу в Україні / Семигіна Т. та ін. К.: Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2005. 124 с.
187. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за ред. В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
188. Мироненко Г. В. Вплив масової комунікації на часові уявлення підлітків : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Київ, 2007. 182 с.
189. Мокряк М. Вплив засобів масової інформації на детермінацію злочинності. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 11. С. 195–198.
190. Молодь і дозвілля: теорія, методика і практика роботи з підлітками та молоддю за місцем проживання / Безпалько О. В. та ін. Київ: А.Л.Д., 1996. 208 с.
191. Москаленко В. В. Социализация личности (философский аспект): монографія. К. : Фенікс, 2013. 540 с.
192. Мосс М. Общества. Обмен. Личность. М. : Восточная литература, 1996. 360 с.
193. Мудрик А. В. Социализация и «смутное время». М. : Знание, 1991. 80 с.
194. Мудрик А. В. Социальная педагогика: Учебник для студ. пед. вузов / под ред. В. А. Слостенина. М. : Академия, 1999. 184 с.
195. Мудрик А. В. Социализация человека. М. : Академия, 2006. 304 с.

196. Муравицький В.О. Інформаційна культура особистості як нова антропологічна риса в сучасному глобалізованому світі. *Вісник Житомирського державного університету. Філософські науки*. 2009. Вип. 47. С. 42–46.
197. Муромець В. Г. Сутнісна характеристика комунікативного взаєморозуміння підлітків у міжособистісному спілкуванні. *Вісник ЛНУ ім.Т.Шевченка. Педагогічні науки*. 2009. № 5 (168). С. 14–20.
198. Мустаева Ф. А. Социальная педагогика: Учебник для студ. высших пед. учебн. заведений. М. : Академический проект, 2003. 528 с.
199. Мухина В. С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество. М. : Академия, 2002. 456 с
200. Назаретян А. П. Насилие в СМИ: сегодня и завтра. *Вопросы психологии*. 2009. №5. С. 114–126.
201. Найдьонова Л. А. Медіа-психологія як нова галузь соціально-психологічного знання: проблеми і перспективи. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2009. Вип. 23 (26). С. 218–230.
202. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. Учебное пособие. СПб . : Речь, 2007. 392 с.
203. Небезпечні квести для дітей: профілактика залучення / Методичні рекомендації. К.: ТОВ «Агенство Україна», 2017. 76 с.
204. Нехаева Н. А. Влияние масс-медиа на самоидентификацию личности: образовательный аспект. *Философия образования*. 2009. № 1. С. 146–151.
205. Нечитайло В. В. Пропедевтика впливу віктимогенних факторів на соціалізацію підлітків як психолого-педагогічна проблема. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2009. № 1. С. 53–57.
206. Обухова Л. Ф. Детская возрастная психология: Учеб. пособие для студ. вузов. М. : Педагогическое общество России, 2000. 444 с.
207. Окушко Т. К. Формування соціальної ініціативності підлітків у дитячому громадському об'єднанні. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді. 2013. № 17 (2). С. 44–52.

208. Олексієнко Р. В. Деструктивний вплив засобів масової інформації як загроза духовній безпеці сучасної особистості. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2017. № 2 (77). С. 199–204.

209. Олійник Т. О. Педагогічні технології розвитку критичного мислення школярів. *Збірник наукових праць СДПУ ім. А.С.Макаренка Педагогічні науки*. Суми, 2000. С. 416–425.

210. Онкович Г. В. Медіаосвіта: експериментальна програма базового навчального курсу сдля студентів вищих навчальних закладів. К. : Логос, 2010. 40 с.

211. Орбан-Лембрик Л. Вплив кризових і стабільних періодів життя людини на процес її соціалізації у суспільстві. *Психологія і суспільство*. 2003. № 2. С. 55–65.

212. Основы теории коммуникации / Василик М. А. та ін. М. : Гардарики, 2003. 615 с.

213. Пальчевський С. С. Соціальна педагогіка: Навч.посібник. Київ: Кондор, 2005. 560 с.

214. Панагушина О. Є. Соціалізація підлітків у діяльності молодіжних організацій : автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.05. Луганськ, 2008. 20 с.

215. Папуча М.В., Кричковська Т.Д. Особистість: розвиток, соціалізація, виховання. Ніжин: редакційно-видавничий відділ НДПУ ім. М. Гоголя, 2001. 147 с.

216. Парсонс Т. Система современных обществ / пер.с англ. Л. А. Седова, А. Д. Ковалева. М. : Аспект Пресс, 1998. 270 с.

217. Парыгин Б.Д. Социальная психология: Проблемы методологии, истории и теории. СПб. : Санкт-Петербургский гуманитар. ун-т профсоюзов, 1999. 592 с.

218. Пацлаф Р. Застывший взгляд. М. : Изд-во Evidentis, 2003. 224 с.

219. Петрочко Ж. В. Дитина в складних життєвих обставинах: соціально-педагогічне забезпечення прав : монографія. Рівне: видавець О. Зень, 2010. 368 с.

220. Петрунько О.В. Актуальні проблеми сексуального виховання підлітків. К. : ДЦССМ, 2004. 80 с.

221. Петрунько О.В. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі. Полтава: ТОВ НВП «Укрпромторгсервіс», 2010. 480 с.

222. Петрунько О.В.. Соціалізація в умовах медіасередовища: актуальність проблеми. Режим доступу: <http://ap.uu.edu.ua/article/260>

223. Підліток у великому місті: фактори та механізми соціалізації / колективна монографія. Харків, 2000. 207 с.

224. Подмазін С. І. Особистісно орієнтована освіта (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис...д-ра філософ. наук. Дніпропетровськ, 2006. 30 с.

225. Подолян Я.В. Політична соціалізація молоді в умовах трансформації українського суспільства : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02. Київ, 2008. 20 с.

226. Показники та соціальний контекст формування здоров'я підлітків : монографія / О.М. Балакірева та ін. К.: ЮНІСЕФ; Укр. ін-т соц. дослідж. ім. О. Яременка, 2014. 156 с.

227. Полат Е.С. Бухаркина М.Ю. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования. Учеб.пособие для студ. пед. вузов. М. : Изд.центр Академия, 2008. 368 с.

228. Попова Д.А. Формування загальнолюдських цінностей у старшокласників засобами масової інформації в сучасних умовах: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Рівне, 2002. 217 с.

229. Посохова В.В. Соціально-психологічні особливості формування життєвих планів Інтернет-залежної молоді: дис... канд. психол. наук: 19.00.07. Київ, 2006. 155 с.

230. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.

231. Почепцов Г.Г. Как ведутся тайные войны. Психологические операции в современном мире. Ровно: Волинські обереги, 1999. 304 с.

232. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. Дата оновлення 01.05.2015. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2939-17> (дата звернення: 01.02.2016).

233. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 р. № 2782-XII . Дата оновлення 15.06.2017. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2782-12> (дата звернення: 11.09.2017).

234. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. Дата оновлення 01.01.2017. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення 11.01.2013).

235. Про молодіжні та дитячі громадські організації: Закон України від 01.01.2016 № 281-14. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/281-14> (дата звернення: 11.03.2016).

236. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>

237. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

238. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. Дата оновлення: 06.01.2018. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 01.02.2018).

239. Про соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю: Закон України від 21.06.2001 р. № 2558-III. Дата оновлення: 20.01.2018. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2558-14> (дата звернення: 01.02.2018).

240. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 р. № 3759-XII. Дата оновлення: 11.02.2018. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3759-12> (дата звернення: 12.02.2017).

241. Програма «Вчимося бути здоровими»: впровадження силами рівних. *Потенціал волонтерства та лідерства у здійсненні профілактики ВІЛ та ризикованої поведінки на базі професійно-технічних навчальних закладів* : навч.-метод. посіб. / за ред. Т. В. Журавель, Т. Л. Лях. К, 2014. 224 с.

242. Просандеєва Л.Є. Подолання депривації підлітків у процесі культурно-дозвілєвої діяльності: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Київ, 2001. 192 с.

243. Профессиональная кухня тренера (из опыта неформального образования в третьем секторе) / отв. ред. Е.Карпиевич, В. Величко. СПб. : «Невский простор», 2003. 256 с.

244. Профілактика психологічного насильства і маніпулювання свідомістю та розвиток критичного мислення в молодіжному середовищі: Матеріали науково-практичної конференції / гол. ред. М. М. Слюсаревський. К. : Український центр політичного менеджменту, 2005. 319 с.

245. Реан А. А. Психология личности. СПб. : Питер, 2013. 288 с.

246. Рижанова А. О. Засоби масової інформації та актуальні соціально-педагогічні проблеми сучасності. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загально-освітній школах*. Запоріжжя, 2013. Вип. 33. С. 353–357.

247. Рижанова А. О. Соціокультурні технології та соціально-педагогічна діяльність в умовах інформаційного суспільства. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2017. №5. С. 166–175.

248. Рижанова А.О. Медіаосвіта як складова вищої освіти для інноваційного розвитку України. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2017 . №8 (313). С. 215–223

249. Ринда Ф.Ф. Актуальні проблеми формування здорового способу життя в Україні. *Україна. Здоров'я нації*. 2007. № 1. С. 130–136.

250. Рогальська І. П. Теоретико-методичні засади соціалізації особистості у дошкільному дитинстві. Автореф. дис...д-ра пед. наук: 13.00.05. Луганськ, 2009. 43 с.

251. Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога: Учеб.пособие: В 2 кн. М.: Гуманит.изд.центр ВЛАДОС, 1998. Кн.1: Система работы психолога с детьми разного возраста. 384 с.

252. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді / упор. О.Яременко. К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2000. 111 с.

253. Романенко Ю.В. Смыслопродукция в массовой видеопроизводстве. К. : Знання України, 2004. 224 с.

254. Романовський О.Г., Пономарьов О.С., Юхно О.О. Соціалізація особистості: Навч.-метод. посібник. Харків: НТУ "ХП", 2002. 52 с.

255. Румянцев В.А. К вопросу о ценностях и ценностных ориентациях молодежи. *Социальные технологии, исследования*. 2009. №3. С. 31–41.

256. Савченко С.В. Соціальна педагогіка: теорія і технології. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 316 с.

257. Савчин М.В., Василенко Л.П. Вікова психологія. К. : Академвидав, 2005. 360 с.

258. Саглам Ф.А. Интернет-аддикция подростков как форма проявления отклоняющегося поведения. *Педагогическое образование и наука*. 2009. № 5. С. 88–90.

259. Саглам Ф.А. Исследование проблемы интернет-аддикции в подростковом возрасте. *Педагогическое образование и наука*. 2008. № 4. С. 55–58.

260. Сахневич І.А. Педагогічні умови застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців нафтогазового профілю : дис. ... канд. пед. наук. К., 2011. 292 с.

261. Сватенков О. В. Дослідження впливу засобів масової комунікації на формування проміжних форм адиктивної поведінки жіночої студентської молоді. *Наукові записки. Психолого-педагогічні науки*. 2013. № 5. С. 68–71.

262. Сватенков О. В. Дослідження особливостей дозвілля студентської молоді. *Освітологічний дискурс*. Київ, 2014. № 2. С. 185–195.

263. Сватенков О. В. Система організаційних форм роботи з дітьми в умовах закладу оздоровлення і відпочинку. *Наука і освіта*. Одеса, 2016. № 10. С. 87–92.

264. Сватенков О. В. Педагогічні умови захисту права дитини на сім'ю засобами соціальної реклами. Дис. на здобуття наукового ступеня канд. педагогічних наук. 13.00.05. Київ, 2010. 245 с.

265. Светлакова Н. Б. Реклама, которая вас убивает. М. : Вече, 2007. 176 с.

266. Сексуальна експлуатація дітей в Україні: стан та заходи з протидії / Н. П. Бочкор, Л. Г. Ковальчук, І. Є. Конченкова. Харків: Права людини, 2014. 64 с.

267. Семчук С. Вплив реклами на становлення особистості дитини в дошкільному віці. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. 2008. № 1. С. 18–22.

268. Семчук С. І. Особливості впливу засобів масової інформації на соціалізацію дітей дошкільного віку : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. Одеса, 2010. 21 с.

269. Сергеева К. М. Профілактика агресивної поведінки підлітків у центрах соціально-психологічної реабілітації : автореф. дис... канд. політ. наук: 13.00.05. Київ, 2016. 20 с.

270. Сергеева Н. В. Соціально-педагогічні умови профілактики комп'ютерної адикції підлітків. Дис... канд. пед. наук. 13.00.05. К, 2010. 208 с.

271. Серегина Д.А. Медиаобразование в практике работы учителя начальной школы. *Педагогическое образование и наука*. 2008. № 9. С. 67–69.

272. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. СПб: Речь, 2004. 350 с.

273. Сівак Н. Розвиток поняття соціалізація у педагогічних працях педагогів періоду ХІХ – ХХ ст. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. К, 2014. Вип. 1-2. С. 95–99.

274. Сівак Н.А. Соціально-педагогічні умови соціалізації студентської молоді у вищих педагогічних навчальних закладах: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. Хмельницький , 2012. 327 с.

275. Скокова Л. Участь у мережево-цифровій культурі в Україні: порівняльна динаміка *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2017. № 1. С. 145–163.

276. Словарь психолога-практика / сост. С.Ю.Головин. Мн. : Харвест, М. : АСТ, 2001. 976 с.

277. Словник-довідник для соціальних педагогів та соціальних працівників / за заг.ред. А.Й.Капської, І.М.Пінчук, С.В.Толстоухової. К. : УДЦССМ, 2000. 260 с.

278. Словник-довідник з професійної педагогіки / авт.-упоряд. А. В. Семенова. Одеса : Пальміра, 2006. 272 с.

279. Смелзер Н. Социология. М. : Феникс, 1994. 688 с.

280. Смоляна Я.В. Вплив засобів масової інформації на гендерну соціалізацію підлітків. *Теорія і практика гендерного виховання студентської молоді: досвід, проблеми, перспективи*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Запоріжжя, 11 -12 листопада 2004 р.). Запоріжжя, 2004. С. 124–126.

281. Смоляна Я.В. Вплив засобів масової інформації на культуру студентів. *Збірник матеріалів наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених*: Зб.матеріалів наук.конф., 13-16 квітня 2004р.: тези доп. Запоріжжя, 2004. С. 233–240.

282. Смоляна Я.В. Можливості використання засобів масової інформації для формування освітньої компетентності. *Розвиток життєвої компетентності учнів у загальноосвітньому навчальному закладі*: Матеріали Всеукр. наук.-пошукової конф. (Запоріжжя, 7-8 жовтня 2004 р.). Київ-Запоріжжя, 2005. С. 263–266.

283. Смоляна Я.В. Негативний вплив засобів масової комунікації на особистість і медіа-педагогіка як засіб його мінімізації. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2004. № 1. С. 49–57.

284. Смоляна Я.В. Просвітницький тренінг як метод формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2005. № 2. С. 12–17.

285. Смоляна Я.В. Роль та місце медіапедагогіки в освітньо-виховному процесі *Актуальні проблеми гуманітарної освіти: зб.наук.праць*: Київ-Кременець, 2004. Вип.1. С. 293–295.

286. Снітко М. А. Компонентнісний підхід до діяльності підлітків у Інтернет-мережі. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету*. 2010. Вип. 84. С. 35–39.

287. Снітко М.А.. Соціально-педагогічні умови формування у підлітків безпечної поведінки в Інтернет-мережі: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. Київ, 2014. 305 с.

288. Собкин В. Кузнецова Н. Трансляция моделей полового поведения в средствах массовой информации. *Основы безопасности жизни*. 1999. № 11. С. 40–44.

289. Собкин В.С., Глухова Т.В. Подросток у телеэкрана: есть ли в сценах насилия и агрессии двадцать пятый кадр. *Первое сентября*. 2001. № 90. Режим доступа: <http://ps.1september.ru/article.php?ID=200109004>

290. Сорокин П.А. Заметки социолога. Социологическая публицистика: Сочинения / отв. ред. А.О. Бороноев. СПб. : Алетейя, 2000. 315 с.

291. Сотников А. В. Маніпулятивний вплив у сучасному медіа-дискурсі. *Науковий Вісник ДДПУ ім. І.Франка. Серія «Філологічні науки»*. Мовознавство. 2016. Том 2. № 5. С. 104–107.

292. Социальная педагогика: Курс лекций / под общей ред. М. А. Галагузовой. М. : Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, 2000. 416 с.

293. Соціалізація особистості школяра / за ред. Л. Е. Орбан. Івано-Франківськ, 1996. 68 с.

294. Соціальна педагогіка / ред. Л.К. Грицюк, В. С. Петрович. Луцьк: Вежа, 1999. 193 с.

295. Соціальна педагогіка. Підручник / за ред. професора А. Й. Капської. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 468 с.

296. Соціальна педагогіка: мала енциклопедія / За ред. І. Д. Звереві. – Київ: Центр учбової літератури, 2008. 335 с.

297. Соціальна педагогіка: навч.-метод.посібник / М. М. Барахтян та ін. К. : Ін-т змісту і методів навчання, 1998. 220 с.
298. Соціальна педагогіка: словник-довідник / за заг. ред. Т.Ф. Алексеєнко. Вінниця: Планер, 2009. 542 с.
299. Соціальна педагогіка: теорії і технології: Підручник / За ред. І. Д. Зверєвої. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 316 с.
300. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80#n8>
301. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю. ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій / Петрик В. М. та ін. К. : Росава, 2006. 208 с.
302. Сущенко І., Пометун О. Навчаємо мислити критично: посібник для вчителів / авт.-упор. І. Сущенко, О. Пометун. Дніпропетровськ: ЛІРА, 2016. 143 с.
303. Сходинки до здоров'я: просвітницько-профілактична програма тренінгових занять з учнями навчальних закладів системи загальної середньої освіти: навч.-метод. посіб. / Брусенко О. Л. та ін.; за ред. Т. В. Журавель, Т. Л. Лях. К. : Видавничий дім «Калита», 2012. 232 с.
304. Сходинки: просвітницько-профілактичні тренінгові заняття з підлітками: Навч.-метод. посібник для соціальних педагогів, соціальних працівників, аутріч-працівників, практичних психологів / За наук. ред. проф. І. Д. Зверєвої; Авт. кол. : Журавель Т. В., Лях В. В., Лях Т. Л., Скіпальська Г. Б. – Київ: Видавничий дім «Калита», 2010. 164 с.
305. Тадаєва А.В.. Соціально-педагогічний супровід соціалізації молодших школярів в сучасному інформаційному просторі: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05. Харків, 2016. 258 с.
306. Тарасов К.А. К поискам выхода из ловушки экранного насилия. *Социологические исследования*. 1994. № 4. С. 64–69.
307. Тарасов К.А. От насилия в кино к насилию «как в кино». *Социологические исследования*. 1996. № 2. С. 35–41.

