

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

«До захисту допускаю»

Завідувач кафедри соціальної педагогіки

та корекційної освіти

кандидат педагогічних наук, доцент

_____ Алла РЕВТЬ

«_____» _____ 2026 р.

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ
ОСОБИСТОСТІ

Спеціальність 231 «Соціальна робота»

Бакалаврська робота

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

Автор роботи: студентка групи СРз -2226 Б
Христина КРАВЦІВ _____

підпис

Науковий керівник: к. псих. н., доцент
Мар'яна ГРИНЦІВ _____

підпис

Дрогобич, 2026

АНОТАЦІЯ

У бакалаврській роботі досліджено вплив засобів масової комунікації на процес соціалізації особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства. Розглянуто теоретичні підходи до розуміння сутності масової комунікації та її ролі у формуванні світогляду, ціннісних орієнтацій і соціальної поведінки підлітків. Проаналізовано особливості впливу традиційних і цифрових медіа, зокрема соціальних мереж та інтернет-ресурсів, на особистісний розвиток молоді. Окрему увагу приділено проблемі інтернет-залежності як негативного наслідку надмірного використання віртуального середовища. Визначено роль соціального педагога у формуванні медіаграмотності та безпечної медіаповедінки підлітків. Емпірично досліджено особливості впливу інтернет-комунікації на підлітків на базі закладу загальної середньої освіти.

Ключові слова: засоби масової комунікації, соціалізація, підлітки, інтернет-комунікація, соціальні мережі, медіаграмотність, інтернет-залежність, цифрове середовище, соціальний педагог, медіавплив, особистість.

ABSTRACT

The bachelor's thesis examines the influence of mass media on the process of socialization of the individual in the conditions of a modern information society. Theoretical approaches to understanding the essence of mass communication and its role in the formation of the worldview, value orientations and social behavior of adolescents are considered. The peculiarities of the influence of traditional and digital media, in particular social networks and Internet resources, on the personal development of young people are analyzed. Special attention is paid to the problem of Internet addiction as a negative consequence of excessive use of the virtual environment. The role of a social educator in the formation of media literacy and safe media behavior of adolescents is determined. The peculiarities of the influence of Internet communication on adolescents on the basis of a general secondary education institution are empirically investigated.

Keywords: mass media, socialization, teenagers, internet communication, social networks, media literacy, internet addiction, social educator, media influence, personality.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження засобів масової комунікації як важливого інституту соціалізації особистості	9
1.1. Засоби масової комунікації як фактор впливу на формування особистості в умовах сучасного суспільства.....	9
1.2. Вплив різних видів масової комунікації на процес соціалізації особистості.....	21
1.3. Особливості впливу засобів масової комунікації на особистісний розвиток підлітків.....	31
Висновки до розділу 1.....	44
РОЗДІЛ 2. Дослідження впливу інтернет-комунікації на соціальний та особистісний розвиток підлітків	46
2.1. Особистісні передумови виникнення інтернет-залежності в підлітковому віці.....	46
2.2. Аналіз впливу інтернет-ресурсів і соціальних мереж на особистість підлітків.....	51
2.3. Роль соціального педагога у формуванні безпечної медіаповедінки підлітків.....	58
Висновки до розділу 2.....	60
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	70

Порівняно із засобами спілкування, які людство використовувало багато століть тому - усним мовленням, музикою, живописом та писемністю, сучасна система комунікації характеризується надзвичайно швидким розвитком і масштабністю. Сьогодні передавання інформації здійснюється через друковані видання, серед яких газети, журнали, книги, наукові праці, а також через радіомовлення, телебачення та мережу Інтернет, яка стала одним із найважливіших джерел отримання інформації у сучасному світі. Завдяки технічному прогресу комунікація перестала обмежуватися часовими та просторовими рамками, а інформаційний обмін набув глобального характеру.

У сучасних умовах розвитку суспільства ефективно розв'язання політичних, економічних і соціальних питань значною мірою залежить від рівня громадянської активності населення. Важливе місце у формуванні світогляду, суспільної позиції та поведінки людини посідають засоби масової комунікації, які здатні впливати на думки, цінності та переконання аудиторії. Саме тому особливої актуальності набуває дослідження механізмів функціонування медіа, їхнього розвитку та ефективності впливу на суспільство.

Комунікація є невід'ємною складовою людської діяльності, оскільки забезпечує обмін інформацією, думками та досвідом між людьми. Вона являє собою процес передавання та усвідомленого сприйняття різноманітних знаків і повідомлень, що мають певне інформаційне значення. Основними формами комунікації вважають словесну, графічну, музичну та кінетичну. У процесі масової комунікації долаються численні бар'єри: фізичні, пов'язані з відстанню та часом; соціальні, що визначаються становищем людини у суспільстві; пізнавальні, які виникають через недостатній рівень знань або досвіду; а також психологічні, що залежать від особливостей сприйняття інформації аудиторією.

Питання впливу масової комунікації на свідомість, поведінку та систему цінностей людини залишається одним із найактуальніших напрямів сучасних наукових досліджень. У багатьох країнах світу, зокрема в Україні, країнах Європи та Америки, регулярно організовуються міжнародні наукові конференції, форуми та семінари, присвячені проблемам розвитку

медіапростору, інформаційного суспільства та впливу засобів масової інформації на різні сфери життя людини.

Проблема впливу засобів масової комунікації на формування та розвиток особистості є однією з актуальних проблем сучасного суспільства. Вона привертає увагу науковців різних галузей, зокрема соціології, психології, педагогіки та медіакомунікацій. Питання впливу засобів масової інформації на свідомість, поведінку та процес соціалізації особистості досліджували такі зарубіжні й українські науковці, як Marshall McLuhan, Everette Dennis, John Merrill, Людмила Городенко, Олена Петрунько, Сергій Коноплицький та інші.

Особливе місце серед сучасних засобів масової комунікації займає Інтернет, який став одним із найпоширеніших джерел інформації та засобів спілкування. Він не лише забезпечує швидкий доступ до інформації, а й впливає на формування світогляду, цінностей, моделей поведінки та міжособистісних відносин людини.

Проблему впливу інтернет-комунікації на особистість досліджували Ivan Goldberg, Kimberly Young, Maressa Orzack, Sherry Turkle, а також українські науковці Валентина Посохова, Андрій Церковний та інші. У своїх працях вони аналізували особливості віртуального спілкування, проблеми інтернет-залежності, вплив соціальних мереж на емоційний стан людини та процес формування онлайн-ідентичності.

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій проблема впливу засобів масової комунікації на соціалізацію особистості набуває особливої актуальності, що й зумовлює необхідність її подальшого наукового дослідження.

Актуальність зазначеної проблематики, її суспільна значущість та необхідність подальшого дослідження впливу мас-медіа на людину зумовили вибір теми бакалаврської роботи: «Вплив засобів масової комунікації на процес соціалізації особистості».

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі впливу засобів масової комунікації на розвиток особистості та особливості її соціалізації в сучасному інформаційному суспільстві.

Об'єкт дослідження - засоби масової комунікації як важливий чинник соціалізації особистості.

Предмет дослідження - вплив засобів масової комунікації на особистісний розвиток, формування світогляду та соціальну поведінку підлітків.

Завдання дослідження передбачають:

- здійснити теоретичний аналіз наукових підходів до проблеми впливу засобів масової комунікації на особистість;
- визначити роль засобів масової комунікації у процесі соціалізації людини;
- дослідити особливості виховного впливу мас-медіа на підлітків;
- проаналізувати вплив соціальних мереж на формування особистості та поведінки підлітків;
- охарактеризувати явище Інтернет-залежності, а також визначити її наслідки для психічного, емоційного й соціального розвитку особистості підліткового віку.

Для реалізації поставленої мети та виконання завдань були використані різноманітні **методи дослідження**. Зокрема, застосовано теоретичний аналіз психолого-педагогічної та методичної літератури з обраної проблематики, методи порівняння й узагальнення наукових даних, аналіз, анкетування, спостереження та інші наукові методи, що дали змогу комплексно дослідити проблему впливу засобів масової комунікації на підлітків.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні наукових уявлень про сутність засобів масової комунікації, визначенні їх ролі у процесі формування особистості підлітка, а також в узагальненні сучасних підходів до розуміння інтернет-комунікації як соціального та психологічного явища.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів для подальшого вивчення проблеми впливу Інтернету та соціальних мереж на особистість підлітків. Результати роботи можуть бути корисними для педагогів, психологів, соціальних працівників і батьків з метою своєчасного виявлення ознак Інтернет-залежності та запобігання її негативним наслідкам.

Емпіричне дослідження проводилося на базі Середньої загальноосвітньої школи № 3 м. Трускавця. У дослідженні взяли участь 28 учнів 9 класу, серед яких було 14 дівчат та 14 хлопців.

Структура бакалаврської роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження засобів масової комунікації як важливого інституту соціалізації особистості

1.1. Засоби масової комунікації як чинник впливу на особистість у сучасному суспільстві

Комунікація є невід'ємною складовою суспільного життя, оскільки виникає внаслідок потреби людей у взаємодії, спільній діяльності та обміні інформацією. Людина не може повноцінно існувати поза соціумом, тому процес передавання думок, знань, досвіду й емоцій відіграє надзвичайно важливу роль у розвитку суспільства та формуванні особистості. Саме через комунікацію забезпечується взаєморозуміння між людьми, збереження культурних цінностей і передавання соціального досвіду від покоління до покоління.

У сучасному світі масова комунікація стала одним із ключових механізмів функціонування суспільства. Вона забезпечує поширення інформації серед великої кількості людей, сприяє формуванню громадської думки, впливає на соціальні процеси та підтримує зв'язок між різними державами, культурами й соціальними групами. Значення масової комунікації настільки велике, що сучасне суспільство дедалі частіше визначають як інформаційне [21]. У таких умовах інформація перетворюється не лише на засіб передачі знань, а й на важливий чинник суспільного розвитку, політичного впливу та культурних змін.

Поняття комунікації має багато трактувань у науковій літературі. Найчастіше під комунікацією розуміють процес передавання інформації, ідей, повідомлень або емоцій від однієї особи до іншої. У загальному значенні комунікація означає зв'язок, взаємодію чи обмін певними даними між людьми. У теорії комунікації основними елементами комунікативного процесу є комунікант - особа, яка передає інформацію, реципієнт - той, хто її сприймає, а також канал комунікації, через який здійснюється передавання повідомлення.

Особливе місце в системі суспільних комунікацій займають засоби масової комунікації. До них належать преса, радіо, телебачення, Інтернет, соціальні мережі та інші технічні засоби поширення інформації, що забезпечують одночасний вплив на широку аудиторію. У науковому середовищі

часто ототожнюють поняття «засоби масової комунікації» та «засоби масової інформації», однак між ними існують певні відмінності. Засоби масової інформації переважно виконують функцію поширення інформаційних повідомлень, тоді як засоби масової комунікації охоплюють ширший спектр взаємодії, включаючи процес обміну інформацією, формування суспільної думки та вплив на свідомість людей.

Науковець Зенон Партико визначав масову інформацію як соціальну інформацію, яка оприлюднюється або призначається для широкого поширення серед населення. Таким чином, масова інформація орієнтована на велику аудиторію та виконує важливу суспільну функцію. Водночас засоби масової комунікації можуть передавати не лише масову, а й спеціалізовану інформацію, розраховану на певні професійні чи соціальні групи, а також особистісну інформацію, яка стосується окремої людини.

У сучасному суспільстві вплив засобів масової комунікації на особистість є надзвичайно потужним. Саме через медіа людина отримує значну частину інформації про події у світі, соціальні норми, цінності та моделі поведінки. Засоби масової комунікації здатні формувати світогляд людини, її моральні орієнтири, політичні погляди та культурні уподобання. Особливо вразливими до такого впливу є підлітки, оскільки в цьому віці активно формується система цінностей, самооцінка та соціальна поведінка.

Сучасні медіа не лише інформують суспільство, а й здійснюють виховну, освітню, культурну та розважальну функції. Завдяки розвитку цифрових технологій та мережі Інтернет люди отримали можливість швидко обмінюватися інформацією незалежно від місця перебування. Водночас надмірне використання медіаресурсів може мати і негативні наслідки, серед яких інформаційна залежність, маніпуляція свідомістю, поширення недостовірної інформації та зниження рівня живого спілкування між людьми.

Отже, засоби масової комунікації є важливим соціальним інститутом, який суттєво впливає на процес соціалізації особистості.

Вони формують інформаційний простір сучасного суспільства, визначають особливості сприйняття дійсності та значною мірою впливають на розвиток людини як активного учасника соціального життя. До засобів масової комунікації належать не лише радіо, телебачення, мережа Інтернет чи друковані газети, а й журнали, різноманітні періодичні та неперіодичні видання, які містять управлінську, нормативну, наукову, художню, релігійну, виробничу та іншу суспільно важливу інформацію. Таким чином, сфера масової комунікації охоплює широкий спектр інформаційних ресурсів, що забезпечують постійний обмін знаннями та повідомленнями між людьми.

Основною сутністю масової комунікації як особливого виду суспільної діяльності є її здатність впливати на свідомість населення шляхом формування певних поглядів, цінностей і моделей поведінки. Незважаючи на зміни у формах, способах та технологіях передачі інформації, її головне призначення залишається незмінним - здійснення впливу на суспільство та регулювання соціальних процесів через інформаційний простір [5]. Зміст і форми масової комунікації постійно трансформуються відповідно до розвитку суспільства, технічного прогресу та особливостей функціонування сучасних медіа.

Однією з найважливіших соціальних функцій засобів масової комунікації є формування громадської думки та вплив на суспільну свідомість. Саме через медіа люди отримують інформацію про події у світі, оцінюють соціальні явища та формують власне ставлення до різних процесів і проблем. Характерною особливістю масової комунікації є її неоднорідність і масштабність. Інформація передається від одного джерела - комунікатора - до великої кількості людей, які можуть не мати між собою жодного зв'язку. У цьому полягає одна з основних відмінностей масової комунікації від міжособистісного спілкування, де взаємодія відбувається безпосередньо між конкретними людьми.

Засоби масової комунікації являють собою спеціалізовану систему установ і технічних засобів, призначених для відкритого та публічного поширення інформації. До них належать друковані видання, телебачення, радіомовлення, електронні ресурси, масові довідники, кіно- та відеопродукція,

аудіоносії, супутникові й кабельні мережі, а також сучасні комп'ютерні та цифрові технології. Усі ці засоби забезпечують накопичення, обробку та передачу інформації, яка має важливе значення для суспільного життя.

У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової комунікації виконують низку важливих функцій. Однією з основних є інформаційна функція, яка полягає у забезпеченні населення актуальною інформацією з різних сфер життя: політики, економіки, науки, освіти, культури, медицини, права та інших галузей діяльності. Завдяки отриманню значного обсягу інформації людина розширює власний світогляд, підвищує рівень обізнаності та розвиває інтелектуальні здібності. Окрім цього, доступ до різноманітних інформаційних ресурсів сприяє розвитку творчого мислення, формуванню нових ідей та вдосконаленню особистісного потенціалу.

Регулююча функція засобів масової комунікації характеризується значним впливом на суспільство та охоплює широкий спектр дії - від забезпечення соціальної взаємодії між людьми до здійснення контролю над громадською свідомістю. Масова комунікація суттєво впливає на формування суспільних поглядів, переконань, ціннісних орієнтацій і поведінкових моделей як окремої особистості, так і соціальних груп загалом. Саме через медіа відбувається створення громадської думки та закріплення певних соціальних стереотипів [32].

Завдяки значному інформаційному впливу засоби масової комунікації мають можливість формувати уявлення людей про норми поведінки, моральні цінності, стиль життя та естетичні смаки. Більшість людей схильні сприймати як соціально прийнятні ті моделі поведінки й життєві стандарти, які активно пропагуються засобами масової інформації. Особливо помітним є вплив телебачення, реклами та Інтернет-ресурсів, які не лише відображають реальність, а й часто створюють її відповідно до певних інформаційних, політичних або комерційних інтересів. Таким чином, засоби масової комунікації можуть виступати інструментом маніпуляції суспільною свідомістю та виконувати функцію соціального контролю.

Важливе місце серед функцій засобів масової комунікації займає культурологічна функція. Вона полягає у поширенні культурних цінностей, популяризації мистецтва, літератури, музики та інших форм духовної спадщини суспільства. Через медіа люди мають можливість ознайомлюватися з досягненнями національної та світової культури, що сприяє духовному розвитку особистості, формуванню культурної свідомості та збереженню традицій. Засоби масової комунікації відіграють важливу роль у забезпеченні наступності поколінь та підтриманні культурної ідентичності суспільства.

В умовах розвитку інформаційного суспільства можливості засобів масової комунікації значно розширилися. Сучасні медіа здатні не лише інформувати населення, а й впливати на світогляд людини, формувати її потреби, інтереси та бажання. Через постійний потік інформації у свідомості людей закріплюються певні стереотипи, моделі поведінки та уявлення про навколишній світ. Це посилює роль засобів масової комунікації як одного з найвпливовіших соціальних інститутів сучасності. У деяких випадках медіа можуть впливати не лише на політичні чи соціальні процеси, а й на психологічний стан людини, її емоції та спосіб мислення.

Розглядаючи засоби масової комунікації як чинник соціалізації особистості, необхідно враховувати, що основним об'єктом їхнього впливу є масова аудиторія. Повідомлення, які поширюються через телебачення, пресу, радіо, Інтернет чи соціальні мережі, впливають на свідомість і поведінку великої кількості людей одночасно. Аудиторію становлять читачі газет і журналів, слухачі радіостанцій, глядачі телевізійних програм, а також користувачі цифрових платформ та комп'ютерних мереж [43]. Саме тому засоби масової комунікації мають значний вплив на процес формування особистості, її соціальних установок та життєвих орієнтирів.

Отже, засоби масової комунікації можуть бути ефективним інструментом виховання молоді, формування моральних цінностей, культури міжособистісних взаємин та відповідальної поведінки. Зокрема, вони здатні позитивно впливати на формування культури спілкування між хлопцями та дівчатами, виховання

поваги, толерантності та взаєморозуміння. Проте на практиці потенціал засобів масової комунікації у виховному процесі часто використовується недостатньо ефективно, а іноді інформаційний вплив медіа може навіть спричиняти негативні наслідки для розвитку підлітків.

У сучасному суспільстві засоби масової комунікації мають надзвичайно сильний вплив на формування світогляду підростаючого покоління. Проте цей вплив не завжди є позитивним. Значна частина інформації, яка поширюється через телебачення, Інтернет, соціальні мережі та інші медіа, подається без урахування вікових та психологічних особливостей дітей і підлітків. У результаті це може негативно позначатися на емоційному стані, поведінці, моральних цінностях та процесі соціалізації молоді. Саме тому важливого значення набуває контроль з боку батьків і педагогів за тим, який інформаційний контент споживає дитина та яким чином вона його сприймає.

Різні засоби масової комунікації мають неоднаковий рівень впливу на аудиторію, що залежить від способу подання та сприйняття інформації. Найбільш потужний вплив здійснюють аудіовізуальні медіа, оскільки вони поєднують звукове й візуальне сприйняття інформації. До таких засобів належать телебачення, радіо, Інтернет-ресурси та соціальні мережі. Їхня популярність пояснюється доступністю, швидкістю поширення інформації та здатністю емоційно впливати на людину.

У діяльності сучасних медіа досить часто застосовуються різноманітні маніпулятивні технології, спрямовані на вплив на свідомість і поведінку людей. За допомогою спеціально підібраної інформації, емоційного забарвлення повідомлень, реклами або пропаганди у людини може створюватися ілюзія самостійного вибору, хоча фактично її рішення певною мірою формуються під впливом зовнішніх чинників. Подібні методи особливо активно використовуються у рекламній сфері, політичній діяльності та медіапросторі загалом [35].

Одним із поширених способів впливу є прихований психологічний тиск на емоційну сферу людини. Через виклик певних почуттів - страху, співчуття,

радості чи тривоги - медіа здатні формувати потрібне ставлення до певних подій, товарів або суспільних явищ. У результаті людина може несвідомо приймати рішення, які здаються їй повністю добровільними та самостійними. Наприклад, під впливом реклами люди часто купують певні товари або підтримують конкретні політичні сили, не усвідомлюючи реального масштабу інформаційного впливу.

Ще одним способом прихованого впливу є застосування сугестивних методів, спрямованих на підсвідомість людини. Маніпуляція стає можливою тоді, коли людина переконана у власній свободі вибору та не помічає зовнішнього контролю над своїми рішеннями. Herbert Schiller зазначав, що ефективність маніпуляції залежить від її непомітності для людини, оскільки люди схильні вірити у природність і самостійність власних дій. Подібною думки дотримувався й John Kenneth Galbraith, який наголошував, що для успішного управління суспільством необхідно переконати людей у їхній незалежності.

Таким чином, засоби масової комунікації можуть не лише інформувати суспільство, а й здійснювати значний психологічний вплив на людину. Особливо вразливими до такого впливу є підлітки, у яких ще триває процес формування особистості, системи цінностей та критичного мислення. Саме тому важливим завданням сучасного суспільства є розвиток медіаграмотності, уміння критично оцінювати інформацію та свідомо сприймати медіаконтент.

Однією з найхарактерніших особливостей маніпулятивного впливу є створення у людини відчуття свободи вибору, самостійності думок і незалежності поведінки, хоча насправді її рішення можуть бути заздалегідь зумовлені зовнішнім інформаційним впливом. Саме така суперечність між уявною свободою та прихованим контролем становить сутність маніпуляції як соціально-філософського явища. Людина часто переконана, що діє відповідно до власних переконань та інтересів, не усвідомлюючи, що її свідомість певною мірою формується під впливом інформаційного середовища.

Прихований інформаційний вплив можна розглядати як своєрідну форму духовного домінування над особистістю, коли нав'язані думки, цінності чи

поведінкові установки сприймаються людиною як власні. У такому випадку особа не відчуває зовнішнього тиску, а її дії здаються їй результатом особистого вибору. Саме тому різні соціальні та політичні групи нерідко використовують засоби масової комунікації для впливу на масову свідомість, формуючи у суспільства необхідні погляди, настрої та переконання [37]. За допомогою медіа створюється ілюзія свободи та незалежності, яка сприяє ефективнішому управлінню громадською думкою.

До засобів масової комунікації належать не лише традиційні інформаційні ресурси, а й різноманітні форми культурної та технічної комунікації. Серед них важливе місце займають кіно, театр, цирк, а також сучасні технічні засоби передавання інформації: телефонний і телеграфний зв'язок, преса, радіо, телебачення, мережа Інтернет, кінематограф, аудіо- та відеозаписи, телетекст, відеотекст, рекламні екрани, інформаційні панелі та мультимедійні системи. У сучасних умовах особливого поширення набувають цифрові технології, які поєднують комп'ютерні, телевізійні та телефонні засоби зв'язку в єдиний інформаційний простір.

Особливе місце в системі засобів масової інформації посідають друковані видання - газети, журнали, тижневики, книги, збірники та альманахи. Друкована продукція передає інформацію у вигляді текстів, фотографій, ілюстрацій, схем, таблиць, графіків та інших візуальних елементів, які людина може сприймати без використання додаткових технічних засобів. Незважаючи на стрімкий розвиток електронних медіа, друковані видання й сьогодні залишаються важливим джерелом інформації, освіти та культурного розвитку суспільства.