308. Тард Г. Социальные этюды / Сочинения Г. Тарда; пер. И. Гольденберга. Санкт-Петербург: Ф.Павленков, 1902. 366 с.

309. Телебачення спецоперацій. Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення: моніторинг, методи визначення та засоби протидії. Рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів / Лігачова Н.Л. та ін. К.: Телекритика, 2003. 266 с.

310. Терно С. О. Критичне мислення-сучасний вимір суспільствознавчої освіти. Запоріжжя: Просвіта, 2009. 268 с.

311. Технології соціально-педагогічної діяльності / за заг. ред. Н. В. Заверико. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 280 с.

312. Ткачова Т. М., Лабурцева О. І., Гребиниченко Р. В. Зовнішня реклама та соціальний захист неповнолітніх. К.: Наук.світ, 2006. 176 с.

313. Ткачова Т. М., Лабурцева О. І., Яцишина Л. К. Реклама слабоалкогольних напоїв у формуванні девіантної поведінки неповнолітніх: монографія. К.: Наук.світ., 2007. 272 с.

314. Толстоухова С. В. Соціальна реклама у контексті соціальної роботи. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2005. № 4. С. 84–89.

315. Тренерська валіза / упоряд.: О.Главник, Р.Безпальча, О.Попова. К.: Главник, 2006. 144 с.

316. Тютюн, алкоголь, наркотики в молодіжному середовищі: вживання, залежність, ефективна профілактика / Яременко О. О. та ін. К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2005. 196 с.

317. Тягло А. В. Критическое мышление на основе элементарной логики. Учебное пособие. Х.: Центр усовершенствования социологического образования, 2001. 210 с.

318. Тягло А. В., Воропай Т. С. Критическое мышление: проблема мирового образования XXI века. Х.: Изд-во Ун-та внутренних дел, 1999. 284 с.

319. Федоров А. В. Медиаобразование: вчера и сегодня. М.: Изд-во МОО ВПП Юнеско «Информация для всех», 2009. 234 с.

320. Федоров А. В. Школьники и компьютерные игры с «экранним насилием». *Педагогика*. 2004. № 6. С. 45–49.
321. Федорович А. В. Вплив ЗМІ на моральне виховання учнів. URL: <http://journal.kdpu.edu.ua/pedag/article/view/225> (дата звернення: 01.10.2010).
322. Федотова Л. Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1996. 232 с.
323. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. Теория и практика. М. : Издательство Юрайт, 2014. 603 с.
324. Фельдштейн Д. И. Психология развивающейся личности. Избранные психол. труды. М. : АПСН; МПСИ, 1996. 512 с.
325. Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и групп. М. : Изд-во Института Психотерапии, 2005. 490 с.
326. Фізична активність, раціональне харчування та складові фізичного здоров'я підлітків / Балакірева О та ін. К. : Держ.ін-т проблем сім'ї та молоді, 2002. Вип. 3. 38 с.
327. Фіцула М.М. Педагогіка. Київ: Академія, 2002. 528 с.
328. Фролов П.Д. Техніка експертного оцінювання потенційного впливу інформації з елементами відверто сексуального змісту, жахів та насильства на дитячу, підліткову та юнацьку психіку. *Практична психологія та соціальна робота*. 2004. № 6. С. 39–42.
329. Халперн Д. Психология критического мышления. СПб. : Издательство «Питер», 2000. 512 с.
330. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб. : Прайм-Евроснак, 2003. 445 с.
331. Харченко Л.Г. Трансформація гендерних стереотипів як соціально-педагогічна проблема. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2005. № 3. С. 61–64.
332. Харченко С.Я. Краснова Н.П., Харченко Л.П.. Соціально-педагогічні технології: Навч.-метод. посібник. Луганськ: Альма-Матер, 2005. 552 с.

333. Хит Р. Скрытая власть рекламы. Как обработка информации в режиме сниженного внимания влияет на потребительский выбор / пер. с англ. Е.Сысоевой. К. : Изд-во Алексея Капусты, 2006. 189 с.

334. Ценев В. Психология рекламы (реклама, НЛП и 25-й кадр). М. : Бератор, 2003. 198 с.

335. Череповська Н.І. Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді. Кропивницький: ІМЕКС-ЛТД, 2017. 156 с.

336. Чернета С.Ю. Організаційно-педагогічні умови соціалізації підлітків у неформальних молодіжних об'єднаннях : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. Київ, 2005. 18 с.

337. Чутова Н. П. Впливовість мас-медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді (на прикладі Дніпропетровського регіону). Автореф. ... дис. канд. соціол. наук: 22.00.04. Запоріжжя, 2010. 20 с.

338. Шандрук С.І. Виховання ціннісних орієнтацій старшокласників засобами масової інформації: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Кіровоград, 2001. 233 с.

339. Шанідзе Н. О. Філософські підходи до соціалізації особистості в умовах інформатизації суспільства та освіти. *Вісник Нац. університету «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого»*. 2014. №3 (22). С. 76–80.

340. Шаповалов А. В цепях компьютерного рабства. Д. : ИМА-пресс, 2004. 15 с.

341. Шарков Ф. И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации. *Социс*. 2001. № 8. С. 52–67.

342. Швець Т. Е. Громадянська соціалізація старшокласників у позакласній діяльності загальноосвітнього навчального закладу : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. Луганськ, 2011. 20 с.:

343. Шейбе С. Медіаграмотність. Критичне мислення у мультимедійному світі. К. : Академія Української Преси, 2017. 319 с.

344. Шеременко Н. М. Вплив засобів масової комунікації на політичну соціалізацію особистості в умовах становлення інформаційного суспільства в Україні : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03. Київ, 2010. 20 с

345. Шестакова Л. А. Социально-психологические основания воспитательной деятельности масс-медиа. *Мир психологии*. 2004. № 4 (40). С. 233–240.

346. Шугайло Я.В. Засоби масової інформації: історичні аспекти розвитку. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. Запоріжжя, 2010. Вип. 6 (59). С. 410–416.

347. Шугайло Я.В. Інтернет-залежність та проблема її профілактики серед дітей та підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2015. № 2. С. 17–24

348. Шугайло Я.В. Можливості використання інформаційних технологій навчання у вищих навчальних закладах. *Гуманітарні проблеми становлення сучасного фахівця: матеріали VIII Міжн. наук.-пр. конф. (м. Київ, 22-23 березня 2007 р.)*. Київ: НАУ, 2007. Т 1. С. 74–75.

349. Шугайло Я.В. Особливості впровадження медіаосвіти в Україні. *Актуальні питання та проблеми розвитку соціальних наук. Матеріали міжн. наук.-практ. Конференції (м. Кельце, Республіка Польща, 28-30 червня 2016 р.)*. Kielce: Holy Cross University, 2016. С. 51–53.

350. Шугайло Я.В. Особливості впровадження педагогічної моделі подолання негативного впливу засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків. *ScienceRise: Pedagogical education*. Харків, 2017. Volume 10(18). С. 23–28.

351. Шугайло Я.В. Педагогічна модель подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків. *Формування сучасного освітнього простору: переваги, ризики, механізми реалізації: матеріали міжн. наук.-практ. конференції (29 вересня 2017р, м.Тбілісі, Грузія)*.

352. Шугайло Я.В. Прикладні аспекти формування інформаційної компетентності студентів-першокурсників. *Актуальні проблеми вищої*

професійної освіти України: Матеріали Всеукр. наук.-практ.конф. (м. Київ, 22-23 березня 2012 р). Київ: НАУ, 2012. С. 66–67.

353. Шугайло Я.В. Проблема Інтернет-адикції у студентів ВНЗ. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти.* Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 21-22 березня 2013 р.). Київ: НАУ, 2013. С. 113–114.

354. Шугайло Я.В. Робота соціального педагога з батьками щодо попередження негативного впливу ЗМІ на дітей та підлітків. *Вісник Запорізького національного університету: Педагогічні науки.* Запоріжжя, 2009. № 2. С. 221–227.

355. Шугайло Я.В. Соціально-педагогічні аспекти впливу засобів масової інформації на соціалізацію особистості. *Проблеми загальної та педагогічної психології.* Київ, 2006. Т. VIII. Вип. 2. С. 372–377.

356. Шугайло Я.В. Соціально-педагогічні умови зменшення негативних наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки.* 2010. № 1(12). С. 244–252.

357. Шугайло Я.В. Теорії впливу засобів масової інформації на особистість. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах.* 2010. Вип. 7 (60). С. 401–408

358. Эльконин Д.Б. Психическое развитие в детских возрастах: Избранные психол. труды. М., 1995. 416 с.

359. Юрій М. Ф. Людина і світ. Київ: Дакор, 2006. 460 с.

360. Юрьева Л.Н. Ботьбот Т.Ю. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика: монография. Днепропетровск: Пороги, 2006. 196 с.

361. Язык средств массовой информации: Учебн. пособие для ВУЗов / ред. М. Н. Володина. М. : Академический Проект, 2008. 759 с.

362. Яковлева Л.Л. Проблема социализации в концепциях западных исследователей. *Соціальна педагогіка: теорія та практика.* 2005. № 1 С. 88–92.

363. Atkin, C., Greenberg, B., Korzenny, F. & McDermott, S. (1979). Selective exposure to televised violence. *Journal of Broadcasting*. 23, P. 5–13.
364. Bandura, A., Ross, D. and Ross, S.A. (1963). Immitation of film-mediated aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 66. P. 601–607.
365. Berkowitz, L. *Aggression: Its causes, consequences, and control*. New York: McGraw-Hill. 1993. 485 p.
366. Bernstein, E. M., Putnam, F. W. Development, reliability and validity of a dissociation scale. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 1986; 174: 727-735.
367. Bose, A.B. (1992). The disadvantaged urban child in India. *Innocenti occasional papers: The urban child series*, Unicef, International child development centre, Spedale degli innocenti, Florence , Italy, 1, January, 47–52.
368. Cline, V.B., Croft, R.G. & Courier, S. Desensitization of children to television violence. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1973, № 27 (3). P. 360–365.
369. Durkheim, É. «The Dualism of Human Nature and Its Social Conditions» in *Émile Durkheim on Morality and Society*, edited by Robert N. Bellah. Translated by Charles Blend. Chicago: University of Chicago Press. 1973 (1914a). P. 149–163
370. Erik H. Erikson, 1979. *Identity and the Life Cycle*. New York
371. Feshbach, S. & Singer, R.D. *Television and aggression: An experimental field study*. San Francisco: Jossey-Bass. 1971
372. Giddings F. *Studies in the theory of human society*. N. Y., 1924.
373. Glicksman, L. & Smythe C. A review of school-based drug education programs. *Controversies in the addictions field*. (pp.175-183). Dubuque: Kendall-Hunt.
374. Goldberg I. (1996) Internet Addiction Disorder. URL: <http://users.rider.edu/~suler/psyber/supportgp.html>
375. Griffiths, M. (1999). Internet addiction. *The Psychologist*, 12, 246–250.
376. Griffiths, M. D. (1999). Gambling technologies: Prospects for problem gambling. *Journal of Gambling Studies*, 15, 265–283.

377. Huesmann, L.R., Mois-Titus, J., Podolski, C.-L., Eron, L.D. Longitudinal Relations Between Children's Exposure to TV Violence and Their Aggressive and Violent Behaviour in Young Adulthood: 1977-1992. *Developmental psychology*. 2003. Vol.39. No 2, 201–221.

378. John Chaffee. *Thinking critically*. Wadsworth Cengage Learning. 2012. 575 p.

379. King, S. A. (1996). Is the Internet Addictive, or Are Addicts Using the Internet? URL: <http://www.concentric.net/~Astorm/iad.html> (дата звернення: 01.10.2010).

380. Lipman, Matthew (2003). *Thinking in education*. Cambridge University Press. 304 p.

381. Lippmann, Walter (1921) *Public opinion*. URL: <https://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/2429/2487430/pdfs/lippmann.pdf>

382. Montonen, M. *Алкогoль и средства массовой информации / Montonen Marjatta*. Копенгаген: ВОЗ, 1998. 194 с.

383. Suler, J. (2004). Computer and cyberspace addiction. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 1, 359–362.

384. *The Impact of Internet Pornography on Adolescents: A Review of the Research* / E.Owens, R.Behun, J.Manning, R.Reid (2012). URL: [http://psych.utoronto.ca/users/tafarodi/psy427/articles/Owens%20et%20al.%20\(2012\).pdf](http://psych.utoronto.ca/users/tafarodi/psy427/articles/Owens%20et%20al.%20(2012).pdf) (дата звернення 10.10.2013)

385. Young, K.S. (2004) Internet Addiction: The consequences of a new clinical phenomena. In *Psychology and the New Media*. K. Doyle (Ed). (Vol. 46, pp. 1–14).

ДОДАТОК А
Анкета «Засоби масової інформації»
(для підлітків)

Шановний друже! Запорізький національний університет, кафедра соціальної педагогіки та управління проводить дослідження проблеми впливу засобів масової інформації на особистість. Твої відповіді допоможуть об'єктивно оцінити вплив ЗМІ та розробити відповідні рекомендації для фахівців соціальної сфери. Будемо вдячні за співпрацю!

1. На Вашу думку, що відноситься до засобів масової інформації?

- Газети
 Журнали
 Телебачення та кіно
 Радіо
 Інтернет
 Ваш варіант _____

2. На Вашу думку, чи впливають на Вас засоби масової інформації?

- Так
 Ні
 Можливо

3. Які засоби масової інформації мають на Вас найбільший вплив?

- Газети та журнали
 Інтернет
 Телебачення та кіно
 Радіо

4. Які, на Вашу думку, негативні наслідки впливу засобів масової інформації?

- Формування «шаблонів» поведінки і мислення
 Зняття заборони з проявів агресії
 Байдуже ставлення до оточуючих
 Виникнення страху перед оточуючим світом

- Незадоволення власною зовнішністю та тілом
 Погіршення здоров'я
 Виникнення бажання купувати непотрібні речі
 Сприяння формуванню шкідливих звичок
 Хронічний недосип
 Ваш варіант _____

5. Які, на Вашу думку, позитивні наслідки впливу засобів масової інформації?

- Отримання нової інформації для навчання
 Спілкування із новими друзями у соціальних мережах
 Можливість відпочити, покращити настрій
 Можливість розширити світогляд, саморозвиток
 Можливість створювати щось нове, творчість
 Ваш варіант _____

6. На Вашу думку, чи потрібно пояснювати людям яким чином на них впливають засоби масової інформації?

- Так
 Ні
 Не знаю

7. Чи читаєте Ви газети або журнали?

- Так
- Інколи
- Ні

8. На скільки часто Ви дивитесь телебачення?

- кожного дня, 1-2 години на день
- кожного дня, 3-4 години в день
- кожного дня, більше 5 годин на день
- 1-2 рази на тиждень
- 1-2 рази на місяць
- Зовсім не дивлюсь
- Ваш варіант _____

9. На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?

- Кожного дня
- 1-2 рази на тиждень
- Інколи
- Дуже рідко
- Ніколи
- Ваш варіант _____

10. Ви використовуєте Інтернет для того, щоб

- Знайти інформацію для навчання
- Продивитися поштову скриньку
- Подивитися фільм
- Поспілкуватися в соціальних мережах
- Пограти в гру у мережі
- Ваш варіант _____

11. На скільки легко тобі вийти із мережі Інтернет?

- Легко припиняю свою діяльність у Інтернеті

Виходжу через деякий час, після того як запланував/запланувала

Виходжу тільки після декількох звертань батьків

12. Чи задоволені Ви своєю зовнішністю та будовою тіла?

- Так, повністю
- В цілому так, але дещо хотілось би змінити
- Не зовсім, багато що не подобається
- Ні
- Ваш варіант _____

13. На скільки легко Вам спілкуватися з іншими людьми?

- Дуже легко спілкуватися з людьми, навіть із незнайомими
- Я спілкуюся, коли цього вимагає ситуація
- Я спілкуюся більше з добре знайомими людьми
- Мені складно спілкуватися з реальними людьми і легко спілкуватися в мережі Інтернет
- Ваш варіант _____

14. На скільки часто Ви сваритесь (конфлікуєте) з іншими людьми?

- Часто
- Інколи
- Майже ніколи
- Ваш варіант _____

15. Чи застосовували Ви колись фізичну силу спрямовану проти іншої людини?

- Так

- Інколи
 Ніколи
 Ваш варіант _____

16. Ваша успішність за півріччя в середньому?

- 11–12 балів
 9–10 балів
 7–8 балів
 5–6 балів
 менше 5 балів
 Ваш варіант _____

17. На скільки Ви задоволені стосунками з батьками?

- Повністю задоволений
 Майже задоволений
 Не задоволений
 Ваш варіант _____

18. Чи плануєте Ви заздалегідь, які передачі по телебаченню Ви бажаєте подивитись?