Одним із найвпливовіших засобів масової комунікації є радіомовлення. Його основною особливістю є передавання інформації виключно через звукові повідомлення. Радіо дає можливість оперативно поширювати інформацію на великі відстані та охоплювати значну аудиторію. Завдяки доступності й швидкості поширення повідомлень радіомовлення тривалий час залишалося одним із головних джерел масової інформації.

Важливу роль у житті сучасного суспільства відіграє телебачення, яке поєднує в собі одночасно візуальний та звуковий вплив на людину. Саме це робить його одним із найефективніших засобів формування громадської думки та впливу на свідомість аудиторії. Телебачення розвивалося надзвичайно швидкими темпами та стало потужним інструментом інформаційного, культурного й психологічного впливу на особистість. Через телевізійний контент люди отримують новини, освітню інформацію, розваги та різноманітні соціальні установки.

Серед молоді телебачення тривалий час залишалося одним із основних джерел задоволення інформаційних потреб. Значна частина українських підлітків та молодих людей отримувала інформацію про події у світі, суспільні явища, культуру та стиль життя саме через телевізійні програми. Хоча сьогодні дедалі більшого поширення набуває Інтернет і соціальні мережі, телебачення й надалі зберігає значний вплив на формування поглядів, інтересів та цінностей молодого покоління.

Попри те, що телебачення виконує важливу інформаційну функцію, для значної частини молоді воно є насамперед джерелом розваг і емоційного задоволення. Більшість телевізійного контенту орієнтована не стільки на пізнавальну діяльність, скільки на яскравість, що привертає увагу глядачів та формує стійкий інтерес до перегляду програм. Унаслідок цього телебачення займає значну частину вільного часу підлітків і молоді, істотно впливаючи на їхні інтереси, стиль життя та систему цінностей.

Сучасне українське телебачення поки що недостатньо забезпечує підліткову аудиторію якісними спеціалізованими програмами, які б відповідали віковим та психологічним особливостям молоді. Нестача пізнавального, виховного та культурно-освітнього контенту часто компенсується великою кількістю розважальних телесеріалів, переважно іноземного виробництва. Такі програми не завжди позитивно впливають на формування моральних цінностей підлітків і нерідко пропагують спрощені моделі поведінки, споживацькі орієнтації чи агресивні стереотипи [30].

Преса, радіо та телебачення традиційно вважаються основними складовими системи засобів масової інформації. Кожен із цих засобів має власні особливості подання інформації та способи впливу на аудиторію, однак їх об'єднує головна функція - поширення інформації серед широких верств населення. Саме завдяки здатності швидко охоплювати велику кількість людей ці засоби стали важливими чинниками формування суспільної думки та розвитку інформаційного простору.

У сучасних умовах стрімкий розвиток інформаційних технологій став одним із провідних факторів суспільного розвитку. Новітні технології суттєво змінюють різні сфери життя - економіку, освіту, культуру, науку, соціальні відносини та систему комунікації. Поступово відбувається процес глобальної інформатизації суспільства, який визначає напрями науково-технічного та соціально-економічного прогресу. Поряд із традиційними засобами масової комунікації дедалі більшого значення набуває Інтернет як універсальний засіб передавання та отримання інформації.

Особливе місце у сучасному інформаційному суспільстві належить мережі Інтернет, яка створює глобальний інформаційний простір, який забезпечує доступ до величезної кількості вебресурсів, електронних баз даних і різноманітних систем обміну інформацією. З технічного погляду Інтернет є системою передавання, зберігання та поширення інформації, однак його значення значно ширше. Він виступає не лише мережею комп'ютерів, а й особливим соціальним середовищем, яке об'єднує людей у процесі спілкування, взаємодії та обміну досвідом.

Щодня мережею Інтернет користуються мільйони людей у різних країнах світу, причому кількість користувачів постійно зростає. У зв'язку з цим роль Інтернету у суспільних процесах стає дедалі вагомішою. Сучасні дослідники наголошують, що Інтернет впливає не лише на обсяг та швидкість поширення інформації, а й змінює саму структуру інформаційного суспільства. Під його впливом трансформуються способи комунікації, міжособистісні відносини, форми соціальної активності та механізми соціалізації особистості [49].

Інтернет як сучасний засіб соціальної комунікації має значний позитивний потенціал для розвитку світової спільноти. Він забезпечує швидке передавання інформації незалежно від просторових і часових обмежень, сприяє розширенню та зміцненню міжособистісних і міжнародних зв'язків. Завдяки цьому змінюються форми спілкування між людьми, трансформується структура духовного споживання, а також поступово формується новий соціальний і культурний простір як на національному, так і на глобальному рівнях.

Глобальні комп'ютерні мережі є універсальними за своїм характером, оскільки забезпечують різноманітні форми самовираження та соціальної взаємодії. У процесі віртуального спілкування користувачі часто залишаються анонімними, що створює відчуття максимальної свободи дій і висловлювань, іноді навіть до межі повної безконтрольності. Для підлітків така особливість Інтернету відкриває можливість конструювати різні образи власної особистості у віртуальному середовищі, іноді не обмежуючись однією ідентичністю. У зв'язку з цим з'являються нові форми поведінки, характерні насамперед для молодих користувачів цифрових технологій. Це зумовлює необхідність адаптації морально-етичних норм і ціннісних орієнтацій підлітків до умов анонімного та віртуального спілкування.

Водночас неконтрольоване використання Інтернету може мати й негативні наслідки, серед яких особливе місце займає формування психологічної залежності. Схильність до інтернет - або комп'ютерної залежності часто спостерігається у користувачів із нестабільною або заниженою самооцінкою, а також у тих, хто переживає кризові періоди розвитку, зокрема в підлітковому віці. У таких випадках віртуальний простір може компенсувати нестачу соціальних контактів у реальному житті, що підвищує ризик надмірного залучення до онлайн-середовища. Саме тому важливого значення набуває своєчасна увага з боку батьків і педагогів, які повинні допомогти дитині сформуванню здорового ставлення до використання цифрових технологій та запобігти розвитку залежності.

Подальший розвиток інформаційної інфраструктури призводить до суттєвих змін у структурі сучасного суспільства та його культурі загалом. Зменшуються традиційні обмеження доступу до інформаційних потоків, обсяг інформації постійно зростає, а ресурси мережі Інтернет стають практично загальнодоступними для більшості населення. У таких умовах сучасні діти та молодь формуються в інформаційному середовищі без чітких просторових і змістових меж, маючи змогу отримувати доступ до медіаконтенту з різних країн світу та з усіх сфер життєдіяльності людини.

Таким чином, сучасний медіапростір створює особливе інформаційне середовище, яке суттєво впливає на формування ціннісних орієнтацій, моральних установок, естетичних смаків та соціальних інтересів особистості. Засоби масової комунікації стають потужним чинником впливу на свідомість людини, її світогляд і поведінку, відіграючи важливу роль у процесі соціалізації підростаючого покоління [24].

Отже, вплив засобів масової комунікації на процес соціалізації молодого покоління має неоднозначний, суперечливий характер, поєднуючи як позитивні, так і негативні наслідки. Саме тому роль сучасних медіа у формуванні особистості підлітків є надзвичайно значущою і не може бути недооціненою. У сучасних умовах підлітки виступають активними споживачами інформаційного контенту, що зумовлює необхідність продуманого та цілеспрямованого підходу до організації роботи з ними.

Важливо враховувати, що ефективне використання засобів масової інформації в освітньо-виховному процесі можливе лише за умови поєднання їх із іншими формами соціального досвіду та виховання. У такому випадку медіа можуть стати потужним інструментом позитивного впливу, сприяти розвитку критичного мислення, формуванню моральних цінностей, соціальної відповідальності та гармонійному становленню особистості підлітка.

1.2. Вплив різних видів засобів масової комунікації на процес соціалізації особистості

Одним із ключових соціальних процесів, у межах якого відбувається взаємодія між індивідом і суспільством, є соціалізація. Саме через цей процес людина поступово включається в систему суспільних відносин, засвоює соціальний досвід, норми поведінки, культурні цінності та формує власну систему життєвих орієнтацій [42].

Соціалізацію можна визначити як безперервний процес входження особистості в суспільство та інтеграції її в різні соціальні спільноти - групи, організації, інститути. У ході цього процесу індивід засвоює елементи культури, моральні та правові норми, систему цінностей, що в подальшому стають основою формування його соціально значущих якостей і моделей поведінки.

Соціалізація не обмежується певним віковим періодом, а триває протягом усього життя людини. Водночас найбільш інтенсивно вона відбувається у дитячому, підлітковому та юнацькому віці, коли закладаються базові світоглядні позиції, формується система цінностей, моральні орієнтири та механізми соціальної поведінки. Саме в цей період особистість найбільш сприйнятлива до впливів зовнішнього середовища.

Формування та розвиток дитини як особистості відбувається у постійній взаємодії з навколишнім соціальним середовищем. На цей процес впливають як цілеспрямовані чинники (виховання, навчання, педагогічний вплив), так і стихійні, неконтрольовані соціальні фактори, які можуть мати не менш значущий вплив на становлення особистості [2].

У науковій літературі прийнято виділяти макро-, мезо- та мікрофактори соціалізації. Макрофактори охоплюють найширший рівень впливу - це держава, суспільство в цілому, глобальні процеси та світове середовище. Вони визначають загальні умови життя людини та формують базові соціальні орієнтири.

Мезофактори включають умови середнього рівня, зокрема регіональні особливості проживання, етнічне середовище, культурні традиції та

соціокультурні умови, в яких зростає особистість. Вони формують специфічні риси світогляду та поведінки залежно від територіальних і культурних особливостей.

Мікрофактори соціалізації є найближчим соціальним оточенням дитини. До них належать сім'я, школа, група однолітків та інші безпосередні соціальні інститути, з якими взаємодіє особистість у повсякденному житті. Окреме важливе місце серед мікрофакторів займають засоби масової комунікації, оскільки вони безпосередньо впливають на формування поглядів, цінностей та поведінкових моделей дитини.

Таким чином, соціальне середовище, в якому відбувається розвиток особистості, є багаторівневим і включає різні чинники впливу. У цьому контексті засоби масової комунікації виступають важливим елементом соціалізаційного процесу, який взаємодіє з іншими соціальними інститутами та суттєво впливає на формування особистості.

Охарактеризуємо детальніше соціальний вплив засобів масової комунікації на особистість. Масова комунікація (від англ. communication - спілкування) являє собою систематичний процес поширення інформації через різні канали - пресу, радіо, телебачення, кінематограф, аудіо- та відеозаписи - з метою формування духовних цінностей суспільства та впливу на погляди, оцінки, переконання й поведінку людей.

У сучасних умовах соціальне середовище, в якому відбувається виховання та розвиток особистості, зазнало суттєвих змін. До нього активно інтегрувалися засоби масової інформації, які проникли практично в усі сфери життя людини. Телебачення, відеоіндустрія, комп'ютерні технології та інші медіаресурси, завдяки наочності та емоційній насиченості подачі інформації, охоплюють значні аудиторії та мають потужний виховний і формувальний потенціал. З розвитком супутникового зв'язку, цифрових технологій та мережі Інтернет засоби масової комунікації перетворилися на один із провідних факторів не лише інформаційного впливу, а й виховання підростаючого покоління. Вони істотно впливають на спосіб життя, стиль мислення, систему цінностей і

характер соціальної взаємодії сучасної молоді. Водночас вплив медіа на моральну свідомість, поведінку та міжособистісні відносини школярів є неоднозначним і може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Особливості впливу засобів масової комунікації особливо помітні у підлітковому віці. У цей період розвитку часто спостерігається схильність до наслідування поведінки медійних персонажів, героїв фільмів чи блогерів, підвищена емоційність, яскраво виражена уява та чутливість до інформаційних впливів [15]. Підлітки нерідко ототожнюють себе з вигаданими або медійними образами, що може призводити до підміни реального досвіду уявним. Така особливість іноді ускладнює процес соціалізації та адаптації до реального соціального середовища.