- Так, завжди
 Я спочатку включаю телевізор, а потім орієнтуюся у передачах
 Інколи я користуюсь програмою чи відмічаю анонси
 Ні
 Ваш варіант _____

19. Оцініть ступінь впливу окремих видів засобів масової інформації (від + 2 до - 2, де + 2 – це сильний позитивний вплив, + 1 – помірний позитивний вплив, 0 – нейтральний вплив, - 1 – помірний негативний вплив, - 2 – сильний негативний вплив).

Види ЗМІ	+2	+1	0	-1	-2
Телебачення та кіно:					
- реклама					
- фільми зі сценами насилля					
- фільми жахів					
- програми новин					
- музикальні передачі					
- ток-шоу					
Журнали					
Газети					
Інтернет					
Комп'ютерні ігри із сценами насильства					

20. Якщо Вам необхідно знайти інформацію, Ви звернетесь до

- Книг
 Газет та журналів
 Мережі Інтернет
 Спитаєте у вчителя, батьків
 Ваш варіант _____

21. Чи займаєтесь Ви у клубі, секції, гуртку (музичному, спортивному, танцювальному чи іншому)?

- Так, займаюсь
 Зараз ні, а раніше займався/займалась
 Ні, ніколи
 Ваш варіант _____

22. Якщо ні, то чому?

- Тому що це дорого коштує
 Не вистачає часу
 Немає бажання

- Немає такого гуртка, у якому мені хотілось би займатися
- Гуртка, я у якому мені хотілось би займатися, немає поряд з моїм домом
- Ваш варіант _____

23. Скільки часу Ви витрачаєте на вказані види діяльності протягом дня?

Для позначення можна використовувати \circ чи \surd

Вид діяльності.	До 30 хв.	30 хв.-1 год.	1-2 год.	2-3 год.	3-4 год.	Більше 4 год.
Спілкування з батьками						
Спілкування з друзями (не віртуальне)						
Допомога батькам						
Прогулянки на свіжому повітрі						

Вид діяльності.	До 30 хв.	30 хв.-1 год.	1-2 год.	2-3 год.	3-4 год.	Більше 4 год.
Заняття спортом						
Творчість						

24. Чи траплялося так, що Ви плануєте купити у магазині певний товар, а купуєте ще декілька (незапланованих), рекламу яких Ви бачили?

- Так, це відбувається зі мною часто
- Іноколи
- Ні, ніколи

25. Ваша стать

- Жіноча
- Чоловіча

26. Ваш вік

- 10-11 років
- 12-13 років
- 14-15 років

ДУЖЕ ДЯКУЄМО ЗА ЗАПОВНЕННЯ АНКЕТИ!

Джерело: складено автором самостійно

Анкета
«Вплив засобів масової інформації на дітей та підлітків»
(для батьків)

Шановні батьки! Запорізький національний університет, кафедра соціальної педагогіки та управління проводить дослідження проблеми впливу засобів масової інформації на дітей та підлітків. Ваші відповіді допоможуть об'єктивно оцінити вплив ЗМІ на особистість та розробити відповідні рекомендації для фахівців соціальної сфери. Будемо вдячні за співпрацю!

1. З якими видами ЗМІ ваша дитина проводить найбільше часу? (оберіть 1 варіант відповіді)
 - друкованими (газети та журнали)
 - аудіовізуальними (телебачення та радіо)
 - електронними (Інтернет)
2. Як ви вважаєте, чи впливають ЗМІ на вашу дитину?
 - так
 - ні
3. Якщо «так», то який характер даного впливу? (оберіть 1 варіант відповіді)
 - позитивний
 - негативний
 - нейтральний
4. Які фактори визначають, на Вашу думку, характер впливу ЗМІ на вашу дитину?
 - вік дитини
 - фізичне та психічне здоров'я дитини
 - обізнаність дитини щодо наслідків впливу ЗМІ
 - кількість часу, що витрачає дитина на ЗМІ
5. Чи контролюєте ви взаємодію вашої дитини із ЗМІ?
 - так
 - ні
 - не завжди
6. Якщо «так», то яким чином?
 - обмежую час використання ЗМІ
 - перевіряю які саме передачі дивиться дитина або які сайти відвідує
 - дитина обізнана з правилами використання Інтернету та інших ЗМІ і їх дотримується
 - залучаю дитину до іншої діяльності (прогулянки, допомога по дому, творчість)
 - пояснюю дитині, як ЗМІ на неї впливають
7. Вкажіть вік вашої дитини _____

ДЯКУЄМО ЗА СПІВПРАЦЮ!

Джерело: складено автором самотійно

Незавершені речення

Шановний друже! Запорізький національний університет, кафедра соціальної педагогіки проводить дослідження впливу *засобів масової інформації (ЗМІ)* на особистість. Будемо вдячні за твої щирі відповіді і твою допомогу у проведенні дослідження!

Інструкція. Перед тобою перелік із 41 незавершеного речення (на двох сторінках). Тобі необхідно їх дописати. Не існує вірних відповідей. Пиши те, що першим спало тобі на думку.

1. Коли в мене є вільний час, я _____
2. Я читаю газети та журнали _____
3. Я дивлюся телебачення _____
4. У мережі Інтернет я _____
5. Радіо я _____
6. Мої найкращі друзі _____
7. Спілкуватися я _____
8. Світ, що мене оточує _____
9. Мої відносини з батьками _____
10. Я ставлюся до своїх однокласників _____
11. Я ставлюся до своїх вчителів _____
12. Більше всього я хочу _____
13. Більш за все я ціную _____
14. Менш за все я ціную _____
15. Коли у кіно, по телевізору я бачу сцени насильства я відчуваю _____
16. Коли у кіно, по телевізору я бачу сцени насильства мені хочеться _____
17. Коли я дивлюся на себе у дзеркало, я думаю _____
18. Коли я дивлюся на своє тіло, мені хочеться _____
19. У газетах, журналах мені подобається _____
20. У кіно, на телебаченні мені подобається _____
21. В мережі Інтернет мені подобається _____
22. На радіо мені подобається _____
23. У газетах, журналах мені не подобається _____
24. У кіно, на телебаченні мені не подобається _____
25. В мережі Інтернет мені не подобається _____
26. На радіо мені не подобається _____
27. Завдяки засобам масової інформації я навчився/навчилася _____
28. Після перегляду фільмів жахів/трилерів, я відчуваюся _____
29. Після перегляду фільмів жахів/трилерів, мені хочеться _____
30. Жінки у газетах, журналах _____
31. Чоловіки у газетах, журналах _____
32. Жінки на телебаченні та у кіно _____
33. Чоловіки на телебаченні та у кіно _____
34. Товари, що рекламуються _____
35. Коли я бачу товари, що рекламуються _____

36. Продукти харчування, що рекламуються _____
37. Після перегляду програм новин я _____
38. У засобах масової інформації довіряти _____
39. Засоби масової інформації дають мені можливість _____
40. У засобах масової інформації мене більш за все непокоїть _____
41. Про засоби масової інформації я хотів би/хотіла б дізнатися _____

Джерело: складено автором самостійно

Методика діагностики агресії А. Басса–А. Дарки

№ з/п	Питання	Так	Ні
1.	Іноді я не можу справитися із бажанням завдати шкоди іншим.		
2.	Інколи я пліткую про тих людей, яких я не люблю.		
3.	Я легко роздратовуюсь, але швидко заспокоююсь.		
4.	Якщо мене не попрохають по-хорошому, я не виконаю прохання.		
5.	Я не завжди отримую те, що мені призначено.		
6.	Я знаю, що люди говорять про мене за моєю спиною.		
7.	Якщо я не схвалюю поведінку друзів, я даю їм це відчутти.		
8.	Коли мені доводилося когось обманювати, я відчував докори сумління.		
9.	Мені здається, я не здатний вдарити людину.		
10.	Я ніколи не буваю настільки роздратований, щоб кидатися предметами.		
11.	Я завжди поблажливо ставлюся до чужих недоліків.		
12.	Якщо мені не подобається правило, яке встановлене, мені хочеться його порушити.		
13.	Інші вміють майже завжди користуватися сприятливими обставинами.		
14.	Я тримаюся насторожі з тими людьми, які відносяться до мене більш дружелюбно, ніж я очікував		
15.	Я часто буваю не згоден з людьми.		
16.	Інколи мені спадають думки, яких мені соромно.		
17.	Якщо хто-небудь вдарить мене першим, я йому не відповім.		
18.	Коли я стаю роздратованим, я хлопаю дверима.		
19.	Я набагато більше роздратовуюсь, ніж здається.		
20.	Якщо хто-небудь «корчить» із себе начальника, я завжди дію йому усупереч.		
21.	Мене дещо засмучує моя доля.		
22.	Я думаю, що багато людей не люблять мене.		
23.	Я не можу втриматись від суперечки, якщо люди не згодні зі мною.		
24.	Люди, які не виконують роботу, повинні почуватися винними.		
25.	Той, хто ображає мене та мою родину напрошується на бійку.		
26.	Я не здатний на брутальні (грубі) жарти.		
27.	Мене охоплює лють, коли наді мною посміхаються.		
28.	Коли люди «шикують» (роблять) з себе начальників, я роблю усе, щоб вони не зазнавалися.		
29.	Майже кожного тижня я бачу когось, хто мені не подобається.		
30.	Доволі багато людей задрять мені.		
31.	Я вимагаю, щоб люди поважали мене.		
32.	Мене пригнічує те, що я мало роблю для своїх батьків.		
33.	Люди, які постійно вас мучать, варті того, щоб їх «клацнути» по носу.		
34.	Я ніколи не буваю похмури від злості.		
35.	Якщо до мене відносяться гірше, ніж того заслуговую я не засмучуюсь.		
36.	Якщо хто-небудь виводить мене з себе, я не звертаю уваги.		

№ з/п	Питання	Так	Ні
37.	Хоча я і не показую цього, іноді я заздрю.		
38.	Іноді мені здається, що наді мною сміються.		
39.	Навіть якщо я злюся, я не використовую «сильні» вирази.		
40.	Мені хочеться щоб мої гріхи були пробачені.		
41.	Я рідко даю здачі, навіть якщо хто-небудь вдарить мене.		
42.	Коли трапляється не так як я цього хочу, я інколи ображаюсь.		
43.	Інколи люди дратують мене однією своєю присутністю.		
44.	Немає людей, яких би я по-справжньому ненавидів.		
45.	Мій принцип: «Ніколи не довіряти чужинцям».		
46.	Якщо хто-небудь дратує мене, я готовий сказати все, що я про нього думаю.		
47.	Я роблю багато чого, про що в подальшому жалкую.		
48.	Якщо я розізлюся, я можу кого-небудь вдарити.		
49.	З дитинства я ніколи не проявляв спалахів гніву.		
50.	Я часто почуваюся, як «порохова бочка», що готова вибухнути.		
51.	Якщо б усі знали, як я почуваюся, мене б вважали людиною з якою нелегко ладити.		
52.	Я завжди думаю про те, які таємні причини змушують людей робити що-небудь приємне для мене.		
53.	Коли на мене кричать, я починаю кричати у відповідь.		
54.	Невдачі засмучують мене.		
55.	Я б'юся не рідше та не частіше, ніж інші.		
56.	Я можу згадати ті випадки, коли я був настільки розлюченим, що хватав річ, яка була у мене під рукою і ламав її.		
57.	Інколи я відчуваю, що готовий першим почати бійку.		
58.	Інколи я відчуваю, що життя поводить мене зі мною несправедливо.		
59.	Раніше я думав, що більшість людей говорять правду, але тепер я в це не вірю.		
60.	Я сварюся тільки із люті.		
61.	Коли я вчиняю не вірно, мене мучає сумління.		
62.	Якщо для захисту своїх прав мені потрібно використати фізичну силу, я її використовую.		
63.	Інколи я виражаю свою лють тим, що стукаю кулаком по столу.		
64.	Я буваю грубим по відношенню до тих людей, які мені не подобаються.		
65.	В мене немає ворогів, які хотіли б завдати мені шкоди.		
66.	Я не вмію поставити людину на місце, навіть якщо вона цього заслуговує.		
67.	Я часто думаю, що жив неправильно.		
68.	Я знаю людей, які здатні довести мене до бійки.		
69.	Я не засмучуюсь через дрібниці.		
70.	Мені рідко приходить у голову, що люди намагаються розізлити чи образити мене.		
71.	Я часто тільки погрожую людям, хоча і не збираюся виконувати погрози.		

№ з/п	Питання	Так	Ні
72.	Останнім часом я став занудою.		
73.	В суперечці я часто підвищую голос.		
74.	Я намагаюся звичайно приховувати своє погане ставлення до людей.		
75.	Я краще погоджуся з чим-небудь, ніж стану сперечатися.		

*Джерело: Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога:
Учеб.пособие: В 2 кн. М.: Гуманит.изд.центр ВЛАДОС, 1998. Кн.1: Система
работы психолога с детьми разного возраста. 384 с.*

Методика «Шкала тривожності О.Кондаша»

Інструкція. На даній сторінці перелічені ситуації, з якими ви часто зустрічаєтесь у житті. Деякі з них могли здатися вам неприємними, викликати хвилювання, тривогу, страх. Уважно прочитайте кожне речення та обведіть кружечком одну із цифр справа: 0, 1, 2, 3, 4.

- Якщо ситуація зовсім не здається вам неприємною, обведіть цифру 0.
- Якщо вона вас трохи турбує, обведіть цифру 1.
- Якщо ситуація досить неприємна та викликає таке занепокоєння, що ви б надали перевагу тому, щоб її уникнути, обведіть цифру 2.
- Якщо для вас вона є дуже неприємною, викликає сильне занепокоєння, тривогу, страх, обведіть цифру 3.
- Якщо ситуація для вас є вкрай неприємною, якщо ви не можете перенести її, вона викликає у вас дуже сильне занепокоєння, дуже сильний страх, обведіть цифру 4.

1. Відповідати у дошки.....	0 1 2 3 4
2. Піти в дім до незнайомих людей.....	0 1 2 3 4
3. Приймати участь у змаганнях, конкурсах, олімпіадах.....	0 1 2 3 4
4. Розмовляти з директором школи.....	0 1 2 3 4
5. Думати про своє майбутнє.....	0 1 2 3 4
6. Вчитель дивиться по журналу, кого б викликати.....	0 1 2 3 4
7. Тебе критикують, чимось дорікають.....	0 1 2 3 4
8. На тебе дивляться, коли ти що-небудь робиш (спостерігають за тобою під час роботи, рішення задачі).....	0 1 2 3 4
9. Пишеш контрольну роботу.....	0 1 2 3 4
10. Після контрольної роботи вчитель оголошує оцінки.....	0 1 2 3 4
11. На тебе не звертають увагу.....	0 1 2 3 4
12. В тебе щось не виходить.....	0 1 2 3 4
13. Чекаєш батьків з батьківських зборів.....	0 1 2 3 4
14. Тобі погрожує неуспіх, провал.....	0 1 2 3 4
15. Чуєш за своєю спиною сміх.....	0 1 2 3 4
16. Складасш іспити в школі.....	0 1 2 3 4
17. На тебе сердяться (не зрозуміло чому).....	0 1 2 3 4
18. Виступати перед великою аудиторією.....	0 1 2 3 4
19. Має відбутися важлива вирішальна справа.....	0 1 2 3 4
20. Не розумієш пояснень вчителя.....	0 1 2 3 4
21. З тобою не згодні, суперечать тобі.....	0 1 2 3 4
22. Порівнюєш себе з іншими.....	0 1 2 3 4
23. Перевіряються твої здібності.....	0 1 2 3 4
24. На тебе дивляться, як на маленького.....	0 1 2 3 4
25. На уроці вчитель несподівано ставить тобі питання.....	0 1 2 3 4
26. Замовкають коли ти підійшов (підійшла).....	0 1 2 3 4
27. Оцінюється твоя робота.....	0 1 2 3 4
28. Думаєш про свої справи.....	0 1 2 3 4
29. Тобі необхідно прийняти для себе рішення.....	0 1 2 3 4
30. Не можеш виконати домашнє завдання.....	0 1 2 3 4

Джерело: Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога: Учеб.пособие: В 2 кн. М.: Гуманит.изд.центр ВЛАДОС, 1998. Кн.1: Система работы психолога с детьми разного возраста. 384 с.

Методика:

Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій С. Бубнової

Інструкція. Дана анкета спрямована на вивчення твоєї особистості та твоїх відносин з іншими людьми. Відповідай, по можливості, швидко, без довгих роздумів над кожним питанням. Пам'ятай, що правильних чи не правильних відповідей не буває, існує тільки твоя точка зору. Відповідати потрібно «так» чи «ні». У бланку відповідей необхідно ставити «+» або «-» поряд із номером питання.

1. Чи любиш ти лежати на дивані і нічого не робити?
2. Чи любиш ти сам заробляти гроші і отримувати від цього задоволення?
3. Чи часто у тебе виникає думка, що тобі хочеться піти у театр чи на виставку?
4. Чи часто ти допомагаєш близьким із роботою по дому?
5. Чи вважаєш ти, що любов – визначальне почуття у житті?
6. Чи любиш ти читати книжки про щось нове, чого ти ще не знаєш?
7. Чи хочеш ти стати босом (керувати якоюсь компанією)?
8. Чи хочеш ти, щоб тебе поважали друзі за твої особисті якості?
9. Чи хотів би ти сам прийняти участь у якомусь суспільному заході (мітингах, страйках) на користь близької тобі верстви населення?
10. Чи вважаєш ти, що без спілкування з друзями твоє життя буде тьмяним і безрадісним?
11. Чи вважаєш ти, що найголовніше бути здоровим, а все інше додасться?
12. Чи часто тобі хочеться розслабитися (послухати легку музику, наприклад)?
13. Ти будеш обирати собі професію переважно через те, що вона може принести тобі великий матеріальний статок?
14. Чи вважаєш ти, що у житті важливо вміти грати на музичних інструментах, малювати і т.д.?
15. Якщо хтось із твоїх знайомих захворів, чи знайдеш ти час, щоб його відвідати?
16. Твій шлюб буде укладено по коханню?
17. Чи любиш ти читати науково-популярні книжки?
18. Чи хотів би ти стати організатором у школі?
19. Якщо ти скоїв негарний вчинок по відношенню до друзів чи однокласників, чи будеш ти переживати з цього приводу?
20. Чи вважаєш ти, що шляхом суспільних дій (мітингів, зборів) можна щось змінити в житті суспільства?
21. Чи можеш ти спокійно обійтись без частого спілкування із своїми знайомими?