Розглядаючи засоби масової комунікації як чинник соціалізації, слід враховувати, що їхній вплив спрямований не лише на окрему особистість, а насамперед на великі соціальні групи. Об'єктом впливу стають цілі аудиторії - читачі друкованих видань, слухачі радіостанцій, глядачі телевізійних програм або користувачі цифрових платформ. Саме через масовий характер поширення інформації медіа здатні формувати колективні уявлення, цінності та моделі поведінки.

Одним із найпоширеніших і найвпливовіших інструментів масової комунікації є реклама. У сучасному суспільстві вона набуває все більшого значення та активно інтегрується в повсякденне життя людини. Рекламні повідомлення супроводжують людину практично всюди, впливаючи на її споживчі вподобання, стиль життя та систему цінностей. Водночас надмірна комерціалізація рекламного контенту нерідко спричиняє негативний вплив, формуючи у споживачів штучні потреби, стереотипи та спрощене уявлення про реальність. Слід також враховувати, що головною метою реклами є привернення максимальної уваги споживачів до певного товару чи послуги та стимулювання швидкого продажу, нерідко за вигіднішою ціною для виробника. Тобто рекламна діяльність насамперед має комерційний характер і спрямована на вплив на поведінку та вибір людини через інформаційні засоби [18].

Особистість підлітка являє собою складну, ще не повністю сформовану систему індивідуальних якостей. Однією з характерних рис цього вікового періоду є її відкритість до змін і внутрішня нестабільність, що робить підлітка чутливим до зовнішніх впливів. Іншою важливою особливістю є підвищена емоційність та вразливість, що проявляється у легкому засвоєнні як позитивного, так і негативного досвіду, часто без достатнього критичного осмислення. Підлітки нерідко переживають внутрішні суперечності, але не завжди здатні самотійно їх усвідомити та конструктивно вирішити. У значній мірі їхній розвиток залежить від мікросередовища, в якому вони перебувають. Якщо це середовище є позитивним, воно сприяє гармонійному формуванню особистості, розвитку відповідальної поведінки та успішності у навчанні. У випадку негативного впливу соціального оточення можуть формуватися небажані моделі поведінки та викривлені ціннісні орієнтації.

Особливістю підліткового віку також є нестійка самооцінка та підвищена залежність від думки оточення. Підлітки часто надмірно чутливі до оцінки з боку інших людей, що може проявлятися у формуванні комплексів або невпевненості в собі. Саме тому цей віковий період характеризується особливою вразливістю до зовнішніх впливів, зокрема інформаційних і медійних. Якщо підліток формує для себе певний ідеал, він може намагатися наслідувати, однак такий ідеал не завжди є позитивним або соціально корисним. У зв'язку з цим важливо, щоб батьки та педагоги знаходили баланс у вихованні: з одного боку, не обмежували самотійність підлітка, а з іншого - запобігали впливу негативних інформаційних моделей.

Сьогодні підлітки перебувають у складних умовах інформаційного вибору. Вони змушені орієнтуватися у великому потоці різних думок, цінностей і життєвих моделей, що надходять із медіапростору. Особливо складним завданням для них є формування власного світогляду та цілісної картини світу.

У цьому контексті телебачення тривалий час залишалося одним із головних джерел інформації, яке суттєво впливало на уявлення молоді про реальність. Реклама, зокрема телевізійна, є одним із найпотужніших і

наймасовіших видів рекламного впливу. Вона також належить до найдорожчих форм комерційної комунікації, проте зберігає високу ефективність. Це пояснюється тим, що телевізійна реклама поєднує одразу два канали впливу - візуальний і аудіальний. На відміну від друкованої реклами, яка сприймається лише зором, або радіореклами, що впливає тільки через слух, телевізійна форма забезпечує комплексне сприйняття інформації, що значно підсилює її вплив на свідомість людини.

Саме тому телевізійна реклама є настільки ефективною, і рекламодавці готові вкладати значні фінансові ресурси в її створення та поширення. Телебачення здатне здійснювати вплив не лише на свідомий рівень сприйняття людини, а й на її підсвідомі установки. Завдяки поєднанню звукового та візуального ряду воно охоплює широку аудиторію та забезпечує сильний емоційний вплив, що робить його одним із найпотужніших засобів масової комунікації.

Реклама є одним із найбільш дієвих інструментів формування поведінкових моделей. Під її впливом у дітей і підлітків поступово формуються нові потреби, інтереси та очікування щодо споживання товарів і послуг. Якщо рекламована продукція орієнтована на дитячу аудиторію, вона не лише спонукає дітей впливати на рішення батьків щодо покупок, а й формує у них схильність до самостійного придбання певних товарів. Зокрема, значна частина дітей молодшого шкільного віку самостійно купує солодощі та інші подібні продукти. У результаті у них формується не лише система соціальних орієнтацій, а й стійка споживацька модель поведінки.

Шляхи поширення рекламної інформації в Україні є досить різноманітними. Найбільший вплив на молодіжну аудиторію має телевізійна реклама, через яку інформацію отримує близько половини молоді. Окрім телебачення, рекламні повідомлення також поширюються через зовнішні носії, зокрема білборди та рекламні щити, друковані видання (журнали, газети), упаковки товарів, радіоефіри, а також через торгові точки та інформаційні матеріали у вигляді буклетів і листівок. Сприйняття рекламного контенту з

різних джерел відрізняється залежно від віку, інтересів та соціального досвіду молоді, а також від доступності конкретних каналів інформації.

Взаємодію підліткової поведінки з рекламою можна умовно поділити на кілька основних напрямів. Перший полягає у сприйнятті реклами як джерела інформації про навколишній світ, коли вона виконує функцію поширення знань, незалежно від їх якості та достовірності. Другий напрям передбачає сприйняття реклами як зразка соціальної поведінки та міжособистісних відносин, зокрема у сфері спілкування між статями, поколіннями та соціальними групами. У багатьох випадках такі моделі автоматично переймаються молоддю як норма поведінки, що зумовлює функцію наслідування, яка є особливо характерною для підліткового віку. Реклама також виконує функцію світоглядної орієнтації, оскільки вона впливає на формування у людини певних ціннісних пріоритетів, визначаючи, що саме сприймається як бажане, престижне чи соціально значуще. У цьому контексті реклама не лише інформує, а й певною мірою спрямовує вибір особистості, формуючи її уподобання та установки.

Вплив рекламних повідомлень на підлітків не є однозначним і може мати як негативні, так і позитивні наслідки. Характер значною мірою залежить від рівня психічного розвитку дитини, її життєвого досвіду, інтересів та сформованості життєвих цілей. Саме тому одна й та сама реклама може по-різному сприйматися різними підлітками.

Умовно результати впливу реклами можна поділити за двома основними напрямами. Перший - це негативний вплив, коли рекламні повідомлення сприяють закріпленню стереотипів або моделей поведінки, які можуть призводити до соціально небажаних або навіть девіантних дій. Другий - позитивний вплив, який полягає у розширенні інформаційного поля особистості, ознайомленні з новими явищами, товарами, соціальними ситуаціями та сприяє розвитку пізнавальних інтересів. Важливо враховувати, що сприйняття рекламної інформації дітьми та підлітками істотно відрізняється від сприйняття дорослих. Це пояснюється особливостями мотиваційної сфери, рівнем критичного мислення та життєвого досвіду. У підлітковому віці ціннісні

орієнтації ще перебувають у процесі формування, тому зовнішні впливи, зокрема рекламні, можуть мати значно більший ефект. Саме тому рекламодавці часто орієнтуються на молодіжну аудиторію, яка є більш відкритою до нової інформації, емоційно сприйнятливою та ще не має стійко сформованого способу життя.

Актуальність дослідження впливу реклами зумовлена тим, що сучасне суспільство потребує нових підходів до формування свідомості та поведінки людини. Соціальна реклама в цьому контексті виступає важливим інструментом впливу, спрямованим на формування позитивних моделей поведінки та підвищення рівня соціальної відповідальності. Вона привертає увагу до проблем, які часто залишаються поза щоденним фокусом суспільства, зокрема таких як наркоманія, алкоголізм, поширення соціально небезпечних захворювань (СНІД, туберкульоз, вірусні гепатити).

Крім того, соціальна реклама може виконувати мотиваційну функцію, сприяючи формуванню позитивного ставлення до праці, легальної зайнятості, професійного самовизначення молоді, а також допомагаючи звертати увагу суспільства на проблеми демографічної кризи та підтримки соціально вразливих груп населення.

Окреме місце серед засобів масової комунікації займає радіомовлення, характерною особливістю якого є використання виключно звукового каналу передачі інформації. Саме звук виступає основним носієм повідомлень, що впливає на слухове сприйняття аудиторії та формує емоційний відгук слухачів. Радіозв'язок забезпечує можливість оперативної передачі інформації на будь-які відстані, що робить його одним із найзручніших засобів комунікації. Окремою його перевагою є широка популярність серед водіїв, адже під час руху вони не можуть користуватися друкованими джерелами чи телебаченням.

Радіо створює повноцінне звукове середовище, яке дає змогу слухачеві уявляти події та образи. Завдяки розвитку технологій звукозапису підлітки мають можливість розвивати уяву та творчі здібності, формуючи власні образи почутого. Радіотеатр, художнє читання та літературно-музичні програми

сприяють глибшому сприйняттю творів мистецтва, оскільки поєднання тексту й музики допомагає кожному слухачеві створювати індивідуальне бачення персонажів відповідно до особистого сприйняття. Водночас радіопростір активно використовується для аудіальної реклами, яка має значний вплив на аудиторію та є джерелом прибутку від продажу ефірного часу. Її ефективність пояснюється тим, що радіо супроводжує людину в повсякденному житті - вдома, у транспорті, на роботі чи під час навчання. Оскільки слухання часто відбувається у фоновому режимі, рекламна інформація сприймається переважно на підсвідомому рівні, що підсилює її дію.

Важливу роль у результативності радіореклами відіграють час її виходу в ефір, місце в рекламному блоці, особливості голосу диктора, музичний супровід, а також форма й зміст повідомлення. Найбільш дієвою вважається реклама, що транслюється вранці, ввечері або в нічний час. У ранкові та вечірні години, коли люди зайняті щоденними справами, увага до радіо знижується, однак інформація все одно засвоюється. У цей період також спостерігається найбільша аудиторія слухачів. У нічний час, коли людина перебуває у стані втоми або підготовки до сну, рекламні повідомлення можуть діяти як своєрідне навіювання.

Найбільш вигідними позиціями для розміщення рекламного ролика є перше та останнє місце в блоці. Це пов'язано з ефектами новизни та первинного сприйняття: перший ролик одразу привертає увагу через різку зміну формату, а останній краще запам'ятовується, оскільки завершує інформаційний блок і може викликати підвищену емоційну сприйнятливність слухача.

Телебачення в сучасному суспільстві є одним із найпоширеніших засобів масової комунікації та має значний вплив на людину. Воно приваблює різноманітністю контенту, доступністю та можливістю швидкого отримання інформації. Загалом телебачення сприймається як позитивне явище, однак відсутність належного контролю за змістом телепередач викликає занепокоєння щодо його впливу на формування особистості дітей і підлітків. Зокрема, надмірне споживання телевізійного контенту може негативно позначитися на

емоційному стані молоді. Після тривалого перегляду телевізійних програм у підлітків іноді спостерігаються підвищена дратівливість, емоційна нестабільність або апатія. Наукові дослідження у різних галузях підтверджують, що телебачення може впливати на психофізіологічний стан дитини. Насамперед це стосується навантаження на нервову систему, а також негативного впливу на зір і слух. Діти, які тривалий час проводять перед екраном, часто відчувають втому наприкінці дня, можуть скаржитися на головний біль і загальне виснаження.