22. Чи вважаєш ти за необхідне зміцнювати своє здоров'я (плавати, бігати, грати в теніс і т.д.)?
23. Головне для тебе – твій настрій у даний момент, а що буде потім – не так важливо?
24. Чи вважаєш ти, що найголовніше – придбати дім (квартиру), машину та інші матеріальні цінності?
25. Чи любиш ти гуляти по лісу, парку?
26. Як ти вважаєш, чи потрібно допомагати матеріально жебракам?
27. Любов – це почуття, яке народжується і помирає?
28. Чи хотів би ти стати вченим чи науковим співробітником?
29. Влада – це пошана від інших, вона дуже значуща, чи від неї більше проблем та неприємностей?
30. Чи хотів би ти, щоб в тебе було більше друзів?
31. Чи спало тобі на думку внести зміни в яку-небудь громадську організацію (клуб, консультаційний пункт, інститут)?
32. Чи багато свого вільного часу ти хотів би приділити спілкуванню?
33. Чи часто ти думаєш про своє здоров'я?
34. Чи вважаєш ти, що дуже важливо радувати себе?
35. Якщо мати вибір, потрібно обирати роботу із більшою заробітною платнею?
36. Чи хотів би ти займатися фотографією?
37. Чи вважаєш ти, що обов'язково потрібно допомогти людині, яка впала?
38. Почуття любові для тебе – це основа життя чи ні?
39. Чи часто ти ставиш собі питання «А чому саме так?»
40. Чи хотів би ти «робити» політику?
41. Чи часто твій внутрішній голос задає питання «А чи поважають мене люди, які мене оточують?»
42. Чи є суспільні події для тебе предметом для обговорення вдома, у школі?
43. Якщо ти проведеш три дні на безлюдному острові, ти помреш від самотності?
44. Чи займаєшся ти спортом, щоб зміцнити своє здоров'я?
45. Ти часто мрієш, довго лежачи із заплющеними очима?
46. Головне у житті – робити гроші і створити власний бізнес?
47. Чи часто ти купуєш (хочеш купити) картини та інші художні витвори?
48. Якщо хтось із близьких тобі людей довго хворіє, чи будеш ти виконувати роботу по господарству замість нього, без нарікань?
49. Чи любиш ти маленьких дітей?
50. Хотів би ти створити власну наукову «теорію» (відносності, винайти таблицю хімічних елементів і т.д.)?
51. Чи хотів би ти бути схожим на якусь відому людину (актора, політика, бізнесмена)?
52. Чи важливо для тебе, щоб тебе поважали однолітки за твої знання?

53. Чи хотів би ти зараз сам щось зробити у політиці?
54. Ти рішуча людина?
55. Чи ходиш ти у басейн, сауну, займаєшся аеробікою, щоб бути у гарній фізичній формі?
56. Нормальний відпочинок – це надзвичайно важливо, чи не так?
57. У житті надзвичайно важливо зібрати матеріальні кошти та передати їх своїм дітям?
58. Чи хотілось колись тобі намалювати картину чи написати музику?
59. Коли плаче маленька дитина – це «благання про допомогу»?
60. Що для тебе важливіше – любити самому чи щоб любили тебе?
61. «У всьому хочеться дійти до самої суті» – це про тебе?
62. Чи хотів би ти, щоб твої діти стали відомими людьми?
63. Чи хотів би ти, щоб твої однокласники звертались до тебе по допомогу в особистому житті?
64. У суспільному житті нехай усе залишається так, як є?
65. Спілкування це безглузде марнування часу?
66. Здоров'я це не найбільш важлива річ у житті, чи не так?

Джерело: Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и групп. М.: Изд-во Института Психотерапии, 2005. 490 с.

Програма просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»

Мета: підвищити рівень поінформованості підлітків щодо негативних наслідків впливу засобів масової інформації (ЗМІ) на особистість та сприяти формуванню в підлітків критичного ставлення до мас-медіа.

Завдання:

- розкрити зміст поняття «засоби масової інформації», визначити характеристики основних видів ЗМІ;
- ознайомити із наслідками впливу мас-медіа на особистість;
- сприяти формуванню в підлітків критичного ставлення до ЗМІ;
- сприяти розвитку комунікативних умінь і навичок підлітків;
- актуалізувати в системі цінностей підлітків загальнолюдські цінності.

Тривалість: 14 занять тривалістю 45–90 хв. кожне.

Цільова група: підлітки 10 – 15 років (учні 5 – 9 класів).

Кількість учасників: 15 – 20 осіб.

Структура тренінгу

Номер заняття	Зміст	Час
1	Вступ. Знайомство учасників. Ознайомлення із метою та завданням програми. Визначення очікувань підлітків. Прийняття правил роботи у групі.	45 хв.
2	Вправа на активізацію. Мозковий штурм «Що таке ЗМІ?». Міні-лекція «Засоби масової інформації та їх історія». Групове обговорення «Які можливості нам надають ЗМІ?»	45 хв.
3	Вправа «Я впізнаю тебе». Міні-лекція «Стереотипи». Вправа «Герої і героїні». Домашнє завдання: «Знайди відмінності».	45 хв. + 30 хв.

Номер заняття	Зміст	Час
4	Дискусія «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка». Домашнє завдання «Стандарти краси різних епох»	45 хв.
5	Міні-лекція «ЗМІ та ідеальне тіло». Вправа «Піраміда здорового харчування». Групове обговорення «Які продукти харчування рекламуються у ЗМІ? Наслідки їх вживання»	45 хв.
6	Вправа «Що таке насильство». Вправа «Детективи». Міні-лекція «Булінг».	45 хв.
7	Міні-лекція «Законодавство України щодо реклами». Рольова гра «Рекламний агент – споживач».	45 хв.
8	Вправа «Формула реклами». Мозковий штурм «Прийоми маніпуляції, що використовуються у рекламі». Вправа «Антиреклама». Групові презентації.	45 хв. + 45 хв.
9	Міні-лекція «Аналіз новин». Вправа «Як розпізнати фейк?» Домашнє завдання «Впізнай маніпуляцію»	45 хв.
10	Інформаційне повідомлення «Міжнародна акція – День без покупок». Дискусія «Як ЗМІ впливають на наші цінності». Домашнє завдання «Мій щоденник покупок» (2 тижні).	45 хв. + 45 хв.
11	Міні-лекція «Інтернет-залежність». Дискусія «Спілкування: реальне чи віртуальне?».	45 хв.
12	Міні-лекція «Правила роботи при роботі з мережею Інтернет». Мозковий штурм «Переваги і недоліки навчання за допомогою мережі Інтернет». Домашнє завдання «Мої правила безпеки».	45 хв. + 30 хв.
13	Міні-лекція «Критичне мислення». Вправа «Прийоми критичного мислення».	45 хв.
14	Домашнє завдання: твір «Чому телепередачі не схожі на реальне життя?». Групове обговорення. Підбиття підсумків програми. Завершення роботи.	45 хв.

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

Просвітницький тренінг для підлітків
«Засоби масової інформації: плюси та мінуси»

Мета тренінгу: ознайомити підлітків із наслідками впливу мас-медіа та сприяти формуванню критичного ставлення до ЗМІ.

Завдання тренінгу:

1. Розглянути поняття «засоби масової інформації», визначити їхню специфіку.
2. Визначити роль ЗМІ у формуванні особистості, ознайомити з наслідками впливу ЗМІ на особистість.
3. Сприяти усвідомленню підлітками впливу ЗМІ на їхню особистість та формуванню критичного ставлення до ЗМІ.
4. Сприяти мінімізації впливу ЗМІ на особистість підлітків.

Форма проведення: просвітницький тренінг.

Цільові групи тренінгу: підлітки 10 – 15 років (учні 5 – 9 класів).

Кількість учасників: 15 – 20 осіб.

Хід проведення тренінгу

День I

Відкриття

Мета: надати загальну інформацію про тренінг, ознайомити з його метою та регламентом роботи на тренінгу.

Час проведення: 10 хв.

Обладнання: плакат з метою тренінгу.

Хід проведення: представлення тренерів, презентація мети і завдань тренінгу, ознайомлення учасників із регламентом роботи, заповнення «вхідних анкет», знайомство учасників.

Знайомство

Мета: познайомити учасників та «згуртувати» групу.

Час проведення: 30 хв.

Обладнання: маркери, великий аркуш фліпчарту.

Хід проведення: учасники по черзі пишуть на папері своє ім'я та малюють символ, який їх характеризує; потім швидко стають у лінію згідно з 1 літерою свого імені (від А до Я). *Обговорення*: які думки виникали під час проведення вправи? з якою метою ми виконували цю вправу?

Вправа «Очікування та правила»

Мета: допомогти учасникам визначити свої очікування від тренінгу та прийняти правила роботи в групі.

Час проведення: 25 хв.

Обладнання: маркери, аркуші фліпчарту.

Хід проведення: розподіл учасників на групи, кожна група отримує плакат з питанням «Як ви хотіли б почувати себе протягом тренінгу?», «Як ви хочете, щоб інші учасники ставились до вас?», «Які знання та навички ви хотіли б отримати протягом тренінгу?», «Ваші побоювання щодо тренінгу». Група працює з плакатом 3 хв., після чого по колу передає плакат іншій групі. Коли робота закінчена, учасники повертаються у велике коло. *Обговорення*: чим є відповіді на даних плакатах?

Потім на плакаті «Правила» записуються всі правила, напрацьовані групами та на плакаті «Очікування» фіксуються очікування від тренінгу. *Обговорення*: для чого ми приймали правила? Навіщо визначали очікування?

Вправа на активізацію «**Напиши своє ім'я**»

Мета: стимулювати уважність учасників та активізувати їх.

Час проведення: 10 хв.

Хід проведення: учасникам потрібно підвестися, тупнути кожною ногою по підлозі – тепер вони готові до виконання вправи. Учасникам необхідно взяти себе за лікоть та написати в повітрі своє ім'я. Потім іншим ліктем – своє прізвище, ті, хто виконав, підносять руку догори. Після цього учасники своїм правим стегном пишуть ім'я найкращого друга, а лівим – ім'я людини, якою захоплюються. І останнє – спробувати головою написати дату свого народження. Ті, хто виконав – підносять обидві руки над головою.

Вправа «**Засоби масової інформації**»

Мета: познайомити учасників із поняттям «засоби масової інформації», актуалізувати знання щодо засобів масової інформації.

Час проведення: 20 хв.

Хід проведення: Дуже часто ми чуємо слова «засоби масової інформації».

- Що таке засоби масової інформації?
- Які джерела інформації зазвичай відносять до засобів масової інформації?
- З якими джерелами масової інформації ви зустрічаєтесь у повсякденному житті?
- Які позитивні наслідки від взаємодії із засобами масової інформації?

Що ми отримуємо від ЗМІ?

Тренер надає визначення засобів масової інформації та коротку історію їхнього виникнення.

Засоби масової інформації – це установи, створені для відкритого, публічного поширення за допомогою спеціального технічного інструментарію різноманітних відомостей будь-яким особам.

Термін «ЗМІ» відносно новий, вперше він з'явився в документах ООН 1946 року. Тисячу років тому людина могла поширювати інформацію за допомогою 4 засобів: усної мови, музики, живопису та писемної мови. З плином часу кількість засобів передачі інформації почала швидко збільшуватися: у XV столітті з'являється друкована книга, у XVII – газети та журнали. У XIX ст. (1893 р.) Т. Едісон, використовуючи досягнення в галузі фотографії, створив кінетоскоп – апарат, який дозволяв людині відчувати явище руху, розглядаючи через окуляр послідовні фази стану об'єкту зйомки, які були одержані на кіноплівці. Брати Люм'єр вперше публічно продемонстрували кінофільм наприкінці грудня 1895 р. У XX ст. (20-ті роки) у суспільстві почало широко застосовуватися радіо. Перші експериментальні телеприймачі з'явилися наприкінці 1930-х р., а поширюватися вони почали після 1945 р. Наприкінці XX століття з'явилася мережа Інтернет.

Потрібно зазначити, що перші ЗМІ (газети, журнали) вимагали освіченості користувачів, сучасні (радіо, телебачення) її не потребують.

Обговорення: для чого ми виконували цю вправу?

Сесія II

Вправа «Стереотипи»

Мета: ознайомити учасників із поняттям «стереотип», розглянути види стереотипів.

Час проведення: 45 хв.

Обладнання: маркери, аркуші фліпчарту.

Хід проведення: розподіл учасників на групи. Кожній групі необхідно пригадати відому всім казку та вибрати 1 персонаж (людину), «портрет» якої потрібно відтворити (пригадати зовнішній вигляд, одяг, характер, вік). Презентація групових наробок. Щойно було створено стереотипи. *Обговорення:* Яким чином можна визначити поняття «стереотип»? Тренер записує визначення, що наводяться та пропонує точне визначення.

*Інформаційне повідомлення (7 хв.)***Інформаційне повідомлення****Стереотипи**

Досить часто ми можемо спостерігати стереотипи на телебаченні. Оскільки більшість телевізійних програм доволі короткі, а ефірний час дуже дорогий, потрібно, щоб ідентифікація їхніх героїв та персонажів відбувалася глядачами настільки швидко, наскільки це можливо. Щоб досягнути цього, сценаристи часто використовують стереотипи. **Стереотип – це фіксований чи умовний образ однієї людини чи групи людей.** Стереотипи в більшості випадків спираються на модель поведінки чи манеру одягатися, яку швидко пізнають і розуміють. Наприклад, коли ми бачимо людину в білому халаті зі стетоскопом на шиї, ми розуміємо, що ця людина – лікар. Інколи наша думка про якусь людину чи групу людей є досить стереотипізованою. Стереотип буває як позитивним, так і негативним.

Загалом, стереотипи менш реальні, більш яскраві та більш передбачувані, ніж їхні реальні прототипи. Наприклад, типовий чоловічий стереотип, – це «справжній чоловік», який любить пригоди, впевнений у собі, розумний та непохитний. Такий стереотип використовується для того, щоб персонаж або героя було легко запам'ятати та пізнати. Негативним наслідком багаторазового спостереження такого стереотипу є те, як потім сприймають усіх чоловіків узагалі. Стереотип «справжнього чоловіка» звужує уяву про те, яким повинен бути чоловік, що він повинен робити. Він формує очікування типової чоловічої поведінки в жінок та дітей, та навіть впливає на уявлення самих чоловіків про те, якими вони повинні бути і як повинні поводитися.

Засоби масової інформації зробили свій внесок і у формування жіночого стереотипу, згідно з яким кожна жінка повинна бути чиєюсь дівчиною, дружиною чи подругою. ЗМІ займаються формуванням стереотипів, пов'язаних зі статтю і в дітей – дівчатка повинні гратися ляльками, а хлопці – займатися

спортом, та формують уяву про те, що усі діти повинні бути гарненькими та розумними, розмовляти, як розумні дорослі.

У засобах масової інформації також поширені культурні та класові стереотипи. Наприклад, ЗМІ кожної країни формує стереотип не дуже привабливої національної меншості (чукчі, грузини, чеченці) та привабливої, розумної більшості.

Оскільки стереотипізація може призвести до того, що у людини формується неправильне сприйняття деяких соціальних груп, саме тому необхідно навчитися розпізнавати стереотипи, розуміти ролі, які вони відіграють у засобах масової інформації.

Брейн-стормінг:

– Які ще стереотипи ми можемо спостерігати в засобах масової інформації?

Тренер записує перелічені стереотипи на фліпчарті.

Розподіл учасників на групи. Кожній групі потрібно обрати казку з відомими персонажами, яких легко пізнати. Потім кожна група презентує сценку з цієї казки, не використовуючи стереотипи. (Наприклад, жорстока Попелюшка, яка знущається над своєю мачухою та сестрами, чи Червоний Капелюшок, яка заробляє на життя, полюючи на вовків).

Вправа «Я пізнаю тебе...»

Мета: закріпити вміння розпізнавати стереотипи.

Час проведення: 10 хв.

Обладнання: аркуші А-4, маркери.

Хід проведення: учасники отримують папірці з переліченими стереотипами, що зустрічаються в засобах масової інформації (поліцейський, злодій, вчений, рок-зірка, вчитель, модель, підліток, українець, італієць, француз, людина похилого віку, мати, батько, маленька дитина). Необхідно

зазначити основні риси даного стереотипу та намалювати його. *Обговорення:* для чого ми виконували цю вправу? Які висновки можемо зробити?

Вправа «Розшукується»

Ця вправа є вправою-«замінником» вправи «Я пізнаю тебе...»

Мета: закріпити вміння розпізнавати стереотипи.

Час проведення: 20 хв.

Обладнання: аркуші фліпчарту, маркери, кольоровий папір.

Хід проведення: розподіл учасників на групи. Кожна група створює оголошення «Розшукується» про будь-який стереотип (не називаючи його), в оголошенні потрібно вказати, чому цей стереотип розшукується, як він виглядає і поводить, зазначити місця де він може з'явитися або де його можна знайти, та намалювати його портрет. Відбувається презентація оголошень, а іншим учасникам потрібно здогадатись, який саме стереотип розшукується. *Обговорення:* Які думки у вас виникали під час проведення вправи? Які висновки ми можемо зробити, виконавши цю вправу?

Вправа «Знайди відмінності»

Мета: сприяти усвідомленню відмінностей між реальними людьми та стереотипами, що пропонують засоби масової інформації.

Час проведення: 20 хв.

Обладнання: аркуш паперу А-4, маркери.