Особливо вразливими є ті діти, які майже весь вільний час проводять за переглядом телевізора. Це призводить до порушення режиму дня: зменшується тривалість сну, обмежується фізична активність, а перебування на свіжому повітрі стає мінімальним. Унаслідок цього організм дитини отримує менше кисню, що негативно впливає на її загальний розвиток. Такі зміни можуть знижувати імунітет, погіршувати концентрацію уваги, пам'ять та, як наслідок, успішність у навчанні. Крім того, діти з надмірною руховою активністю, яка є компенсаторною реакцією на тривале сидіння перед екраном, часто поведуться неспокійно, їм складно зосередитися під час уроків і дотримуватися дисципліни.

Надмірне захоплення телебаченням усіма членами сім'ї також може негативно впливати на внутрішньо-сімейні стосунки, послаблюючи емоційні зв'язки між близькими людьми. Дитина, яка багато часу проводить перед телевізором, поступово звикає до пасивної ролі спостерігача, що зменшує її соціальну активність [27].

Особливо це відчутно у сором'язливих та менш комунікабельних підлітків, які потребують живого спілкування, підтримки та порад з боку дорослих і однолітків. Відсутність такої взаємодії може ще більше ускладнювати їхню соціалізацію та емоційний розвиток.

Друковані засоби масової комунікації сьогодні є предметом активного обговорення, оскільки існує думка, що з розвитком електронних медіа вони поступово втрачають свою актуальність. Проте остаточно стверджувати їх

зникнення зарано, адже друковані ЗМК мають низку суттєвих переваг у порівнянні з електронними форматами.

Зокрема, вони не обмежуються кількістю каналів поширення інформації, як це характерно для радіо чи телебачення. Ще однією важливою перевагою є відсутність жорстких часових рамок сприйняття: читач самостійно визначає темп ознайомлення з матеріалом, може повертатися до окремих фрагментів або робити паузи. На відміну від цього, телевізійні та радіопередачі мають фіксований час трансляції, і в разі відволікання глядач ризикує втратити частину інформації.

Друковані видання також вирізняються тривалим терміном зберігання, що забезпечує можливість їхнього повторного використання. Крім того, вони дають змогу більш глибоко та детально розкривати події, ідеї чи явища, оскільки не обмежені ефірним часом. Водночас із розвитком цифрових технологій частина цих переваг частково втрачає свою унікальність. Інтернет дозволяє багаторазово переглядати матеріали, зберігати їх у цифровому форматі та отримувати доступ до великого обсягу інформації без значних обмежень у часі та просторі [11].

Разом із тим друковані ЗМК мають і певні недоліки. Насамперед, їх використання потребує достатнього рівня грамотності, що може бути проблемою для окремих груп населення. Також читання друкованих матеріалів часто потребує більше часу та зосередженості, що у швидкому темпі сучасного життя стає суттєвим обмеженням. Ще одним фактором є відносно висока вартість друкованої продукції, через що багато людей надають перевагу безкоштовним або дешевшим джерелам інформації, насамперед інтернет-ресурсам.

Загалом засоби масової комунікації істотно впливають на формування поведінки молоді, визначають особливості її взаємодії зі світом та часто виступають зразком готових моделей поведінки. Це зменшує необхідність самостійного пошуку рішень, адже значна частина соціальних сценаріїв уже подається у готовому вигляді через медіапростір.

Засоби масової комунікації поширюють типові для сучасної масової культури моделі поведінки, цінності та уявлення про успіх, які активно проникають у молодіжне середовище. Такі зразки поступово стають частиною підліткової субкультури, впливаючи на світогляд молоді, її систему цінностей та особливості поведінки. У результаті підлітки нерідко переймають запропоновані медіа стандарти, орієнтуючись на них у процесі формування власних переконань, інтересів і способу життя.

1.3. Особливості впливу засобів масової комунікації на особистісний розвиток підлітків

Масова комунікація є особливою формою опосередкованого спілкування, за якої безпосередній особистий контакт між людьми майже відсутній. Проте навіть у такій формі взаємодії зберігаються окремі елементи міжособистісного спілкування, зокрема співпереживання, емоційна участь та здатність впливати на внутрішній світ людини.

У сучасному суспільстві дедалі частіше утверджується думка про те, що людство перебуває на етапі становлення нової культурної системи - культури засобів масової комунікації. Вона формується поряд із традиційними формами культури - усною та писемною - і значною мірою визначає спосіб отримання інформації, світосприйняття та соціальну поведінку людини. Масова комунікація забезпечує можливість підтримувати зв'язок із широким соціальним середовищем, яке виходить далеко за межі найближчого оточення особистості [46].

Особливо помітним є вплив засобів масової комунікації на підлітків, оскільки саме цей віковий період характеризується активним формуванням особистості. Підлітковий вік є складним етапом психічного та соціального розвитку, під час якого відбувається становлення самооцінки, прагнення до самоствердження та відчуття дорослості. Важливими рисами цього періоду стають потреба у спілкуванні, розширення кола соціальних контактів, переосмислення попередніх поглядів і формування власного світогляду.

У процесі міжособистісної взаємодії підліток намагається зрозуміти своє місце в суспільстві та з'ясувати, як його сприймають інші люди. У стосунках із батьками часто проявляється прагнення до незалежності, що може виражатися у відстоюванні власної думки, протестній поведінці або емоційному дистанціюванні. Саме в цей період авторитет дорослих поступово змінюється впливом однолітків, блогерів та інших інформаційних джерел, які підліток знаходить у медіапросторі.

Засоби масової комунікації відіграють значну роль у формуванні цінностей, інтересів і поведінкових моделей молоді. Через телебачення, пресу, Інтернет і соціальні мережі підлітки отримують не лише інформацію, а й готові зразки поведінки, стилю життя та міжособистісних стосунків. Унаслідок цього медіа можуть як позитивно впливати на розвиток особистості, розширюючи кругозір та сприяючи соціалізації, так і створювати ризики формування викривлених уявлень про моральні норми, успіх чи соціальний статус.

Крім соціальних змін, підлітковий вік супроводжується й фізіологічними перебудовами організму. Активна діяльність ендокринної системи та гормональні зміни впливають на емоційний стан підлітка, викликаючи різкі перепади настрою, підвищену чутливість, емоційну нестійкість або зміни рівня працездатності. У такому стані підлітки стають особливо вразливими до інформаційного впливу, оскільки їхні погляди, переконання та життєві орієнтири ще перебувають на стадії формування. Внутрішній світ підлітка в період дорослішання стає дедалі складнішим і глибшим. У цей час у нього посилюється потреба в особистому просторі, емоційній незалежності та певному відмежуванні від зовнішнього впливу, навіть якщо він є доброзичливим. Перебування наодинці зі своїми думками й переживаннями може сприяти розвитку самостійності, уміння аналізувати власні вчинки та приймати рішення. Водночас надмірна замкненість інколи призводить до відчуженості та труднощів у спілкуванні з оточенням [2].

У підлітковому віці відбуваються важливі фізіологічні та емоційні зміни, пов'язані зі статевим дозріванням. У молоді виникають нові почуття,

переживання та інтерес до взаємин із представниками протилежної статі. Через зміни у роботі нервової системи підлітки стають більш чутливими до інформації, пов'язаної з міжособистісними та романтичними стосунками. Це сприяє формуванню потреби у визнанні, підтримці та симпатії з боку однолітків. Саме тому у підлітковому середовищі важливого значення набувають дружба, емоційна близькість і перші романтичні захоплення.

Проблема впливу засобів масової інформації на особистість досі залишається недостатньо вивченою, а наукові погляди щодо цього питання є неоднозначними. Проте більшість дослідників погоджується, що масова культура та медіапростір відіграють значну роль у житті сучасної людини. Вони забезпечують широкий доступ до інформації, культурних надбань і творів мистецтва, що сприяє демократизації суспільства та розширенню можливостей для самоосвіти.

Завдяки засобам масової комунікації підлітки мають змогу дізнаватися про події у світі, знайомитися з різними культурами та формувати ширший світогляд. Освітні й пізнавальні програми можуть позитивно впливати на розвиток мовлення, мислення, уяви та моральних якостей. Крім того, радіо й телебачення часто реалізують соціальні кампанії, спрямовані на профілактику шкідливих звичок, пропаганду здорового способу життя та формування відповідального ставлення до власного здоров'я.

Разом із позитивним впливом мас-медіа можуть мати й негативні наслідки для розвитку особистості. Дослідники звертають увагу на те, що надмірне споживання агресивного або деструктивного контенту здатне впливати на поведінку дітей і підлітків. Телебачення та інші медіа нерідко стають головним джерелом уявлень про навколишній світ, а молодь схильна наслідувати поведінкові моделі, які бачить на екрані. Якщо такі приклади містять агресію, конфлікти чи аморальні вчинки, це може негативно позначатися на формуванні цінностей і способів взаємодії з іншими людьми [32].

За результатами досліджень, проведених у США протягом останніх років, було встановлено, що діти віком від двох до п'яти років проводять перед

телевізором понад 23 години на тиждень. Під час одного з експериментів дослідники порівнювали дві групи дітей: у першій батьки обмежували час перегляду телепередач, тоді як у другій таких обмежень не було.

Результати дослідження показали, що діти дошкільного віку, яким зменшували час взаємодії з телевізором, виявляли більшу активність і зацікавленість у процесі навчання. Вони були допитливішими на заняттях, краще взаємодіяли з оточенням та демонстрували нижчий рівень агресивної поведінки у спілкуванні з іншими дітьми.

Однією з актуальних проблем сучасного телебачення є значна кількість сцен насильства, що транслюються у різних програмах. Особливе занепокоєння викликає те, що елементи агресії дедалі частіше присутні навіть у дитячому контенті, зокрема в мультфільмах. Дослідження свідчать, що протягом однієї години перегляду анімаційних програм у вихідні дні дитина може побачити понад двадцять сцен насильства.

Деякі дитячі передачі містять навіть більше агресивних епізодів, ніж окремі програми для дорослої аудиторії. Найвищий рівень демонстрації насильницьких дій спостерігається саме у мультфільмах, оскільки вони подаються у спрощеній та емоційно привабливій формі. Через це діти можуть сприймати агресивну поведінку як нормальний спосіб вирішення конфліктів або досягнення мети.

Вид діяльності	Приблизне значення у %
Перегляд телебачення	85%
Спілкування з друзями	75%
Допомога батькам	48%
Робота з комп'ютером	28%
Читання книг	28%

Слід зауважити, що значна частина школярів частіше надає перевагу перегляду телевізійних програм, ніж навчанню, роботі з книгою чи відвідуванню бібліотеки. Унаслідок цього зростає кількість пропусків занять,

знижується рівень навчальних досягнень та погіршується успішність. За статистичними даними, середньостатистичний учень проводить за навчанням приблизно 11 тисяч годин на рік, тоді як біля телевізора - близько 15 тисяч годин. Це свідчить про те, що телебачення займає значну частину вільного часу молоді та часто витісняє інші види активної діяльності [31].

Навіть якщо телебачення певною мірою виконує освітню функцію, його вплив залишається переважно пасивним. Дитина не має можливості вести діалог, ставити запитання чи отримувати індивідуальні пояснення, як це відбувається у спілкуванні з батьками, друзями або педагогами. На відміну від живого міжособистісного контакту, взаємодія з телевізійним контентом є односторонньою, що обмежує розвиток критичного мислення та активної участі у процесі сприйняття інформації.

Особливістю телебачення є також його масовий характер впливу. Інформація, яка транслюється через медіа, одночасно впливає на велику аудиторію незалежно від віку, характеру чи рівня підготовки глядачів. Водночас оцінити однаковість цього впливу складно, адже кожна людина по-різному сприймає побачене відповідно до власного життєвого досвіду, моральних цінностей та психологічних особливостей.

Мас-медіа відіграють важливу роль у процесі соціалізації особистості, оскільки значна частина інформації про навколишній світ сприймається людиною саме через зорові та слухові канали. Саме тому телебачення, Інтернет, радіо та інші інформаційні ресурси суттєво впливають на формування поглядів, поведінкових моделей і системи цінностей молоді.