Хід проведення: поділити аркуш навпіл, з одного боку написати «Батьки», «Підліток», з іншого – «ЗМІ-Батьки» та «ЗМІ-підліток». Порівняти реальних батьків та реальних підлітків, та батьків і підлітків, якими їх зображують ЗМІ. *Обговорення:* які відмінності між реальними людьми та стереотипізованим зображенням? Що спільного? Які висновки ми можемо зробити?

Вправа на активізацію «Титанік»

Мета: сприяти створенню позитивної атмосфери в групі.

Час проведення: 10 хв.

Хід проведення: учасники розбиваються на пари й отримують аркуші з назвами відомих фільмів. Перший учасник малює «підказки», другий угадує, про який фільм іде мова. Потім учасники міняються місцями.

Вправа «Герої та героїні»

Мета: проаналізувати гендерні стереотипи в засобах масової інформації.

Час проведення: 20 хв.

Хід проведення. *Обговорення*: – Кого рятують герої у відомих кінострічках чи телепередачах? – Кого завжди намагаються скривдити злодії?

Людина, яку намагаються скривдити і яка потребує захисту, називається віктимом. У більшості кінострічок віктим і героїня – це одна й та ж людина. Героїня частіше за все – це безпомічна жінка, яку рятує та захищає герой. На відміну від героя, героїня досить рідко скоює героїчний учинок, вона тільки спостерігає за героїчними вчинками героя.

- Згадайте відомі жіночі персонажі, яких рятували та захищали герої та тих, які осторонь спостерігали за їхніми діями.
- Чому вчать такі фільми та передачі дівчат і жінок?
- Чому вчать такі фільми хлопців і чоловіків?
- Про що це свідчить?

Сесія III

Вправа на активізацію «Лист на руці»

Мета: підвищити концентрацію уваги учасників.

Час проведення: 5 хв.

Хід проведення: розподіл учасників на пари, учасники стоять один навпроти одного. Той, хто вище (або раніше народився), закриває очі. Він простягає

праву руку вперед догори долонею. «Зрячий» учасник пише на долоні окремі друковані літери, слова друкованими літерами, які відгадує «сліпий» учасник, потім можна перейти до слів писаними літерами. Перед тим, як писати нову літеру чи слово – потрібно «стерти» стару. Потім учасники міняються місцями.

Вправа «Ідеальне тіло»

Мета: ознайомитись із впливом засобів масової інформації на сприйняття власного тіла.

Час проведення: 60 хв.

Хід проведення: Заповнення бланку «Дзеркало». *Обговорення*: – Яких людей ми вважаємо красивими? Відповіді групи записуються на фліпчарті. Після цього відбувається поділ учасників на групи. Кожна група створює колаж «Ідеальне тіло» за допомогою журналів. Презентація наробок кожної групи.

Інформаційне повідомлення тренера.

Інформаційне повідомлення

Людям необхідно знати про те, як суспільство тисне на них, прищеплюючи їм певні стандарти краси (бути високим та худорлявим, не мати зайвої ваги). Цей тиск з боку суспільства відбувається завдяки засобам масової інформації, саме вони формують уяву про те, як люди повинні виглядати і негативне ставлення до тих, хто не відповідає таким стандартам.

Чому це відбувається? Необхідно зазначити, що різні суспільства в різні часи мали власні стандарти краси. Майже до ХХ-го століття європейці захоплювалися повнуватими жінками, бо вони здавалися їм більш красивими та здоровими. Для одного суспільства вродливим був малий зріст, для іншого – високий, у одному гарно було бути смаглявим, в іншому – світлошкірим, в одному – худорлявим, в іншому – повнуватим.

Сьогодні ми живемо в суспільстві, де однією з найпривабливіших рис є худорлявість, тому майже всі його члени бажають бути худими (включаючи 80% 11-річних дітей), але насправді мають зайву вагу, і яке не приймає повних

людей. Згідно з проведеним дослідженням шестирічні діти вже вважають людей із зайвою вагою лінивими, гидкими, дурними.

Вивчати уявлення про красу в різні епохи можна за допомогою картин. Наприклад, портрети жінок Вікторіанської епохи свідчать про те, що красивими вважалися жінки з викривленим скелетом, який деформувало носіння корсету. Найголовнішою рисою китайських красунь були маленькі ноги, тому їм не давали рости за допомогою спеціальних пристроїв.

Дослідження жінок, які були на обкладинці журналів та учасниць міжнародних конкурсів краси, засвідчило, що модні вага та пропорції тіла кардинально змінилися між 1959 та 1979 роками. За ці двадцять років середня вага жінок, особливо молодих, збільшилася, а вага моделей зменшилася. Це було початком розбіжності між ідеалом та реальністю, яка потім тільки збільшувалася.

На такий тиск суспільства жінки відповідали дієтами. Згідно з дослідженням Нельсона у 1978 році 56% жінок віком від 24 до 54 років періодично знаходилися на дієті. Із них 76% робили це не за порадою лікаря, а заради краси. Інше дослідження засвідчило, що тільки 17% жінок дозволяють собі їсти те, що їм хочеться. Більше 80 відсотків жінок не задоволені своїм тілом, а на дієту сідають і 9 річні дівчатка і 90 річні бабусі. Не дивно, що жінки, яким постійно нагадували про дієту почали почувати себе винними щось з'їдаючи.

Чоловіків також не минула ідея про ідеальне тіло. Роки розглядання в газетах, журналах, на телебаченні «накачаних» тіл призвели до появи рекордної кількості підлітків, які не виходили з спортзалів, бажаючи отримати ідеальне тіло. Занепокоєність виглядом власного тіла стало причиною того, що деякі чоловіки роблять ранкові вправи, а інші зловживають стероїдами.

Не останню роль у цьому відіграла реклама. Худорляві, привабливі жінки та чоловіки, рекламують дорогі речі, викликаючи підсвідомий зв'язок між худорлявістю та багатством і щастям. У музикальних кліпах мускулісті чоловіки та худорляві жінки сприяють виникненню зв'язку між

мускулистістю/худорлявістю та сексуальною привабливістю. Фільми, у яких люди із зайвою вагою грають не кращі ролі, формують міф про те, що люди із такою вагою – бідні, нещасні, нездорові.

Обговорення: – чи означає бути красивим – бути здоровим? Що робить наше тіло здоровим?

– До яких наслідків може призвести бажання мати «ідеальне» тіло?

Серед перелічених наслідків можуть бути названі: травні розлади; заняття спортом із завеликим навантаженням; паління; уживання лікарських препаратів, щоб контролювати почуття голоду; формування низької самооцінки, депресія.

Вправа «Квадратики»

Мета: сприяти більш критичному ставленню до стандартів краси, які нав'язують засоби масової інформації.

Час проведення: 15 хв.

Обладнання: 90 квадратиків блакитного кольору та 10 білого.

Хід проведення: зібрати з усіх квадратиків великий блакитний квадрат із меншим білим квадратиком всередині.

Насправді тільки незначна частка населення має вигляд таких людей, яких ми бачимо у ЗМІ. Навіть якщо ви колись зустрінете знаменитість, ви побачите, що вона дуже відрізняється від свого зображення на телебаченні. Це відбувається тому, що образи людей у засобах масової інформації ретельно конструюються – їх знімають у певному положенні, щоб вони були більш привабливими, на них накладають велику кількість гриму, використовують спеціальне освітлення. Іноді навіть використовується монтаж, коли частини тіла однієї людини, замінюють частинами тіла іншої. Та не зважаючи на все це, на нас досить сильно впливає образ, створений ЗМІ. Чи потрібно бути схожим на «штучний» образ?

Підбиття підсумків дня

Мета: актуалізувати отриману інформацію, одержати зворотний зв'язок.

Час проведення: 15 хв.

Хід проведення: учасники відповідають на поставлені запитання. Яка інформація була для вас сьогодні новою? Виконання якої вправи було для вас найбільш значущим? Чому?

Вправа «Зворотний кадр»

Мета: актуалізувати отриману в I день інформацію.

Час проведення: 15 хв.

Хід проведення: Учасникам необхідно пригадати у зворотному напрямку всі вправи, що виконувалися в перший день. Особливу увагу приділити прийнятими правилами.

– Для чого ми виконували це завдання?

Вправа «Що таке насилля?»

Мета: дати визначення поняттю «насилля», розглянути види насилля та наслідки спостереження за насиллям.

Час проведення: 35 хв.

Хід проведення. Обговорення: ми часто чуємо слово насилля. Що воно позначає? На вашу думку, які бувають види насилля? Учасникам необхідно врахувати фізичне насилля й емоційне. До емоційного належать: крик, приниження, надання прізвиськ, пошук «крайнього, винного» – перенесення агресії на іншу, невинну людину. До фізичного: погрози, штовхання, удари, нанесення ран. Чи справляє емоційне насилля такий же вплив, як і фізичне? Як на вашу думку спостереження за насиллям у засобах масової інформації впливає на людину, особливо підлітків? Вони можуть почати вважати світ небезпечним; вони вважають насилля нормальною частиною життя; можуть почати думати, що насилля – це спосіб вирішення багатьох проблем; у них може виникнути бажання скопіювати те, що вони бачили. Потрібно

враховувати процес звикання, чим більше насилля вони бачать, тим більше насилля їм потрібно для розваги, підтримання інтересу.

Інформаційне повідомлення тренера.

Інформаційне повідомлення

Вплив телевізійного насилля на підлітків

Психологічні дослідження засвідчили, що телевізійне насилля впливає на підлітків так: імітація насилля та злочинів, які демонструються на телебаченні (копіювання насилля), зменшення чуттєвості до насилля та агресії, зменшення контролю над своєю агресивністю, здійснення імпульсивних вчинків, зменшення контактів з однолітками та дорослими, які виступають за ненасильницькі способи розв'язання конфліктів. Насилля також впливає на емоційний світ дітей та підлітків – вони стають не чуттєвими до проявів насилля у реальному житті, починають вважати навколишній світ небезпечним та використовують насилля для рішення конфліктів. Деякі дослідники ведуть мову про те, що спостереження насилля на телеекрані сприяє тому, що людина вже не має бажання здійснити його в реальному житті. Але ця гіпотеза не дістала підтвердження. Діти різного віку сприймають та розуміють телевізійне насилля по-різному. Потрібно зазначити, що сприйняття телевізійного насилля залежить ще й від кількості побачених сцен з елементами насилля та від попереднього життєвого досвіду.

У підлітковому віці (від 10 до 15 років), інтерес до телебачення виявляє не дуже велика кількість підлітків, оскільки у цьому віці ведучою діяльністю є спілкування, інтерес зосереджений у сфері здобуття незалежності, першого кохання та спілкування з протилежною статтю. Підлітки найчастіше дивляться музикальні канали, фільми жахів та (особливо хлопці) порнографічні фільми, намагаючись там знайти відповіді на свої запитання, що має здебільшого негативні наслідки.

Підлітки вже добре відрізняють телевізійний світ від реального, менше ідентифікують себе з головними героями. Та залишається невеликий відсоток тих, хто вірить у реальність телевізійного світу, ідентифікують себе з головними героями, які часто виявляють агресію. Такі підлітки поводять себе більш агресивно, ніж усі інші. Оскільки для цього віку характерно йти проти авторитету, прийнятої поведінки, робити виклик суспільству, підлітки можуть імітувати прояви насилля, злочини та навіть суїцид, який вони бачили по телебаченню. Однак, це характерно для невеликого відсотка підлітків.

– Які ваші враження від виконання вправи? Що для вас було відомим, а що новим?

Вправа на активізацію «Град»

Мета: сприяти створенню позитивної атмосфери в групі.

Час проведення: 5 хв.

Хід проведення: учасники починають повільно терти долонями одна об одну – починається дощ, потім швидкість збільшується – сильний дощ, потім учасники починають повільно тупотіти ногами – почався град, тупотіння прискорюється – сильний град. Потім град і дощ ущухають.

Обговорення: – Чи були б град і дощ, якби цю вправу виконувала 1 людина? Якщо говорити про насилля, яке ми спостерігаємо, чи був би його вплив таким же сильним, якщо б людина спостерігала його одноразово?

Вправа «Детективи»

Мета: проаналізувати насилля, що трапляється у засобах масової інформації.

Час проведення: 20 хв.

Хід проведення: Обговорення: Детективи часто збирають інформацію по крихтах, аналізуючи дрібні деталі. Давайте спробуємо проаналізувати насилля. – Який вид насилля використовується частіше/рідше в засобах масової інформації?

- Що відбувається у фільмі (телепередачі), коли демонструється насилля? (Яка музика? Звукові ефекти? Які кольори?). На вашу думку, чому це відбувається?
- Хто частіше використовує насилля у фільмах – жінки чи чоловіки? Молоді чи старші за віком люди? Меншість чи основне населення?
- Хто більше страждає від насилля – чоловіки чи жінки? Молоді чи люди середнього віку? Меншість чи основне населення?
- Як на вас впливає наявність (відсутність) насилля у фільмі чи передачі?
- Чому ми виконували цю вправу?

Вправа «Ми-експерти»

Мета: виявити думку учасників щодо ранжування фільмів та передач за категоріями.

Час проведення: 20 хв.

Хід проведення: Учасники діляться на групи та заповнюють бланки «З якого віку можна дивитися фільми та передачі з насиллям?». Потім група розробляє власну вікову шкалу для передач і фільмів. Скільки насилля повинно бути в передачах, розрахованих на дітей, підлітків, молодь, дорослих. Презентація роботи групи.

- Що спільного було в наробках груп? – За цією шкалою, до якої групи відносять 5 ваших улюблених фільмів чи передач? – Які висновки ми можемо зробити?

Вправа на активізацію «Перешкоди»

Мета: активізувати учасників групи.

Час проведення: 10 хв.

Хід проведення: 2 учасники стають на відстані 1,5 м один від одного – вони «бар'єри». 1 учасник – помічник, він допомагає учасникам, у яких виникнуть труднощі. Інші учасники стають у чергу, заплющують очі, їм необхідно обминути бар'єри у формі вісімки.

– Для чого ми виконували цю вправу? – Що потрібно для того, щоб успішно виконати завдання? (знати місцезнаходження бар'єрів тощо). – Яким чином ми можемо віднести це до засобів масової інформації?

Вправа «Реклама»

Мета: дати визначення поняттю «реклама», розглянути види та характерні особливості реклами.

Час проведення: 40 хв.

Хід проведення. *Обговорення*: Ми зустрічаємося з рекламою кожного дня, яке визначення ми можемо дати цьому поняттю? – Для чого потрібна реклама? Поділ учасників на групи. Групам необхідно зробити рейтинг реклами, відповісти на запитання: На рекламу якої продукції ви натрапляєте найчастіше? Наскільки привабливою є ця реклама? Наскільки корисною для здоров'я є продукція, що рекламується? Які наслідки споживання продукції, що рекламується?

Потім групи презентують свої рейтинги, виводить спільний рейтинг.

– Які бувають види реклами? (необхідно, щоб учасники зазначили, що реклама буває прямою та прихованою).

– Яким чином виробники реклами привертають нашу увагу до неї? (більш гучний звук, яскраві кольори тощо)

– Чи є відмінності між тим, який вигляд має продукція в рекламі та в реальному житті?

Вправа «Формула реклами»

Мета: проаналізувати «формулу реклами».

Час проведення: 20 хв.

Хід проведення: розподіл учасників на групи. Кожній групі необхідно проаналізувати рекламу в журналах, пригадати телевізійну рекламу і вивести «формулу» реклами. З якими загальнолюдськими цінностями пов'язують виробники реклами свою продукцію? З якими потребами людини? (купи це – і

в тебе буде багато друзів, ти станеш щасливим, в тебе буде гарна дівчина, гарна робота тощо). Презентація наробок груп і виведення загальної «формули».

- Наскільки обіцянки реклами реалізуються?
- Яким ще чином можна досягнути всього, що пропонує реклама – завести друзів, бути здоровим і привабливим.

Вправа «Антиреклама»

Мета: сприяти більш критичному ставленню до реклами.

Час проведення: 30 хв.

Хід проведення: розподіл учасників на групи. Групам необхідно змінити щось у загальновідомій рекламі (назву, зображення, деталь) так, щоб вона стала антирекламою. Зробити колаж чи малюнок. Презентація роботи групи.

- Які висновки можна зробити, виконавши цю вправу?

Вправа «Попередження»

Мета: сприяти більш критичному ставленню до засобів масової інформації.

Час проведення: 15 хв.

Хід проведення: учасникам необхідно написати попередження для дітей про те, як небезпечно вірити всьому, що транслюється у ЗМІ. Необхідно назвати мінімум 5 передач або журналів, газет чи інших одиниць засобів масової інформації, яким особливо не варто довіряти.

Підбиття підсумків тренінгу

Заповнення анкет.

- Наскільки були досягнуті очікування?
- Яка інформація була новою, корисною?

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

ДОДАТОК Б

ПАМ'ЯТКА ДЛЯ БАТЬКІВ



Інформація для роздумів. Згідно з результатами опитування учнів 5–10 класів міських шкіл України щодо їхніх інтересів в Інтернеті 70% зазначили, що вони приховують від батьків, що саме вони роблять у мережі. У той же час 100% батьків зазначили, що вони знають, яку інформацію переглядала дитина в мережі Інтернет. *

* Алексєєнко Т. Ф., Кушнар'єв С. В.
Ризикована поведінка : посібник. Вінниця:
Фірма Планер, 2013. 172 с.

1. Люди, а не комп'ютер і телевізор мають бути найкращими друзями вашої дитини.
2. Установіть комп'ютер у місці, доступному для всіх членів родини. Це полегшить контроль за його використанням.
3. Складіть разом із вашою дитиною правила безпечного використання мережі Інтернет і розмістіть їх біля комп'ютера.
4. Обмежуйте час користування мережею, гру на комп'ютері, планшеті, смартфоні, перегляд телебачення тощо. Тривале перебування біля комп'ютера, телевізора шкодить фізичному (короткозорість, порушення постави) та психічному здоров'ю.
5. Використовуйте програми батьківського контролю в комп'ютері, смартфоні.
6. Будьте другом своєї дитини, щоб вона могла обговорити з вами все, що її непокоїть та лякає в мережі. Розробіть алгоритм дій дитини при зіткненні з шахрайством, знущаннями, сексуальними домаганнями в мережі.
7. Залучайте дитину до інших видів діяльності – занять спортом, танцями, творчості, спілкування з друзями в реальному житті.
8. Для нормального фізичного розвитку дитина має неорганізовано займатися фізичними вправами не менше години кожного дня.
9. Заохочуйте перебування дитини на свіжому повітрі, прогулянки.
10. Учíte дитину критично ставитися до інформації, яку вона отримує із мас-медіа. Не всьому, що нам повідомляють, що ми бачимо, можна довіряти.

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

ПРАВИЛА БЕЗПЕЧНОЇ РОБОТИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

<p>Я зупиняюсь, перш ніж завантажити файл з Інтернету</p>	<p>Я думаю, перш ніж клікнути на посилання</p>	<p>Мій пароль складається з ЛІТЕР Цифр 9437 та Символів #&\$</p>
		

ПРАВИЛА БЕЗПЕЧНОЇ РОБОТИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

<p>Я уникаю безкоштовних акцій, лотерей, розіграшів</p>	<p>Я не ображаю інших користувачів мережі</p>	<p>Я не повідомляю у мережі свої особисті дані (ім'я, прізвище, адресу, номер школи,..)</p>
		

ПРАВИЛА БЕЗПЕЧНОЇ РОБОТИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

<p>Я ніколи не погоджуюсь на особисту зустріч із Інтернет- знайомим</p>	<p>Я не викладаю фотографії інших людей без їхньої згоди</p>	<p>Я повідомляю батькам, якщо щось у мережі мене лякає, бентежить</p>
		

ПРАВИЛА БЕЗПЕЧНОЇ РОБОТИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

<p>Я залишаю сайти із протиправним, агресивним змістом</p>	<p>Я поважаю авторські права</p>	<p>Я завжди перевіряю достовірність інформації</p>
		

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

ВПЛИВ ЗМІ НА ОСОБИСТІТЬ

Засоби масової інформації (ЗМІ) є невід'ємною частиною життя сучасних підлітків. Їхній вплив на особистість може мати як позитивний, так і негативний характер. З одного боку, за допомогою ЗМІ людина отримує доступ до інформації, яка необхідна для навчання та саморозвитку; навчається просоціальній поведінці; отримує можливості для спілкування без обмежень; для відпочинку. З іншого боку, вчені виокремлюють низку негативних наслідків взаємодії з мас-медіа. Характер впливу ЗМІ на людину залежить від багатьох факторів: віку людини; фізичного та психічного здоров'я; досвіду. Одним із найвагоміших факторів, що визначають характер впливу ЗМІ на дитину чи підлітка, є сформованість **КРИТИЧНОГО СТАВЛЕННЯ** до інформації мас-медіа.

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ЗМІ НА ОСОБИСТІСТЬ

1. Вплив на пізнавальні процеси:
 - Формування викривленої картини світу (світ може сприйматися як ворожий, небезпечний).
 - «Шаблонне» мислення, формування стереотипів.
 - Втрата умінь та навичок аналізу інформації через надмірну легкість отримання «готової» інформації (домашніх завдань, контрольних робіт, рефератів та ін.).
 - Звуження кола інтересів.
2. Вплив на емоційну сферу:
 - Підвищення рівня тривожності.
 - Підвищення рівня агресивності.
3. Вплив на систему цінностей:
 - Домінування матеріальних цінностей над загальнолюдськими (життя, здоров'я, сім'я, любов, дружба, чесність, людяність, свобода, праця, справедливість та ін.).
4. Вплив на поведінку:
 - Виникнення Інтернет-залежності.
 - Негативне ставлення до власного тіла, зовнішності (внаслідок стереотипних стандартів краси).
 - Зміни харчової поведінки (анорексія, булімія), надання переваги нездоровому харчуванню та збільшення маси тіла (наслідок впливу реклами).
 - Зміна споживацької поведінки (потреба у придбанні непотрібних речей, гаджетів).
 - Віктимна поведінка внаслідок недотримання правил безпечної роботи в мережі Інтернет.
 - Зменшення фізичної активності та виникнення захворювань (короткозорість, захворювання опорно-рухового апарату, депресії та ін.).
 - Використання шаблонів агресивної поведінки (наслідок впливу сцен насильства).
 - Відволікання від навчальної та інших просоціальних видів діяльності (спорт, творчість та ін.).

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

Анкета діагностики Інтернет-залежності підлітка батьками

Інструкція. Ознайомтеся, будь-ласка, із запропонованими твердженнями. Якщо ви погоджуєтесь з ними, дайте відповідь «так», якщо не погоджуєтесь – «ні».

1. Я помітив, що моя дитина почала більше часу проводити в Інтернеті.
2. Останнім часом моя дитина не виходить гуляти та не зустрічається з друзями, оскільки весь вільний час проводить в Інтернеті.
3. Моя дитина намагається сидіти в Інтернеті вночі, коли думає, що я сплю.
4. Моя дитина агресивно реагує на мої спроби «відірвати» її від Інтернету.
5. Моя дитина намагається проводити в Інтернеті кожну вільну хвилину.
6. Моя дитина переконана в тому, що її життя неможливе без Інтернету.
7. Моя дитина вважає, що найцінніше в житті – це Інтернет.
8. Моя дитина почала більше спілкуватися з друзями в соціальних мережах, ніж особисто.
9. Моя дитина вважає, що найцікавіший спосіб проводити час – це перебувати в Інтернеті.
10. Коли я оцінюю свою дитину до та після того, як вона почала користуватись Інтернетом, то помічаю негативні зміни.
11. Моя дитина стала замкнутою після того, як почала користуватись Інтернетом.
12. Мені не подобається як саме моя дитина проводить час в Інтернеті.
13. Я помічаю, що перебування в Інтернеті негативно впливає на мою дитину.
14. Часто перебуваючи в Інтернеті моя дитина забуває про свої обов'язки.
15. Через захоплення Інтернетом моя дитина почала гірше вчитися.

Обробка результатів. Кожна відповідь «так» оцінюється в 1 бал.

Підраховується загальна сума балів, що інтерпретується за такою схемою:

- 0 – 3 бали – Інтернет-залежність відсутня;
- 4 – 6 балів – схильність до Інтернет-залежності;
- 7 – 15 балів – наявні ознаки Інтернет-залежності.

Джерело: О. Камінська. Психологічні основи Інтернет-залежності молоді.

Дис. на здобуття наук. ступеня доктора псих. наук. Одеса, 2016. 822 с.

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ

1. Зберігати стосунки з дитиною, що базуються на розумінні та взаємній повазі. Ваша дитина має бути впевнена, що ви прийдете на допомогу, а не просто будете критикувати її дії.
2. Знаходити час, щоб поспілкуватися з дитиною та провести дозвілля разом (театр, музеї, виставки, прогулянки, фізична активність на свіжому повітрі тощо).
3. Заохочувати спілкування підлітків з друзями та фізичну активність, прогулянки. Знати найближче оточення своєї дитини, коло її спілкування.
4. Залучати підлітків до таких видів діяльності, як спорт (гуртки та секції з різних напрямів), творчість (малювання, музика, театральний гурток), волонтерська діяльність, участь у діяльності неурядових організацій (Національна організація скаутів України, організації екологічного спрямування та ін.).
5. Спілкуватися з класним керівником, соціальним педагогом, шкільним психологом не лише з приводу академічної успішності, а й щодо відносин дитини з однокласниками.
6. Розробити правила використання засобів масової інформації та стежити за їхнім дотриманням.
7. Використовувати програми батьківського контролю.
8. Знати ознаки Інтернет-залежності, залежності від гаджетів, азартних ігор і в разі їх виявлення звернутися до фахівця (психолог, психіатр).
9. Навчити підлітка критично ставитися до засобів масової інформації. Сприяти формуванню вмінь і навичок критичного аналізу інформації мас-медіа.
10. Удосконалювати власні уміння і навички критичного аналізу повідомлень ЗМІ.

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

Ознаки Інтернет-залежності підлітків

1. Роздратування та тривога при неможливості вийти в Інтернет.
2. Зневажання діяльності поза мережею.
3. Занедбаня родинних та дружніх обов'язків.
4. Низька здатність висувати цілі, що стосуються реального життя.
5. Ейфорія при використанні Інтернету та негативні емоційні стани під час виходу з мережі.
6. Нездатність скоротити перебування в мережі.
7. Деадаптованість, невпевненість у собі, тривожність, замкнутість, емоційна нестабільність, низький самоконтроль, схильність до депресій.

Залежність від комп'ютерних он-лайн ігор

Пункти 1-7 та

8. Приділення значної кількості часу комп'ютерним іграм.

Залежність від соціальних мереж

Пункти 1-7 та

9. Перенесення комунікативної активності в Інтернет-середовище.
10. Постійний перегляд новинок в соціальній мережі.
11. Постійне оновлення статусів і фото.
12. Нездатність уявити життя без використання соціальних мереж.

Залежність від соціальних мереж від он-лайн гемблінгу та шопінгу в інтернет-магазинах

Пункти 1-7 та

13. Дискомфорт при відсутності можливості пограти в азартну гру чи зробити покупку.
14. Нездатність контролювати скільки грошей витрачається в мережі.
15. Мотиваційна спрямованість використання інтернету для отримання адреналіну чи зняття стресу.

Джерело: О. Камінська. Психологічні основи Інтернет-залежності молоді.

Дис. на здобуття наук. ступеня доктора псих. наук. Одеса, 2016. 822 с.

Корисні посилання,

що містять інформацію з питань медіаосвіти, новинної грамотності, критичного аналізу інформації мас-медіа:

1. Матеріали з медіапросвіти населення громадської організації «Детектор Медіа». Режим доступу: <http://ms.detector.media/mediaprosvita/kids/>
2. Он-лайн курс «Новинна грамотність». Режим доступу: <http://www.video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22>
3. Навчальна он-лайн гра «Медіазнайко». Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/Game/index.html>
4. Путівник із батьківського посередництва «Батьки, діти та медіа», видання Академії Української Преси. Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/putivnik-iz-batkivskogo-poseredni/>
5. Матеріали Лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти. Режим доступу: <http://mediaosvita.org.ua/biblioteka/>
6. Матеріали проекту Media IQ (Твій Медійний Інтелект). Режим доступу: <http://media-iq.tilda.ws/books>

Джерело: складено автором самостійно

Приклади безкоштовних програм, що можуть використовуватися для батьківського контролю:


1. Програми-фільтри для контролю контенту мережі Інтернет: Adult Blocker (Parental control), обмежує доступ підлітків до сайтів, що містять дорослий контент та пропаганду насильства (режим доступу: adult-blocker.com), FamilyFriendly Parental Control (режим доступу: <https://familyfriendly.site/browser-plugin>) та інші.
2. Мультифункціональні програми (безпечний браузер, контроль часу, моніторинг чатів та соціальних мереж, перегляд матеріалів youtube та ін.), що можуть використовуватись як на ПК (ОС Windows), так і на смартфонах, планшетах (iOS, Android). Наприклад, Safe Lagoon (режим доступу:

<https://safelagoon.com/ru/download-android.html>, безкоштовна версія з обмеженою функціональністю), Screen Time Parental control (режим доступу: <https://screentimelabs.com/>, безкоштовні базові налаштування), Kids Zone – Parental Controls and Child Lock (режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ootpapps.kids.zone.app.lock&hl=uk>), Crawler Parental Control (режим доступу: <http://www.tucows.com/preview/503957/Crawler-Parental-Control>) та інші.

Функції батьківського контролю вбудовані в операційні системи Windows 7 Vista, Windows 10, необхідно лише їх налаштувати. Або можна завантажити безкоштовні додаткові програми, що дозволять обмежувати час перебування підлітка в мережі, переглядати контент, до якого звертався підліток протягом дня, які ресурси використовував. Майже будь-яку програму можна обійти, або знайти пристрій, на якому не встановлено функції батьківського контролю. Пошукові системи підкажуть способи, як відключити батьківський контроль. Тому найголовніше завдання – обговорити з підлітком небезпеку, що чекає на деяких сайтах, формувати у підлітка уміння та навички саморегуляції використання засобів масової інформації.

Джерело: складено автором самостійно

Кібербулінг, кібермобінг, можливості протистояння.

	<p>Кібербулінг – це прояви он-лайн агресії. Він включає розсилку повідомлень, відео, фотографій образливого, погрожуючого характеру, розповсюдження особистої інформації (правдивої і неправдивої), що принижує гідність жертви. Кібермобінг – якщо у он-лайн цькуванні приймає група людей.</p>
---	--

Профілактика:

- 1) бути уважним до дитини і її віртуальних практик;
- 2) час від часу відслідковувати он-лайн-репутацію дитини;
- 3) звертайте увагу на такі симптоми: погіршення настрою після розмови по телефону та використання мережі Інтернет; пропуски шкільних та інших групових зборів; зменшення спілкування з родиною, друзями, припинення звичних видів діяльності; бажання дитини припинити використання комп'ютера чи смартфона; зміни у настрої, поведінці, харчовій поведінці, сні.

Протистояння:

- 1) надати емоційну підтримку дитині/підлітку (похвалити за те, що наважилася розказати про ситуацію; сказати дитині, що це не її провина, що вона стала жертвою);
- 2) обов'язково повідомити класного керівника, соціального педагога, шкільного психолога. Кібербулінг може поєднуватися з булінгом у реальному житті.
- 3) заохочуйте дитину ігнорувати повідомлення агресора;
- 4) зберігайте, фотографуйте, роздрукуйте усі докази, що дитина є жертвою кібербулінгу, кібермобінгу;
- 5) блокуйте агресора (увімкніть на комп'ютері, смартфоні функцію блокування e-mail з адреси агресора, отримання текстових та інших повідомлень з телефону і т.д.);
- 6) заохочуйте дитину дотримуватися правил безпеки в мережі Інтернет, не ділитися ні з ким своїм фото, відео, які б вона не бажала оприлюднити серед однокласників, батьків, вчителів;
- 7) звернутися до Нацполіції, наприклад, до відділів ювенальної превенції.
- 8) звернутися на безкоштовну Національну «гарячу лінію» для отримання психологічної, правової консультації 0-800-500-225-772

Джерело: розроблено автором на основі вивчення теоретичних джерел (матеріали Unicef, прес-служби Нацполіції, Л.Найдьоновой, Т.Алексєенко)

ДОДАТОК В

Рангові значення для відповідних запитань анкети «Засоби масової інформації» та зведені результати перевірки однорідності вибірок респондентів експериментальної та контрольної груп

Рангові значення для запитань №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?» та №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?» анкети «Засоби масової інформації»

Запитання №8 «На скільки часто Ви дивитесь телебачення?»		Запитання №9 «На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?»	
Варіант відповіді	Ранг	Варіант відповіді	Ранг
кожного дня, 1 – 2 години на день	5	Кожного дня	6
кожного дня, 3 – 4 години на день	6	1 – 2 рази на тиждень	5
кожного дня, більше 5 годин на день	7	Інколи	4
1–2 рази на тиждень	3	Дуже рідко	2
1–2 рази на місяць	2	Ніколи	1
Зовсім не дивлюсь	1	Ваш варіант	3
Ваш варіант	4		

Джерело: складено автором самостійно

Рангові значення для рівнів агресивності, ворожості та тривожності підлітків

Агресивність		Ворожість		Тривожність	
Рівень	Ранг	Рівень	Ранг	Рівень	Ранг
Норма	1	Норма	1	Надмірний спокій	1
				Нормальний	2
Не норма	2	Не норма	2	Дещо підвищений	3
				Високий	4
				Дуже високий	5

Джерело: складено автором самостійно

Рангові значення для запитань №13 «На скільки легко Вам спілкуватися з іншими людьми?» та №16 «Ваша успішність за півріччя в середньому?» анкети «Засоби масової інформації»)

Запитання №13 «На скільки легко Вам спілкуватися з іншими людьми?»		Запитання №16 «Ваша успішність за півріччя в середньому?»	
Варіант відповіді	Ранг	Варіант відповіді	Ранг
Дуже легко спілкуватися з людьми, навіть із незнайомими	1	11 – 12 балів	1
Я спілкуюся, коли цього вимагає ситуація	2	9 – 10 балів	2
Я спілкуюся більше з добре знайомими людьми	3	7 – 8 балів	3
Мені складно спілкуватися з реальними людьми і легко спілкуватися в мережі	4	5 – 6 балів	4
Ваш варіант	5	менше 5 балів	5
		Ваш варіант	6

Джерело: складено автором самостійно

Класифікація коефіцієнтів кореляції

Значення коефіцієнту кореляції	Зв'язок
$0,9 < r_s \leq 1,0$	Дуже сильний
$0,7 < r_s \leq 0,9$	Сильний
$0,50 < r_s \leq 0,7$	Істотний
$0,3 < r_s \leq 0,5$	Помірний
$ r_s \leq 0,3$	Слабкий

Джерело: А.А. Кыверялг. Методы исследования в профессиональной педагогике. – Таллин: Валгус, 1980. 334с.