Разом із позитивними можливостями медіапростір може спричиняти й негативні наслідки. Надмірна кількість агресивного контенту здатна переносити прояви насильства у реальне життя, впливаючи на характер міжособистісних стосунків і ставлення до інших людей. У деяких випадках медіа можуть формувати викривлене уявлення про соціальні норми, провокувати нетерпимість, жорстокість або популяризувати шкідливі звички, зокрема куріння, вживання алкоголю чи наркотичних речовин.

Саме тому засоби масової комунікації нерідко розглядають як потужний інструмент впливу на суспільну свідомість. Від того, хто контролює інформаційний простір і який зміст поширюється через медіа, значною мірою залежить моральний та психологічний стан суспільства. Досліджуючи проблему зростання агресивності серед підлітків, важливо звернути увагу на механізми засвоєння антисоціальної поведінки. Підлітки часто наслідують моделі поведінки, які бачать у фільмах, телепередачах чи в Інтернеті, особливо якщо такі дії подаються як ефективний спосіб досягнення мети або вирішення конфліктів. Це робить проблему медіавпливу надзвичайно актуальною для сучасного суспільства.

Попри відсутність однозначно доведених наукових фактів щодо прямого впливу фільмів жахів на поведінку дітей, більшість дорослих негативно ставляться до їх перегляду підлітками. Таке ставлення значною мірою формується під впливом суспільної думки та інформації, яку поширюють самі засоби масової комунікації. Саме медіа часто акцентують увагу на можливих небезпечних наслідках перегляду сцен насильства, що посилює занепокоєння громадськості [40].

Узагальнюючи результати досліджень щодо впливу телевізійного насильства на дітей і підлітків, можна виокремити кілька основних наслідків. По-перше, постійне спостереження сцен агресії може знижувати емоційну чутливість до болю та страждань інших людей. По-друге, діти, які часто переглядають насильницький контент, можуть частіше проявляти агресивну поведінку у повсякденному житті. По-третє, надмірна кількість тривожних та жорстоких сюжетів здатна формувати у молоді відчуття небезпеки навколишнього світу, викликаючи страх, тривожність і недовіру до оточення.

Одним із найвпливовіших сучасних засобів масової комунікації є Інтернет, який має значний вплив на формування особистості підлітків. Особливо помітною є його роль у розвитку комунікативної активності молоді. Соціальні мережі значно спрощують процес спілкування, адже для встановлення контакту більше не потрібно особистої зустрічі чи значних

часових витрат. Надсилання повідомлень, обмін інформацією та підтримка зв'язку відбуваються практично миттєво.

Віртуальна комунікація часто сприймається підлітками як більш зручна та швидка у порівнянні з традиційним листуванням або особистим спілкуванням. Крім того, характерними рисами соціальних мереж є анонімність і віртуальність, які можуть створювати відчуття безкарності та психологічної свободи. Це нерідко сприяє збільшенню кількості комунікативних дій і підвищенню рівня вербальної активності користувачів.

У реальному житті людина зазвичай більшою мірою контролює власні слова та поведінку, оскільки усвідомлює відповідальність за свої вчинки й можливі наслідки. Натомість у соціальних мережах можливість редагувати або видаляти повідомлення, а також відсутність безпосереднього контакту з співрозмовником часто послаблюють механізми самоконтролю. Це створює умови для більш вільного самовираження, але водночас може сприяти поширенню агресивного спілкування, конфліктів і безвідповідальної поведінки в онлайн-середовищі [23].

Водночас у соціальних мережах існують певні механізми контролю інформації. Адміністратори груп і спільнот мають можливість перевіряти зміст опублікованих матеріалів, видаляти неприйнятний контент та обмежувати доступ користувачам, які порушують правила спілкування. Крім того, самі учасники мережі можуть надсилати скарги на повідомлення чи сторінки, що містять неправдиву, образливу або неприйнятну інформацію.

Відсутність безпосереднього фізичного контакту між учасниками онлайн-спілкування має подвійний психологічний вплив. З одного боку, це сприяє більшій відкритості користувачів, допомагає їм легше висловлювати власні думки, переживання та почуття, про які вони могли б соромитися говорити в реальному житті. З іншого боку, відсутність невербальних засобів комунікації - міміки, жестів, інтонації - ускладнює щире емоційне сприйняття співрозмовника та дає можливість приховувати справжні емоції й ставлення.

Ще однією особливістю спілкування в соціальних мережах є фрагментарність і швидкоплинність. Це пояснюється високою швидкістю обміну інформацією та можливістю одночасно підтримувати контакти з багатьма людьми. На відміну від реального спілкування, де увага зосереджується на одному співрозмовнику або невеликій групі осіб, у віртуальному просторі користувач може паралельно вести декілька діалогів, переглядати новини, слухати музику чи виконувати інші справи.

Така багатозадачність часто призводить до розсіювання уваги та нерационального використання часу. Крім того, необхідність швидкого набору тексту сприяє скороченню слів, використанню аббревіатур, символів і спрощених мовних конструкцій. У результаті формується особливий стиль онлайн-спілкування та специфічний мовний етикет користувачів соціальних мереж.

Важливою психологічною рисою інтернет-комунікації є також її «потоківий» характер. Людина поступово занурюється у безперервний інформаційний потік, переходячи від однієї сторінки до іншої, переглядаючи профілі друзів, тематичні групи чи новинні стрічки. Значна частина таких комунікативних дій відбувається спонтанно та не має чіткої мети. Унаслідок цього користувач нерідко втрачає відчуття часу, проводячи в мережі значно більше часу, ніж планував. Надмірне захоплення віртуальним спілкуванням може поступово переростати в інтернет-залежність, що негативно впливає на навчання, міжособистісні стосунки, емоційний стан та загальний розвиток підлітка.

Американська дослідниця Kimberly Young виокремлює чотири основні ознаки Інтернет-залежності. До них належать нав'язливе прагнення постійно перевіряти електронну пошту, очікування наступного виходу в мережу, а також зауваження з боку оточення щодо надмірного часу та коштів, які людина витрачає на користування Інтернетом. Такі прояви свідчать про поступове формування психологічної залежності від віртуального середовища [48].

У зв'язку з цим особливого значення набуває аналіз моделей соціальної поведінки, які поширюються через засоби масової комунікації. Для педагогів та

батьків важливо враховувати як позитивні, так і негативні аспекти впливу медіа на формування особистості підлітка.

Серед позитивних наслідків впливу засобів масової комунікації можна виділити розширення світогляду молоді, підвищення рівня загальної культури, розвиток інтересу до суспільного життя та формування певних моделей поведінки. Значна частина сучасних підлітків формує свої смаки, інтереси та уявлення про світ саме під впливом телебачення, журналів, соціальних мереж та Інтернет-ресурсів [39].

Особливу роль у процесі соціалізації молоді відіграє реклама, яка активно поширюється через усі канали масової комунікації. Рекламні повідомлення легко привертають увагу, швидко запам'ятовуються та мають сильний емоційний вплив на аудиторію. Завдяки яскравим образам, музичному супроводу та багаторазовому повторенню реклама часто спонукає глядачів знову повертатися до її перегляду.

Результати аналізу показують, що значна частина телевізійного мовлення відводиться саме рекламним матеріалам. Водночас соціальна реклама, спрямована на популяризацію здорового способу життя, розвиток позитивних взаємин між людьми чи екологічне виховання, займає порівняно незначний обсяг ефірного часу. Це свідчить про переважання комерційних інтересів у сучасному медіапросторі та недостатню увагу до соціально важливих тем.

Спираючись на результати соціальних досліджень, можна стверджувати, що сучасна молодь активно цікавиться суспільним життям держави та поступово формує власну громадянську позицію. У цьому процесі засоби масової комунікації можуть виконувати як позитивну, так і негативну функцію. З одного боку, медіа здатні сприяти вихованню активної, свідомої особистості, демонструючи приклади розвитку держави, громадської активності молоді, моральних цінностей і соціально відповідальної поведінки. З іншого боку, вони можуть негативно впливати на світогляд молоді через популяризацію споживацького способу життя, культу розкоші та нав'язування ідеалізованих образів так званої «золотої молоді».

Під впливом засобів масової комунікації діти та підлітки швидко переймають поведінкові моделі дорослих, прагнучи наслідувати їх у власному житті та спілкуванні з однолітками. Особливо сильний вплив медіа здійснюють тоді, коли інформація подається у розважальній формі, а діти сприймають побачене як реальне відображення життя. У такому випадку телепередачі, фільми чи контент у соціальних мережах можуть істотно впливати на формування уявлень про соціальні ролі, норми поведінки та життєві цінності.

Однією з важливих переваг засобів масової комунікації є їхня здатність оперативно інформувати суспільство про події, що відбуваються у світі [46]. Таким чином задовольняється потреба людини у новій інформації та підтримується зв'язок із глобальним інформаційним простором. Сучасні технології дозволяють передавати повідомлення практично миттєво, що значно прискорює процес обміну інформацією.

Розвиток інформаційних технологій та глобалізація медіапростору впливають на різні сфери суспільного життя - моральну, культурну, політичну, правову та екологічну. Сучасні засоби комунікації вирізняються високою оперативністю, максимально скорочуючи проміжок часу між подією та її висвітленням у медіа. Прямі трансляції та репортажі з місця подій створюють у глядачів ефект особистої присутності та співпереживання.

Із розвитком телебачення, Інтернету та інших новітніх засобів комунікації процес соціалізації дітей значно прискорився. Уже з раннього віку вони отримують доступ до великого обсягу інформації про життя дорослих, переймають їхні моделі поведінки та способи взаємодії. Телебачення, журнали та соціальні мережі фактично стали своєрідними «вікнами» у світ дорослого життя, приховати який від дітей у сучасних умовах практично неможливо. Разом із тим у структурі сучасного телевізійного контенту спостерігається недостатня кількість документальних і пізнавальних програм. У телевізійному ефірі переважає розважальна продукція, тоді як передачі освітнього та культурного спрямування займають значно меншу частку. Це може негативно

позначатися на рівні пізнавальної активності молоді та обмежувати можливості формування глибокого критичного мислення.

Як відомо, документальні фільми виконують важливу пізнавальну функцію, оскільки містять достовірну інформацію про суспільні явища, історичні події та актуальні проблеми. Зменшення їхньої частки в медіапросторі може негативно впливати на рівень обізнаності населення та процес формування національної культури. Водночас це ставить під сумнів ефективність широкого розповсюдження документальних матеріалів, спрямованих на популяризацію здорового способу життя серед молоді, оскільки їх просування в ефірі часто є обмеженим через перевагу розважального контенту.

Засоби масової комунікації, зокрема телебачення, істотно впливають на поведінку підлітків і характер їх взаємодії з навколишнім світом. Вони нерідко виступають своєрідним зразком готових моделей поведінки, які не потребують самостійного винайдення, адже подаються у вже сформованому вигляді. Через трансляцію певних цінностей і норм медіа здатні формувати у молоді відповідні установки та життєві орієнтири. Засоби масової комунікації поширюють типові для сучасної масової культури зразки поведінки, які поступово проникають у молодіжне середовище, засвоюються підлітками та впливають на формування їх ціннісних орієнтацій і реальної поведінки.

У сучасному світі спостерігається чітка тенденція до зниження популярності друкованих засобів масової інформації та одночасного зростання аудиторії Інтернет-ресурсів [48]. Це зумовлено підвищенням доступності мережі, швидкістю отримання інформації та можливістю оперативного оновлення новин у режимі реального часу. На відміну від традиційних газет, які поступово втрачають свої позиції, інтернет-ЗМК стають основним джерелом новин для значної частини населення. Високі показники відвідуваності інтернет-ресурсів пояснюються їхньою привабливістю для масової аудиторії, однак це не завжди свідчить про якість чи корисність поданої інформації. Особливо вразливою до такого впливу є дитяча та підліткова аудиторія, яку

приваблює велика кількість інформації, яскравий дизайн та емоційна насиченість інтернет-контенту. Унаслідок цього діти часто проводять у мережі значно більше часу, ніж планували, поступово занурюючись у віртуальний простір.

Таким чином, сучасні засоби масової комунікації формують особливе інформаційне середовище, яке суттєво впливає на становлення соціальних, моральних, естетичних та культурних цінностей особистості. Вони стають одним із ключових чинників формування світогляду, поведінкових моделей і системи ціннісних орієнтацій молодого покоління.

Перехідний вік є особливим етапом розвитку особистості, для якого характерними є початок статевого дозрівання, формування внутрішнього світу «Я» та зростання критичного ставлення до навколишньої дійсності. У цей період значна частина вільного часу підлітків може витратитися на перегляд телебачення або використання комп'ютера, що нерідко витісняє активні форми дозвілля, живе спілкування та творчу діяльність. Натомість саме творча активність передбачає залучення до громадського життя, розвиток ініціативності, прагнення до самовираження, допомоги іншим і зацікавленість реальним, а не віртуальним світом.

Тривале перебування перед екраном телевізора чи комп'ютера призводить до значного зниження рухової активності дитини. У більшості випадків підліток перебуває у статичному, малорухомому стані, що є неприродним для його віку. Надмірна нерухомість може викликати стан внутрішнього напруження або збудження як компенсаторну реакцію організму. Крім того, чим більше часу дитина проводить у віртуальному середовищі, тим менше вона взаємодіє з реальними людьми. Це поступово може негативно впливати на розвиток мовлення, комунікативних навичок і загальний рівень психічного розвитку.

У сучасному інформаційному суспільстві Інтернет є одним із провідних джерел інформації та засобом комунікації. Учні та студенти активно використовують його для навчальних цілей, пошуку інформації, спілкування та

розваг. Доступ до мережі здійснюється як через домашні комп'ютери, так і через навчальні заклади або спеціалізовані сервіси [39].

Водночас Інтернет не може повністю замінити підліткам реальне життя з його соціальними контактами, емоційним спілкуванням, заняттями спортом, участю у творчих гуртках, подорожами та іншими видами активної діяльності, які є важливими для гармонійного розвитку особистості.

Отже, вплив засобів масової інформації на формування особистості є неоднозначним і включає як позитивні, так і негативні наслідки.

До позитивних аспектів науковці відносять те, що перегляд телепрограм і використання інших медіаресурсів сприяє духовному розвитку дітей та молоді. Медіа допомагають формувати більш свідоме ставлення до життя, підтримують активну життєву позицію та сприяють соціальному зростанню особистості. Крім того, телебачення та інші засоби комунікації розширюють загальний кругозір, збагачують знання та розвивають інтелектуальні процеси, зокрема вміння узагальнювати, порівнювати, класифікувати, систематизувати й конкретизувати інформацію. Вони також сприяють розвитку причинно-наслідкового мислення та покращенню пам'яті.

Окрім цього, медіаконтент, подаючи важливі події та факти, формує у глядачів певне ставлення до інформації, розвиває самостійність мислення та може впливати на професійне самовизначення підлітків, допомагаючи їм визначати власні інтереси та життєві орієнтири.

Водночас негативний вплив засобів масової інформації є доволі широким. Він може проявлятися у формуванні викривленої системи цінностей, розвитку агресивних моделей поведінки, появі почуття помсти у дітей. Також медіа здатні ускладнювати розрізнення реального та віртуального світу, формувати стереотипні уявлення про різні соціальні групи, професії, вік і стать. Знижується здатність до побудови глибоких міжособистісних стосунків, послаблюється комунікативна культура, а стиль мовлення може набувати штучних або спрощених форм. Крім того, у молоді можуть формуватися нереалістичні ідеали та зразки для наслідування.

Загалом засоби масової інформації значною мірою впливають на уявлення учнів про навколишній світ, часто витісняючи важливі види діяльності. Це може негативно позначатися на процесі соціалізації, живому спілкуванні, читанні та ігровій діяльності, яка є необхідною для розвитку уяви, творчого мислення та повноцінного становлення особистості.

Висновки до розділу 1

У першому розділі досліджено теоретичні основи впливу засобів масової комунікації на процес соціалізації особистості в сучасному суспільстві. На основі аналізу наукових джерел встановлено, що засоби масової комунікації є важливим соціальним інститутом, який суттєво впливає на формування ціннісних орієнтацій, світогляду, поведінкових моделей та соціальних установок особистості.

З'ясовано, що масова комунікація охоплює різні канали передачі інформації (традиційні медіа, Інтернет, соціальні мережі), кожен із яких має специфічний вплив на процес соціалізації. При цьому сучасні цифрові медіа займають провідне місце, оскільки вони є найбільш доступними та привабливими для підліткової аудиторії.

У ході аналізу визначено, що вплив засобів масової комунікації на особистість має двоїстий характер. З одного боку, вони сприяють розвитку інтелектуальних здібностей, розширенню світогляду, формуванню комунікативної компетентності та залученню до глобального інформаційного простору. З іншого боку, надмірне використання медіаресурсів може призводити до формування залежності, зниження критичності мислення, викривлення ціннісних орієнтацій та ослаблення реальних соціальних зв'язків.

Окрему увагу приділено особливостям впливу засобів масової комунікації на підлітків як найбільш вразливу вікову групу. Встановлено, що саме в підлітковому віці активно формується система самосвідомості, соціальних ролей та моделей поведінки, що зумовлює високу чутливість до медіавпливу.

Таким чином, теоретичний аналіз засвідчив, що засоби масової комунікації є потужним чинником соціалізації особистості в умовах інформаційного суспільства. Їх вплив потребує педагогічного регулювання та розвитку у підлітків медіаграмотності, критичного мислення й навичок безпечної взаємодії з інформаційним середовищем.

РОЗДІЛ 2. Дослідження впливу інтернет-комунікації на соціальний та особистісний розвиток підлітків

2.1. Особистісні передумови виникнення інтернет-залежності в підлітковому віці

«Феномен інтернет-залежності вперше був описаний у 1995 році американським психіатром Іваном Голдбергом (Ivan Goldberg), який запропонував термін «Internet Addiction Disorder» для позначення патологічної залежності від мережі Інтернет».

Варто зазначити, що Інтернет-залежність не визначається такими зовнішніми факторами, як тривалість користування мережею, рівень її доступності чи конкретна сфера застосування. Вона має переважно особистісне підґрунтя, оскільки Інтернет набуває надмірної значущості лише для певної групи осіб через їхні індивідуальні особливості.

До таких особистісних чинників відносять підвищену чутливість до соціальних обмежень, що може спричиняти прагнення уникати вимог реального соціального середовища та посилювати потребу в емоційній підтримці. У цьому контексті Інтернет починає сприйматися як простір, який, на думку підлітка, здатний забезпечити таку підтримку більшою мірою, ніж реальне спілкування.

Окрім цього, для осіб із ризиком формування Інтернет-залежності характерними є підвищені показники тривожності, ригідності мислення та агресивності, а також знижені адаптаційні можливості. Часто спостерігається неадекватний рівень домагань, недостатньо критичне ставлення до власних здібностей, труднощі у встановленні та підтриманні міжособистісних контактів.

Також у комунікативній сфері часто спостерігаються підвищене відчуття самотності та схильність до конфліктної взаємодії з оточенням. У мотиваційній сфері домінує орієнтація на уникнення невдач, що знижує активність і ініціативність у реальному житті.

Однією з особливостей Інтернет-залежності є відносна відсутність вираженого фізіологічного компонента, характерного для багатьох інших адиктивних розладів. Водночас при різкому обмеженні або припиненні

користування інтернетом може виникати синдром відміни, який проявляється погіршенням соціальної, навчальної або професійної активності та загальним зниженням ефективності життєдіяльності [48].

До фізичних проявів Інтернет-залежності відносять низку соматичних симптомів, зокрема:

- перенапруження нервових стовбурів кисті руки, пов'язане з тривалим статичним навантаженням м'язів;
- оніміння пальців руки, яка постійно утримує комп'ютерну «мишку»;
- відчуття сухості та подразнення в очах;
- головні болі, що мають характер мігрені;
- біль у спині;
- порушення режиму харчування, пропуск прийомів їжі;
- нехтування елементарними правилами особистої гігієни.

Виокремлюють низку поведінкових ознак осіб із Інтернет-залежністю. Серед них: нав'язливе небажання переривати роботу в мережі навіть на короткий час; різке роздратування у разі вимушеного відволікання; відсутність здатності раціонально планувати завершення онлайн-сесій; витрачання значних коштів на забезпечення доступу до Інтернету, інколи навіть у борг; схильність до неправди щодо реального часу перебування онлайн; нехтування побутовими обов'язками, навчанням або роботою, а також важливими зустрічами; відмова сприймати критику власної поведінки; толерантність до руйнування сімейних або соціальних зв'язків; поступова втрата реального кола спілкування; ігнорування стану власного здоров'я; скорочення тривалості сну через нічну активність у мережі; уникнення фізичної активності та рухливого способу життя

Водночас важливим аспектом подолання Інтернет-залежності є підтримка з боку близьких людей і своєчасне звернення до фахівців. Значною проблемою у цьому контексті виступає некритичне ставлення особи до власного стану, тобто заперечення наявності залежності. Саме таке неприйняття проблеми є характерним не лише для Інтернет-залежних, але й для осіб з іншими видами

адиктивної поведінки, зокрема алкогольною чи наркотичною залежністю. Людина часто не визнає свого стану, що ускладнює процес допомоги та корекції поведінки.

Інтернет-залежність за своєю природою часто порівнюють з іншими формами залежної поведінки, оскільки механізми їх формування мають подібні основи. Водночас слід зауважити, що у порівнянні з залежностями від психоактивних речовин, Інтернет-залежність менш виражено проявляється на фізіологічному рівні, однак це не зменшує її негативного впливу на психічне та соціальне функціонування особистості.

Патологічна залежність формується тоді, коли прагнення втечі від реальності та зміни психічного стану починає домінувати у свідомості людини. У такому випадку воно стає центральною життєвою ідеєю, яка поступово витісняє інші потреби та інтереси, що призводить до втрати зв'язку з реальністю. У результаті особа не лише уникає вирішення важливих життєвих проблем (побутових, соціальних, навчальних), але й гальмує власний особистісний розвиток.

На формування адиктивної поведінки впливають різні чинники: біологічні (індивідуальні особливості реагування на речовини або стани, що змінюють свідомість), психологічні (особистісні риси, наявність психотравм), а також соціальні (особливості сімейних відносин і соціального оточення). При цьому важливо підкреслити, що адиктивна поведінка включає не лише самі дії, а й нав'язливі думки про можливість втечі від реальності та способи її досягнення [27].

Дослідниця Маресса Орзак (Maressa Orzac) виокремила низку психологічних і фізичних симптомів, характерних для патологічної Інтернет-залежності.

До психологічних симптомів належать:

- відчуття ейфорії або значного покращення настрою під час перебування за комп'ютером;
- втрата контролю та неможливість припинити користування Інтернетом;

- поступове збільшення часу перебування в мережі;
- нехтування сімейними стосунками та соціальними зв'язками;
- відчуття внутрішньої порожнечі, депресивності або роздратування поза онлайн-середовищем;
- схильність до обману роботодавців або членів родини щодо реального характеру своєї онлайн-діяльності.

Додатково до зазначених проявів, у підлітків з Інтернет-залежністю часто спостерігаються труднощі в навчальній або професійній діяльності. Це може проявлятися у зниженні успішності, втраті інтересу до навчання, пропусках занять, а також у загальному погіршенні виконання обов'язків і зниженні концентрації уваги.