Зведені результати діагностування підлітків для перевірки однорідності вибірок респондентів експериментальної та контрольної груп

Критерії	\bar{X}	\bar{Y}	D_X^2	D_Y^2	$t_{\text{спостер.}}$	Висновки
Когнітивний	0,56	0,54	0,0576	0,0625	0,83	$t_{\text{спостер.}} < t_{\text{крит.}}$
Мотиваційно-ціннісний	0,51	0,50	0,068	0,073	0,16	$t_{\text{спостер.}} < t_{\text{крит.}}$
Діяльнісний	0,45	0,48	0,0625	0,0576	0,75	$t_{\text{спостер.}} < t_{\text{крит.}}$

Примітка: $t_{\text{критичне}} = 1,969$

Джерело: складено автором самостійно

Ступінь свободи для визначення критичних значень t_{α, n_1+n_2-2} щодо двох груп респондентів дорівнює 251 ($126 + 127 - 2 = 251$). Критичне значення t -критерія Стьюдента на рівні значущості $p = 0,05$ дорівнює 1,969. Встановлено, що критичне значення t -критерія Стьюдента більше, ніж розрахункове за кожним із критеріїв: для когнітивного критерію $t_{\text{критичне}} (1,969) > t_{\text{розрахункове}} (0,83)$; для мотиваційно-ціннісного критерію $t_{\text{критичне}} (1,969) > t_{\text{розрахункове}} (0,16)$; для діяльнісного критерію $t_{\text{критичне}} (1,969) > t_{\text{розрахункове}} (0,75)$.

ДОДАТОК Д

Програма подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків

Мета програми: сприяти зменшенню негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків, залучити їх до соціально-педагогічної діяльності у ЗЗСО.

Завдання програми:

1) за результатами діагностики батьків і підлітків визначити ефективні шляхи та методи подолання негативного впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків у ЗЗСО;

2) сприяти підвищенню обізнаності батьків та підлітків про негативний вплив ЗМІ на особистість;

3) впровадити у практику соціально-педагогічної роботи з підлітками у ЗЗСО форми і методи формування у них критичного ставлення до ЗМІ;

4) сприяти актуалізації загальнолюдських цінностей і розвитку комунікативних умінь і навичок підлітків за допомогою соціально-педагогічної роботи у ЗЗСО.

Форми та методи соціально-педагогічної роботи:

1) соціально-просвітницький тренінг; 2) дискусії; 3) аналіз проблемних ситуацій; 4) сюжетно-рольові ігри; 5) «круглий стіл»; 6) бесіди; 7) індивідуальні консультації; 8) самоспостереження та самоаналіз своєї поведінки підлітками; 9) виконання творчих завдань і проектів; 10) «case study».

Вимоги до суб'єктів реалізації програми.

Суб'єктами реалізації програми можуть бути соціальні педагоги, соціальні працівники, вчителі, психологи, волонтери, що мають психологічну або педагогічну освіту, студенти ВНЗ, що навчаються на спеціальностях «соціальна педагогіка», «соціальна робота», «психологія», «практична психологія».

Цільова група та принцип набору у групу.

Програма розрахована на підлітків 10-15 років (учнів 5-9 класів) та їхніх батьків. Набір учасників здійснюється за принципом добровільності. Рекомендовано для участі у тренінгу здійснювати поділ класу на підгрупи (15-20 чоловік) і мати сталий контингент учасників.

Рамкові умови.

Заняття рекомендовано проводити у світлому, просторому приміщенні, обладнаному стільцями, що можна переміщати. Необхідні матеріали: фліпчарт, кольові маркери, папір форматів А-3 та А-4, друкована преса (газети та журнали). Тривалість занять – 45 хв. Заняття з підлітками рекомендовано проводити один – два рази на тиждень. Групова робота з батьками проводиться під час батьківських зборів, індивідуальні консультації у спеціально призначений час. Можливе дистанційне проведення консультацій (e-mail, skype).

Прогнозовані результати реалізації програми:

- 1) наявність знань у батьків та підлітків щодо негативних наслідків впливу мас-медіа;
- 2) усвідомлення батьками та підлітками необхідності критичного ставлення до засобів масової інформації, що базується на засадах критичного мислення;
- 3) формування готовності до критичного аналізу інформації мас-медіа;
- 4) формування у підлітків умінь та навичок планування та саморегуляції використання засобів масової інформації;
- 5) усвідомлення підлітками важливості загальнолюдських цінностей та їх місце у системі ціннісних орієнтацій;
- 6) розвиток комунікативних умінь і навичок підлітків.

Список джерел, що використовувалися при розробці програми:

1. Алиева М. А., Гришанович Т. В., Лобанова Л. В., Травникова Н. Г. Я сам строю свою жизнь. Тренинг развития жизненных целей. СПб.: Речь, 2007. 216 с.
2. Балакірева О., Галустьян Ю. Здоров'я та поведінкові орієнтації української молоді: соціальний вимір. К.: Укр.ін-т соц. досліджень, 2005. 256 с.

3. Бугайова Н. М., Цап В. Й. Профілактика Інтернет-залежності обдарованих дітей. *Інноваційні технології навчання обдарованої молоді*: матеріали міждисциплінарної науково-практичної конференції (м. Київ, 02-03 грудня 2009 р.) Київ, 2009, С. 37–41.
4. Гончаренко Т. Підліток: як йому допомогти. К.: Редакції загальнопедагогічних газет, 2004. 120 с.
5. Гришаева Н. П. Социально-психологические аспекты влияния телевидения на дошкольников. *Начальная школа: плюс+минус*. 2001. № 8. С. 75–76.
6. Гусак П. М., Зимівець Н. В., Петрович В. С. Відповідальне ставлення до здоров'я: теорія та технології. Луцьк, 2009. 219 с.
7. Електронний ресурс. Матеріали Канадського центру медійної та цифрової грамотності MediaSmart. Режим доступу: <http://mediasmarts.ca/teacher-resources/digital-literacy-101>
8. Електронний ресурс. Не потони в інформаційному дощі. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів. Режим доступу: http://www.aup.com.ua/uploads/Short_version_CMLP_manual_ua.pdf
9. Емельянова Е. В. Психологические проблемы современного подростка и их решение в тренинге. СПб.: Речь, 2008. 336 с.
10. Кін Е., Георгеску М. Закладинки. Посібник з протидії мові ненависті онлайн через освіту з прав людини. Україна, 2016. 212 с.
11. Лемиш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. М.: Поколение, 2007. 304 с.
12. Малков Д. Ю. Соціалізація підлітків у клубних об'єднаннях за місцем проживання. Дис...канд. пед. наук: 13.00.05. Київ, 2005. 216 с.
13. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. К.: Центр Вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.
14. Небезпечні квести для дітей: профілактика залучення. К.: ТОВ «Агенство Україна», 2017. 76 с.

15. Основы теории коммуникации / Василик М. А. та ін. М.: Гардарики, 2003. 615 с.
16. Петрунько О. В. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі. Полтава: Укрпромторгсервіс, 2010. 480 с.
17. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді / упор. О.Яременко. К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2000. 111 с.
18. Снітко М. А. Компонентнісний підхід до діяльності підлітків у Інтернет-мережі. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету*. Чернігів, 2010. Вип. 84. С. 35–39.
19. Соціальна педагогіка / ред. Л.К. Грицюк, В.С. Петрович. Луцьк: Вежа, 1999. 193 с.
20. Сущенко І., Пометун О. Навчаємо мислити критично: посібник для вчителів / авт.-упор. І. Сущенко, О. Пометун. Дніпропетровськ: ЛПРА, 2016. 143 с.
21. Сходинки: просвітницько-профілактичні тренінгові заняття з підлітками / За наук.ред. І. Д. Зверєвої. К.: «Калита», 2010. 164 с.
22. Ткачова Т.М. Лабурцева О.І., Гребиниченко Р.В. Зовнішня реклама та соціальний захист неповнолітніх. К.: Наук.світ, 2006. 176 с.
23. Череповська Н.І. Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді. Кропивницький: ІМЕКС-ЛТД, 2017. 156 с.
24. Шейбе С. Медіаграмотність. Критичне мислення у мультимедійному світі. К.: Академія Української Преси, 2017. 319 с.

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

Зміст соціально-педагогічної роботи з підлітками та їхніми батьками щодо
подолання негативного впливу ЗМІ (змістовий компонент)

№ з/п	Перелік тем	Цільова аудиторія	Кількість годин
1	Особливості сучасних ЗМІ та їх негативний вплив на формування підлітка	Батьки	1
2	Наслідки впливу сцен насильства	Батьки	1
3	Маніпуляції у рекламі. Законодавство щодо реклами	Батьки	1
4	Стереотипи. Гендерні стереотипи. Формування стандартів краси та їх вплив на здоров'я підлітків.	Батьки	1
5	Правила безпеки при роботі з мережею Інтернет	Батьки	1
6	Інтернет-залежність: прояви і ознаки	Батьки	1
7	Критичне мислення, методи та прийоми аналізу медіатекстів.	Батьки	1
8	Шляхи захисту підлітків від негативного впливу ЗМІ	Батьки	1
9	Сучасні ЗМІ та їх особливості	Підлітки	1
10	Насильство у ЗМІ. Види насильства. Наслідки впливу сцен насильства. Кібербулінг та способи захисту від нього.	Підлітки	1
11	Стереотипи, їх види. Гендерні стереотипи. Стереотипізоване мислення.	Підлітки	1
12	Формування мас-медіа стандартів краси та їх вплив на здоров'я.	Підлітки	1
13	Реклама. Маніпуляція у рекламі.	Підлітки	1
14	Продукти харчування, що рекламуються у ЗМІ та їх вплив на здоров'я.	Підлітки	1
15	Аналіз програм новин.	Підлітки	1
16	Критичне мислення, методи та прийоми аналізу медіатекстів.	Підлітки	1
17	Цінності. Моя система ціннісних орієнтацій.	Підлітки	1
18	Як уникнути пасток у мережі Інтернет	Підлітки	1
19	Інтернет-залежність, її види, наслідки. Способи діагностики. До кого звернутись по допомогу?	Підлітки	1

№ з/п	Перелік тем	Цільова аудиторія	Кількість годин
20	Можливості навчання та саморозвитку за допомогою мережі Інтернет. Авторські права та необхідність їх дотримання. Наслідки використання «готових» знань.	Підлітки	1
21	Планування використання мас-медіа. Прийоми фільтрації інформації, прийоми та засоби самоконтролю використання	Підлітки	1
22	Шляхи подолання негативного впливу ЗМІ. Альтернативи використання мас-медіа.	Підлітки	1

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

Алгоритм соціально-педагогічної роботи з підлітками та їхніми батьками щодо подолання негативного впливу ЗМІ (технологічний компонент)

Етап	Діяльність	Спосіб реалізації діяльності
Визначення необхідності соціально-педагогічної діяльності щодо подолання негативного впливу ЗМІ	Проведення аналізу стану подолання негативного впливу мас-медіа на соціалізацію підлітків	Аналіз теоретичних джерел, бесіда із соціальними педагогами та соціальними працівниками, проведення комплексу діагностичних методик з підлітками.
Підбір форм та методів соціально-педагогічної роботи з подолання негативного впливу ЗМІ	Визначення форм та методів соціально-педагогічної роботи з підлітками та їхніми батьками.	Аналіз теоретичних джерел, врахування запитів керівництва закладу, соціальних педагогів, рамок умов закладу.
Підбір та підготовка соціальних педагогів та волонтерів до соціально-педагогічної діяльності щодо подолання негативного впливу ЗМІ	Інформування соціальних педагогів та волонтерів про негативні наслідки впливу мас-медіа на особистість, шляхи їх подолання, форми і методи роботи соціального педагога/соціального працівника,	Участь у просвітницькому тренінгу, надання інформаційних матеріалів та діагностичних методик.

Етап	Діяльність	Спосіб реалізації діяльності
	мотивування до здійснення даної діяльності.	
Визначення груп підлітків, що готові прийняти участь у програмі	Інформування підлітків та їхніх батьків про тематику та форми проведення занять з подолання негативного впливу ЗМІ, мотивування до участі у даній діяльності.	Бесіда з соціальними педагогами, класними керівниками, підлітками та їхніми батьками.
Реалізація форм та методів соціально-педагогічної роботи з підлітками та їхніми батьками	Проведення соціально-просвітницького тренінгу, тематичного лекторію, надання інформаційних матеріалів, проведення дискусій, «круглого столу», творчі завдання, індивідуальних консультацій, «case-study», конкурсу есе та ін	Тренінг, тематичний лекторій, «круглий стіл», дискусії, виконання творчих завдань, індивідуальні консультації, «case-study», конкурс.
Аналіз ефективності впроваджених форм та методів роботи	Проведення аналізу стану подолання негативного впливу мас-медіа на соціалізацію	Спостереження. Аналіз результатів анкетування та отримання зворотного зв'язку від батьків і підлітків.

Джерело: складено автором самостійно відповідно до проаналізованої літератури за цією тематикою

ДОДАТОК Д.1

Реалізація програми
подолання негативного впливу засобів масової інформації
на соціалізацію підлітків

Термін реалізації	Організація	Заходи	Суб'єкти реалізації програми
2014 рік	Молодіжне об'єднання підтримки соціально-педагогічних ініціатив «Юнь Запоріжжя»	Анкетування підлітків з метою збору інформації та з'ясування особливостей негативного впливу мас-медіа; соціально-просвітницький тренінг «Засоби масової інформації: плюси та мінуси», впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д.	Соціальний педагог (автор)
2015 рік	Заклад дитячого оздоровлення і відпочинку «Чайка» смт. Кирилівка Запорізької області	Анкетування підлітків з метою збору інформації та з'ясування особливостей негативного впливу мас-медіа; соціально-просвітницький тренінг «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»; впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д.	Вожаті першого та другого загонів (волонтери, що мають педагогічну освіту)
2015-2016 навчальні роки	Загальноосвітній навчальний заклад № 74 м. Києва	– Робота соціального педагога з батьками підлітків на батьківських зборах (проведення анкетування, тематичного лекторію, надання інформаційних матеріалів, проведення «круглого столу»,	Соціальний педагог (автор)

Термін реалізації	Організація	Заходи	Суб'єкти реалізації програми
		<p>індивідуальних консультацій, «case-study»).</p> <p>– Робота соціального педагога з підлітками (проведення анкетування та діагностичних методик; проведення соціально-просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»; впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д).</p>	
2016-2017 навчальні роки	Гімназія №107 м. Запоріжжя	<p>– Робота соціального педагога з батьками підлітків на батьківських зборах (проведення анкетування, тематичного лекторію, надання інформаційних матеріалів, проведення «круглого столу», індивідуальних консультацій, «case-study»).</p> <p>– Робота соціального педагога з підлітками (проведення анкетування та діагностичних методик; проведення соціально-просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»; впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д).</p>	Соціальний педагог

Термін реалізації	Організація	Заходи	Суб'єкти реалізації програми
2016-2017 навчальні роки	Середня загальноосвітня школа № 46 м. Києва	<p>– Робота соціального педагога з батьками підлітків на батьківських зборах (проведення анкетування, тематичного лекторію, надання інформаційних матеріалів, проведення «круглого столу», індивідуальних консультацій, «case-study»).</p> <p>– Робота соціального педагога з підлітками (проведення анкетування та діагностичних методик; проведення соціально-просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»; впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д).</p>	Соціальний педагог (автор)
2016-2017 навчальні роки	Загальноосвітній навчальний заклад № 66 м. Запоріжжя	<p>– Робота соціального педагога з батьками підлітків на батьківських зборах (проведення анкетування, тематичного лекторію, надання інформаційних матеріалів, проведення «круглого столу», індивідуальних консультацій, «case-study»).</p> <p>– Робота соціального педагога з підлітками (проведення анкетування та діагностичних методик; проведення</p>	Соціальний педагог

Термін реалізації	Організація	Заходи	Суб'єкти реалізації програми
		соціально-просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»; впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д).	
2016-2017 навчальні роки	Спеціалізована школа № 67 еколого-економічного профілю м. Дніпра	<p>– Робота соціального педагога з батьками підлітків на батьківських зборах (проведення анкетування, тематичного лекторію, надання інформаційних матеріалів, проведення «круглого столу», індивідуальних консультацій, «case-study»).</p> <p>– Робота соціального педагога з підлітками (проведення анкетування та діагностичних методик; проведення соціально-просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»; впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д).</p>	Волонтери – студенти Дніпровського національного університета ім. О. Гончара напряму підготовки 016 «Спеціальна освіта»
2016-2017 навчальні роки	Приватний комплекс безперервної освіти «Школа «ЕйдоС»» м. Запоріжжя	– Робота соціального педагога з батьками підлітків на батьківських зборах (проведення анкетування, тематичного лекторію, надання інформаційних матеріалів, проведення «круглого столу»),	Соціальний педагог та волонтери – студенти Запорізького національного

Термін реалізації	Організація	Заходи	Суб'єкти реалізації програми
		<p>індивідуальних консультацій, «case-study»).</p> <p>– Робота соціального педагога з підлітками (проведення анкетування та діагностичних методик; проведення соціально-просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси»; впровадження інших форм та методів, що зазначені в додатку Д).</p>	<p>університету спеціальності «Соціальна педагогіка»</p>

Джерело: складено автором самостійно

ДОДАТОК Е

Список публікацій здобувача

Наукові праці, у яких опубліковано основні наукові результати дисертації

1. Смоляна Я. В. Просвітницький тренінг як метод формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації. *Соціальна педагогіка: теорія і практика*. Луганськ, 2005. №2. С. 12–17.
2. Шугайло Я. В. Робота соціального педагога з батьками щодо попередження негативного впливу ЗМІ на дітей та підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2009. №2. С. 221–227.
3. Шугайло Я. В. Соціально-педагогічні умови зменшення негативних наслідків впливу ЗМІ на соціалізацію підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2010. №1 (12). С. 244–251.
4. Шугайло Я. В. Засоби масової інформації: історичні аспекти розвитку. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*: Запоріжжя, 2010. Вип. 6 (59). С. 410–415.
5. Шугайло Я. В. Теорії впливу засобів масової інформації на особистість. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. Запоріжжя, 2010. Вип. 7 (60). С. 401–408.
6. Шугайло Я. В. Інтернет-залежність та проблема її профілактики серед дітей та підлітків. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2015. №2 (25). С. 17–24.
7. Н. В. Заверико, Я. В. Шугайло. Проблема формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації: соціально-педагогічні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. Запоріжжя, 2017. №1 (28). С. 31–39.
8. Шугайло Я. В. Особливості впровадження педагогічної моделі подолання негативного впливу засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків. *«ScienceRise: Pedagogical Education»*. Харків, 2017. №10 (18). С. 23–28.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

9. Смоляна Я. В. Негативний вплив засобів масової комунікації на особистість і медіапедагогіка як засіб його мінімізації. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. Луганськ, 2004. №1. С. 49–57.

10. Смоляна Я. Роль та місце медіапедагогіки в освітньо-виховному процесі. *Актуальні проблеми гуманітарної освіти: зб.наук.праць*. Київ-Кременець: РВЦ КОГПІ ім. Тараса Шевченка. 2004. С. 293–295.

11. Смоляна Я. Можливості використання засобів масової інформації для формування освітньої компетентності. *Розвиток життєвої компетентності учнів у загальноосвітньому навчальному закладі: Матеріали Всеукр. науково-пошукової конф. (Київ-Запоріжжя, 7-8 жовтня 2004р)*. Київ-Запоріжжя, Вид-во ЗОППО, 2005. С. 263–266.

12. Смоляна Я. В. Вплив засобів масової інформації на гендерну соціалізацію підлітків. *Теорія і практика гендерного виховання студентської молоді: досвід, проблеми, перспективи: матеріали Міжн. науково-пр. конф. (Запоріжжя, 11-12 листопада 2004 р.)*. Запоріжжя, ЛВТ ЗДУ, 2004. С. 124–126.

13. Шугайло Я.В. Соціально-педагогічні аспекти впливу засобів масової інформації на соціалізацію особистості. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. Київ, 2006. Т. VIII, Вип. 2. С. 372–377.

14. Шугайло Я. В. Особливості впровадження медіаосвіти в Україні. *Current Issues and Problems of Social Sciences. International Scientific Conference. (June 28-30, 2016)*. Kielce: Holy Cross University, 2016. P. 51–53.

15. Шугайло Я. В. Педагогічна модель подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків. *International scientific-practical conference Forming of Modern Educational Environment: Benefits, Risks, Implementation mechanisms. (September 29, 2017)*. Tbilisi: Baltija Publishing. P. 102–105.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації

16. Смоляна Я. В. Вплив засобів масової інформації на культуру студентів. *Збірник матеріалів наукової конференції студентів, аспірантів та*

молодих вчених: зб.матеріалів наук. конф. (Запоріжжя, 13-16 квітня 2004 р). Запоріжжя: ЗДУ, 2004. С. 233–240.

17. Шугайло Я. Можливості використання інформаційних технологій навчання у вищих навчальних закладах. *Гуманітарні проблеми становлення сучасного фахівця*: матеріали VIII Міжн. наук.-пр. конф. (м. Київ, 22-23 березня 2007 р.). Київ: НАУ, 2007. Т 1. С. 74–75.

18. Шугайло Я. В. Прикладні аспекти формування інформаційної компетентності студентів-першокурсників. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти України*: Матеріали Всеукр. наук.-практ.конф. (м. Київ, 22-23 березня 2012 р). Київ: НАУ, 2012. С. 66.

19. Шугайло Я. Проблема Інтернет-адикції у студентів ВНЗ. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти*: Матеріали Міжн. наук.-пр. конф. (Київ, 21-22 березня 2013 р.). К.: НАУ, 2013. С. 113–114.

ДОДАТОК Ж

Апробація результатів дисертаційного дослідження Шугайло Я.В.

Основні положення й результати дослідження обговорювались на:

– *міжнародних* науково-практичних конференціях:

1) «Актуальні проблеми особистісно-орієнтованого навчально-виховного процесу в системі безперервної освіти» (Київ-Кременець, 13-15 травня 2004). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (підсекція 2) на тему «Роль та місце медіапедагогіки в навчально-виховному процесі»;

2) «Теорія і практика гендерного виховання студентської молоді: довід, проблеми, перспективи» (Запоріжжя, 11-12 листопада 2004). Форма участі – доповідь на круглому столі 1 на тему «Вплив засобів масової інформації на гендерну соціалізацію підлітків»;

3) «Соціалізація особистості в умовах системних змін: теоретичні та прикладні проблеми» (Київ, 20 березня 2006) Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 3) на тему «Соціально-педагогічні аспекти впливу засобів масової інформації на соціалізацію особистості»;

4) «Гуманітарні проблеми становлення сучасного фахівця» (Київ, 22-23 березня 2007). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 2) на тему «Можливості використання інформаційних технологій навчання у вищих навчальних закладах»;

5) «Інтеграція вищої школи України до Європейського та світового освітнього простору» (Київ, 22-23 лютого 2012). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 2) на тему «Формування інформаційної компетенції студентів вищих технічних навчальних закладів як умова підвищення якості освіти»;

6) «Актуальні проблеми вищої професійної освіти» (Київ, 21-22 березня 2013) Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 1) на тему «Проблема Інтернет-адикції у студентів ВНЗ»;

7) «Актуальні питання і проблеми розвитку суспільних наук» (Kielce, Польща, 28-30 червня 2016. Форма участі – друк тез доповіді на тему «Особливості впровадження медіаосвіти в Україні»;

8) «Формування сучасного освітнього простору: переваги, ризики, механізми реалізації» (Тбілісі, Грузія, 29 вересня 2017). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 5) та друк тез доповіді на тему «Педагогічна модель подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків»;

– *всеукраїнських науково-практичних конференціях:*

1) «Розвиток життєвої компетентності учнів у загальноосвітньому навчальному закладі» (Запоріжжя, 7-8 жовтня 2004). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 4) на тему «Можливості використання засобів масової інформації для формування освітньої компетентності»;

2) «Теорія та практика підготовки соціальних педагогів та психологів у вищому навчальному закладі: досвід, проблеми та перспективи» (Запоріжжя, 17-19 травня 2007). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 4) на тему «Профілактика негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію як завдання соціального педагога»;

3) «Актуальні проблеми вищої професійної освіти України» (Київ, 22-23 березня 2012). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 1) на тему «Прикладні аспекти формування інформаційної компетентності студентів-першокурсників».

– *на практично-наукових конференціях:*

1) «Полікультуротворча діяльність» (Київ, 06-07 лютого 2006). Форма участі – доповідь на секційному засіданні (секція 1) на тему «Засоби масової інформації як чинник полікультурної освіти».

ДОДАТОК 3

Довідки впровадження результатів дисертації

Вих. №31
06.12.2014

ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
Шугайло Яни Володимирівни
«Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової
інформації на соціалізацію підлітків»,
поданого на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук
за спеціальністю 13.00.05 – соціальна педагогіка

Громадська організація «Молодіжне об'єднання підтримки соціально-педагогічних ініціатив «Юнь Запоріжжя» виступала базою для апробації програми з формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації, розробленої викладачем кафедри педагогіки та психології професійної освіти Національного Авіаційного університету Шугайло Я.В. протягом 2013- 2014рр. У рамках програми із підлітками старшого шкільного віку проводився просвітницький тренінг «Засоби масової інформації: плюси та мінуси».

Під час занять використовувалися інтерактивні методи роботи: дискусії («Спілкування реальне чи віртуальне?», «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка», «Стандарти краси у ЗМІ: слідувати чи ні?»), рольові ігри («Рекламний агент-споживач»), мозковий штурм («Як не стати жертвою реклами»). Особлива увага приділялася питанням: правила безпечного користування мережею Інтернет, особливості віртуального спілкування, гендерні стереотипи у засобах масової інформації, вплив реклами на особистість.

Програма отримала позитивну оцінку учасників. Підлітки отримали знання щодо безпечного користування інтернет-ресурсами та навчилися критично ставитись до інформації, відповідно до джерел її походження.

Голова правління Громадської організації
«Молодіжне об'єднання підтримки
соціально-педагогічних ініціатив
«Юнь Запоріжжя»



Від 19.09.15

№ 38

ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
Шугайло Яни Володимирівни
«Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової
інформації на соціалізацію підлітків»,

Дитячий заклад оздоровлення і відпочинку «Чайка» (Запорізька обл., смт Кирилівка) виступав у 2014-2015 роках базою для апробації програми з формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації, розробленої викладачем кафедри педагогіки та психології професійної освіти Національного Авіаційного університету Шугайло Я.В.

З підлітками проводився просвітницький тренінг «Засоби масової інформації: плюси та мінуси», застосовувалися інтерактивні методи роботи : дискусії, мозкові штурми, рольові ігри тощо. Також виконувалися творчі завдання: створення колажів («Антиреклама»), написання творів («Чому телепередачі не схожі на реальне життя?»).

Під час занять розглядалися такі питання, як: правила безпечного користування мережею Інтернет, шахрайство у мережі, можливість виникнення Інтернет- залежності, вплив стандартів краси на сприйняття власного тіла.

Результати впровадження програми довели її ефективність та отримали позитивну оцінку від підлітків та педагогів-організаторів закладу.

Директор

Дитячого закладу
оздоровлення і відпочинку

М.М. Шугайло



**ЗАПОРІЗЬКА МІСЬКА РАДА
ДЕПАРТАМЕНТ ОСВІТИ І НАУКИ
ЗАПОРІЗЬКА ГІМНАЗІЯ № 107 ЗАПОРІЗЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ**

пр.-т 40-річчя Перемоги, 59, м. Запоріжжя, 69118
тел. 279-93-68, тел./факс 769-49-88, E-mail: zpktrsc107@ukr.net

22.03.2017 №184 на № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
Шугайло Яни Володимирівни
«Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу
засобів масової інформації на соціалізацію підлітків»

Запорізька гімназія № 107 Запорізької міської ради м. Запоріжжя виступала у 2016-2017 навчальному році базою для апробації програми з подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, розробленої викладачем кафедри педагогіки та психології професійної освіти Національного авіаційного університету Шугайло Я.В.

Програма подолання негативного впливу мас-медіа містила такі компоненти: проведення просвітницького тренінгу «Засоби масової інформації: плюси та мінуси», міні-лекції («Стереотипи», «Маніпуляція у рекламі»), дискусії («Спілкування реальне чи віртуальне?», «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка?», «Стандарти краси у ЗМІ: слідувати чи ні?»), рольові ігри («Рекламний агент-споживач», «Агентство новин»), мозковий штурм («Як не стати жертвою реклами»), робота у групах («Антиреклама»), написання творів («Чому телепередачі не схожі на реальне життя?»), виконання домашніх завдань («Мої правила безпеки у мережі», «Щоденник покупок»).

Результати впровадження програми довели її ефективність, сприяли розвитку комунікативних умінь учнів, актуалізували загальнолюдські цінності в системі цінностей учнів, сприяли формуванню критичного ставлення до інформації мас-медіа. Програма може бути рекомендована для подальшого впровадження у навчально-виховний процес загальноосвітніх шкіл.

Директор

279-93-68



Г.В. Єрмак



ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
Шугайло Яни Володимирівни
«Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової
інформації на соціалізацію підлітків»

Середня загальноосвітня школа № 46 Солом'янського району м. Києва протягом 2016/2017 навчального року виступала базою для апробації програми з подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків. У рамках програми із учнями шостого класу проводився просвітницький тренінг «Засоби масової інформації: плюси та мінуси». Під час занять використовувалися такі методи роботи, як міні-лекції, дискусії, рольові ігри, мозковий штурм. Особлива увага приділялася питанням: правила безпечного користування мережею Інтернет, характеристики віртуального спілкування, можливість виникнення Інтернет-залежності, гендерні стереотипи у засобах масової інформації, вплив реклами на особистість, необхідність критичного ставлення до інформації мас-медіа. Учні та їх батькам було надано пам'ятки із рекомендаціями щодо безпечної взаємодії із засобами масової інформації.

Результати впровадження програми довели її ефективність. Форми та методи соціально-педагогічної роботи, що використовувались, сприяли розвитку комунікативних умінь учнів, актуалізували важливість загальнолюдських цінностей, сприяли формуванню критичного ставлення до інформації мас-медіа. Програма може бути рекомендована для подальшого впровадження у навчально-виховний процес загальноосвітніх шкіл.

• Директор середньої
Загальноосвітньої школи № 46



Беник П.В.



Довідка
про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
Шугайло Яни Володимирівни
«Соціально-педагогічні умови впливу засобів масової інформації на
соціалізацію підлітків»,
поданого на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук
за спеціальністю 13.00.05 – соціальна педагогіка

Загальноосвітній навчальний заклад №66 м.Запоріжжя у 2016-2017 навчальних роках базою для апробації програми з формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації, розробленої асистентом кафедри педагогіки Гуманітарного інституту Національного Авіаційного Університету Шугайло Я.В. Робота проводилася із підлітками сьомого, восьмого та дев'ятого класів.

Головною метою програми було ознайомити підлітків із особливостями впливу провідних засобів масової інформації на особистість, висвітлити такі негативні наслідки їх впливу, як можливість формування адикції, підвищення агресивності, зміну ціннісних орієнтацій та поведінки. Особлива увага зверталася на питання безпечної роботи підлітків у мережі Інтернет.

Результати впровадження програми у навчально-виховний процес загальноосвітньої школи довели її ефективність та отримали позитивну оцінку від учнів та педагогів.

Директор ЗОШ №66
м.Запоріжжя



М.М.Киба

Україна
 Департамент гуманітарної політики
 Дніпровської міської ради
 Комунальний заклад освіти
 «Спеціалізована школа № 67 еколого-економічного профілю»
 Дніпровської міської ради

Провулок Євгена Коновальця, буд. 6, м. Дніпро, 49027, тел. (056) 744-42-40, (0562) 46-62-57,
 e-mail: sz067@dnepredu.dp.ua. Код ЄДРПОУ 26460199

Від 09.11.17 № 66
 На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
 Шугайло Яни Володимирівни
 «Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової
 інформації на соціалізацію підлітків»

Комунальний заклад освіти «Спеціалізована школа № 67 еколого-економічного профілю» Дніпровської міської ради протягом 2016-2017 років виступав базою для апробації програми з подолання негативного впливу засобів масової інформації на підлітків «Засоби масової інформації: плюси та мінуси». У рамках програми із підлітками старшого шкільного віку проводився просвітницький тренінг. Під час занять використовувалися такі методи роботи, як міні-лекції, дискусії, рольові ігри, мозковий штурм. Особлива увага приділялася питанням: правила безпечного користування мережею Інтернет, особливості віртуального спілкування, гендерні стереотипи у засобах масової інформації, вплив реклами на особистість. Підліткам було надано пам'ятки із рекомендаціями щодо безпечної взаємодії із засобами масової інформації.

Результати впровадження програми у формі просвітницького тренінгу довели її ефективність, сприяли формуванню активної особистості, здатної до самостійної регуляції взаємодії із засобами масової інформації та отримали позитивну оцінку від підлітків та педагогів освітнього закладу.

Директор
 КЗО «Спеціалізована школа № 67
 еколого-економічного профілю»
 Дніпровської міської ради



Т.М. Ковальова

Приватний комплекс безперервної освіти

«Школа «Ейдос»»

вул. Нижньодніпровська, 4а, м. Запоріжжя, Україна, 69091,
тел. (061) 220-02-13, 220-90-04, факс 220-06-37
e-mail: eidos-zp@ukr.net Код ЄДРПОУ 26074504

від 06.12.17 № 35/01
на № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
Шугайло Яни Володимирівни
«Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу
засобів масової інформації на соціалізацію підлітків»

Приватний комплекс безперервної освіти «Школа «Ейдос»» виступав у 2016-2017 роках базою для апробації програми з подолання негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків, розробленої викладачем кафедри педагогіки та психології професійної освіти Національного авіаційного університету Шугайло Я.В.

Із підлітками старшої вікової групи обговорювалися такі питання, як: правила безпечного користування мережею Інтернет, шахрайство у мережі, можливість виникнення Інтернет-залежності, вплив стандартів краси на сприйняття власного тіла та харчову поведінку. Використовувалися такі методи роботи: дискусії («Спілкування реальне чи віртуальне?», «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка?», «Стандарти краси у ЗМІ: слідувати чи ні?»), рольові ігри («Рекламний агент-споживач»), мозковий штурм («Як не стати жертвою реклами»), робота у групах («Антиреклама»), написання творів («Чому телепередачі не схожі на реальне життя?»).

Результати впровадження програми у формі просвітницького тренінгу довели її ефективність, сприяли формуванню активної особистості, здатної до самостійної регуляції власної взаємодії із засобами масової інформації та отримали позитивну оцінку від підлітків та педагогів.

Генеральний директор
«Школи «Ейдос»»



О.М.Грединарова



ДОВІДКА

про впровадження матеріалів дисертаційного дослідження
Шугайло Яни Володимирівни
«Соціально-педагогічні умови подолання негативного впливу засобів масової
інформації на соціалізацію підлітків»

Загальноосвітній навчальний заклад № 74 м.Києва виступав у 2015-2016 навчальному році базою для апробації програми з подолання негативного впливу засобів масової інформації на підлітків, розробленої викладачем кафедри педагогіки та психології професійної освіти Гуманітарного інституту Національного авіаційного університету Шугайло Я.В.

Головною метою програми було ознайомити підлітків із негативними наслідками впливу засобів масової інформації. Під час роботи висвітлювалися питання маніпулятивних технологій у рекламі та можливості їм протидіяти, необхідність критичного ставлення до повідомлень мас-медіа, можливість виникнення Інтернет-адикції, необхідність дотримання норм безпечної поведінки у мережі Інтернет. Програма містила такі форми та методи соціально-педагогічної роботи: просвітницький тренінг «Засоби масової інформації: плюси та мінуси», міні-лекції, дискусії, рольові ігри.

Результати впровадження програми довели її ефективність, сприяли формуванню активної особистості, здатної до самостійної регуляції взаємодії із засобами масової інформації та отримали позитивну оцінку від підлітків та педагогів. Запропоновані матеріали можуть використовуватись соціальними педагогами загальноосвітніх закладів для проведення профілактичної роботи.



Директор ЗОШ № 74
м. Києва

С. Марушевська

Марушевська О.О.