Фізичні симптоми Інтернет-залежності включають низку соматичних порушень, зокрема:

- відчуття сухості та подразнення в очах;
- часті головні болі, що можуть мати характер мігрені;
- біль у спині та шийно-поперековому відділі;
- порушення режиму харчування, нерегулярне вживання їжі або пропуски прийомів їжі;
- недотримання особистої гігієни;
- розлади сну, зокрема зміщення або порушення нормального режиму відпочинку.

Процес формування комп'ютерної або Інтернет-залежності не відбувається раптово, а має поступовий характер розвитку. У науковій літературі виділяють кілька основних стадій цього явища:

- стадія легкої захопленості;
- стадія захопленості;
- стадія залежності;
- стадія прихильності.

На стадії легкої захопленості дитина починає порівнювати реальний та віртуальний світи, поступово надаючи перевагу останньому. Це пояснюється

тим, що людина загалом схильна повторювати ті дії, які приносять їй позитивні емоції та задоволення. На цьому етапі ще відсутня стійка потреба постійного перебування в Інтернеті, а сам онлайн-простір не набуває провідного значення у системі життєвих цінностей.

Стадія захопленості характеризується тим, що в підлітка формується нова потреба - регулярне перебування в соціальних мережах або онлайн-середовищі. Саме на цьому етапі Інтернет починає займати більш значуще місце у повсякденному житті та поступово впливає на поведінку й розподіл часу. Стадія залежності характеризується вже глибокими та стійкими змінами у ціннісній сфері підлітка. На цьому етапі відбувається істотна трансформація самосвідомості та самооцінки. Інтернет-реальність поступово витісняє значущість реального життя, а сприйняття навколишнього світу заміщується віртуальним середовищем. Порушується нормальне функціонування психіки: замість адекватного відображення реальності формується орієнтація на віртуальний простір як основний.

Такі підлітки значну частину часу проводять наодинці, занурюючись у комп'ютерні ігри або онлайн-активність. При цьому сформована потреба не зникає навіть після задоволення базових фізіологічних потреб, що свідчить про її нав'язливий характер.

Стадія прихильності є наступним етапом, на якому відбувається певне зниження інтенсивності взаємодії з комп'ютером, однак повністю відмовитися від сформованої потреби у віртуальному середовищі підліток уже не здатен. Такий стан може тривати тривалий час, іноді навіть протягом усього життя, залежно від індивідуальних особливостей особистості та ступеня сформованої залежності. У деяких випадках розвиток адикції може зупинитися на попередніх стадіях, що сприяє поступовому ослабленню залежної поведінки.

Більш схильними до формування комп'ютерної залежності є діти та підлітки, які перебувають у нестабільних або конфліктних сімейних чи шкільних умовах, а також ті, що не мають виражених інтересів або серйозних захоплень. Саме для них віртуальний простір стає своєю «віддушиною»,

де вони знаходять можливість самоствердження та покращення емоційного стану.

Водночас варто зазначити, що позитивні емоції можуть виникати ще на етапі очікування комп'ютерної гри або входження в онлайн-простір. Проте після завершення взаємодії з віртуальним середовищем емоційний стан зазвичай швидко погіршується і повертається до попереднього рівня, що зберігається до наступного «занурення» в Інтернет-реальність.

Участь у віртуальному світі тимчасово дозволяє підліткам знизити рівень психологічної напруги та відволіктися від проблем реального життя. Однак цей ефект є короткочасним і зникає після виходу з онлайн-простору. Для осіб із ігровою залежністю реальний світ часто сприймається як менш привабливий, складний і навіть загрозливий, що пов'язано з труднощами соціальної адаптації [15].

У результаті віртуальна реальність починає виконувати компенсаторну функцію, оскільки в ній підліток відчуває контроль над ситуацією, може самостійно встановлювати правила та отримує ілюзію повної свободи дій, що ще більше закріплює залежну поведінку.

Логічно припустити, що повернення з віртуального середовища для особи із залежною поведінкою є дискомфортним процесом. Після перебування у віртуальній реальності підліток знову змушений стикатися з реальним життям, яке може сприйматися як менш привабливе або навіть негативно забарвлене. Це, у свою чергу, спричиняє погіршення емоційного стану, зниження настрою та загальної активності, а також може супроводжуватися відчуттям фізичного дискомфорту.

2.2. Аналіз впливу інтернет-ресурсів і соціальних мереж на особистість підлітків

Інтернет-ресурси сьогодні належать до найбільш поширених засобів масової комунікації, якими активно користуються підлітки. Процес становлення особистості в умовах впливу Інтернет-комунікацій умовно можна поділити на

дві складові - реальну та віртуальну. Їхня певна «нерівність» полягає в тому, що віртуальне середовище часто сприймається як більш кероване та передбачуване: користувач може контролювати події, образи та взаємодію. Натомість реальне життя є значно складнішим, менш прогнозованим і вимагає від людини більшого емоційного, фізичного та соціального напруження для успішної адаптації.

Сьогодні спостерігається тенденція, що значна частина підлітків віддає перевагу спілкуванню саме в онлайн-просторі, а не безпосередній міжособистісній взаємодії. За своєю природою Інтернет-ресурси мають подвійний вплив: з одного боку, вони можуть сприяти розвитку особистості, розширенню світогляду, комунікативних навичок та доступу до інформації; з іншого - здатні негативно позначатися на процесі соціалізації, знижуючи рівень реального спілкування та ускладнюючи формування соціальних навичок.

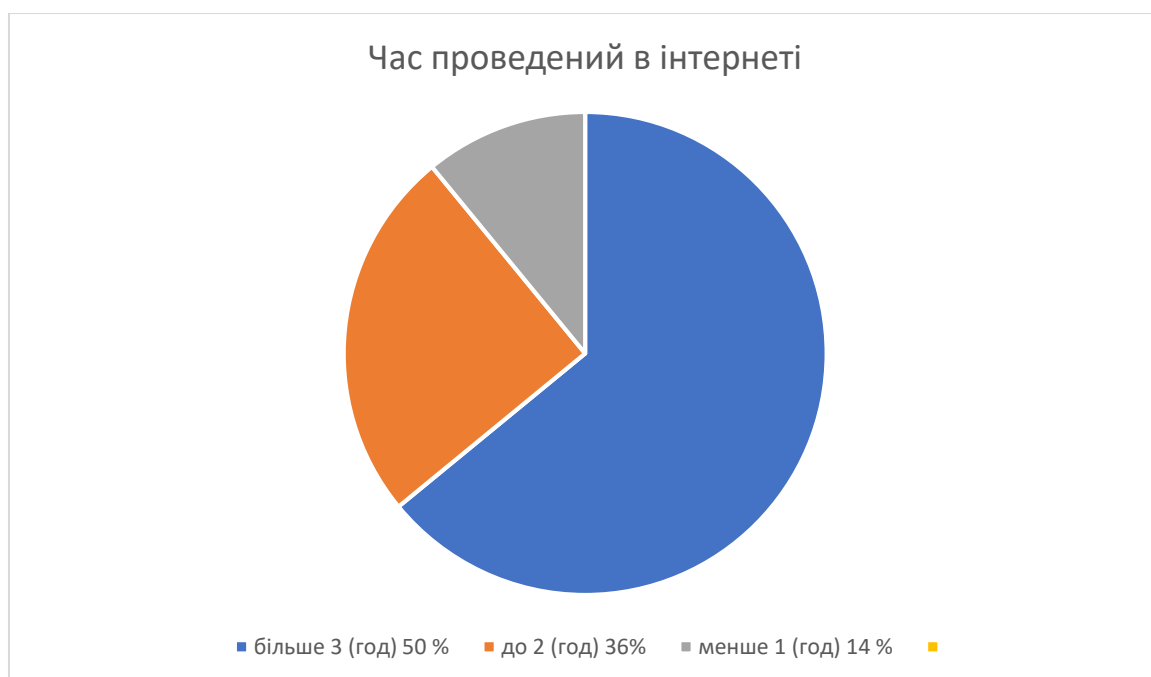
Соціальні мережі, як відносно нове явище сучасного медіапростору, стали однією з найпопулярніших форм комунікації серед підлітків. Саме тому в межах дослідження особлива увага приділяється аналізу їхнього впливу на особистісний та соціальний розвиток підліткової групи [23].

Емпірична частина дослідження проводилася серед підлітків віком 14–15 років. Респондентам було запропоновано анкету, спрямовану на вивчення особливостей користування соціальними мережами. Питання були орієнтовані на визначення тривалості щоденного перебування в онлайн-просторі, а також на аналіз того, як активність у соціальних мережах впливає на емоційний стан підлітків і їхні особистісні характеристики загалом (див. дод. А.).

У ході проведеного дослідження було встановлено, що значна частина опитаних учнів витрачає суттєву кількість часу на перебування за комп'ютером або перегляд телепередач. Зокрема, кожен другий респондент проводить в онлайн- та медіапросторі три години і більше щодня. До двох годин на це витрачають 10 опитаних, і лише 4 учні обмежуються часом до однієї години.

Окремо було проаналізовано ставлення батьків до тривалості перебування дітей в Інтернеті. Результати показали, що батьки 24 учнів із 28 «дуже часто»

висловлюють занепокоєння щодо надмірного часу, проведеного в мережі. Ще 2 респонденти зазначили, що подібні зауваження з боку батьків виникають «іноді», і лише у 2 випадках батьки не висловлюють жодних скарг із цього приводу.



Результати опитування засвідчили, що Інтернет-активність суттєво впливає на повсякденну життєдіяльність підлітків. Так, більша частина респондентів (15 учнів) зазначила, що «дуже часто» відкладає виконання домашніх обов'язків заради перебування в мережі. Ще 6 опитаних відповіли

«часто», 4 - «іноді», 2 - «рідко» і лише 1 учень вказав «дуже рідко». Це свідчить про поширеність заміщення реальних обов'язків онлайн-активністю.

Вплив часу, проведеного в Інтернеті, на навчальну або робочу діяльність також є доволі значним. Зокрема, 17 респондентів відповіли, що цей вплив є «завжди» помітним, 6 зазначили «іноді», і лише 5 учнів вважають, що Інтернет не впливає на їхню освіту або роботу. Щодо звичок онлайн-контролю, переважна більшість учнів (25 із 28) «завжди» перевіряють електронну пошту або соціальні мережі, ще 3 респонденти роблять це «дуже часто». Це свідчить про високий рівень залученості підлітків до постійної онлайн-комунікації.

Також було виявлено вплив Інтернет-користування на навчальну ефективність. 9 опитаних зазначили, що їхня продуктивність у навчанні «дуже часто» знижується через використання Інтернету. 7 учнів відповіли «іноді», тоді як 12 респондентів вказали, що подібний вплив спостерігається «рідко». Це демонструє різний ступінь залежності навчальної діяльності від онлайн-активності, проте загалом підтверджує наявність негативного впливу на організацію навчального процесу.



Результати дослідження свідчать про помітний вплив Інтернет-комунікацій на характер соціальних взаємодій підлітків. Так, приблизно половина опитаних зазначила, що «завжди» надає перевагу перебуванню в

Інтернеті замість особистих зустрічей із друзями. Ще 8 респондентів (із 28) відповіли, що «іноді» обирають онлайн-активність замість реального спілкування, і 6 підлітків зазначили, що роблять це «рідко». Це може свідчити про поступове зміщення пріоритетів у бік віртуального спілкування.

Щодо особливостей комунікації, 19 опитаних підлітків відзначили, що їм легше знаходити спільну мову з іншими людьми саме в соціальних мережах. Натомість 7 респондентів вважають, що їм комфортніше спілкуватися в реальному житті. Ще 2 учні зазначили, що мають труднощі у встановленні взаєморозуміння як в онлайн-просторі, так і в безпосередньому спілкуванні.

Отримані дані свідчать про те, що соціальні мережі значною мірою впливають на формування комунікативних навичок підлітків, часто створюючи для них більш комфортне середовище взаємодії, ніж реальне міжособистісне спілкування.





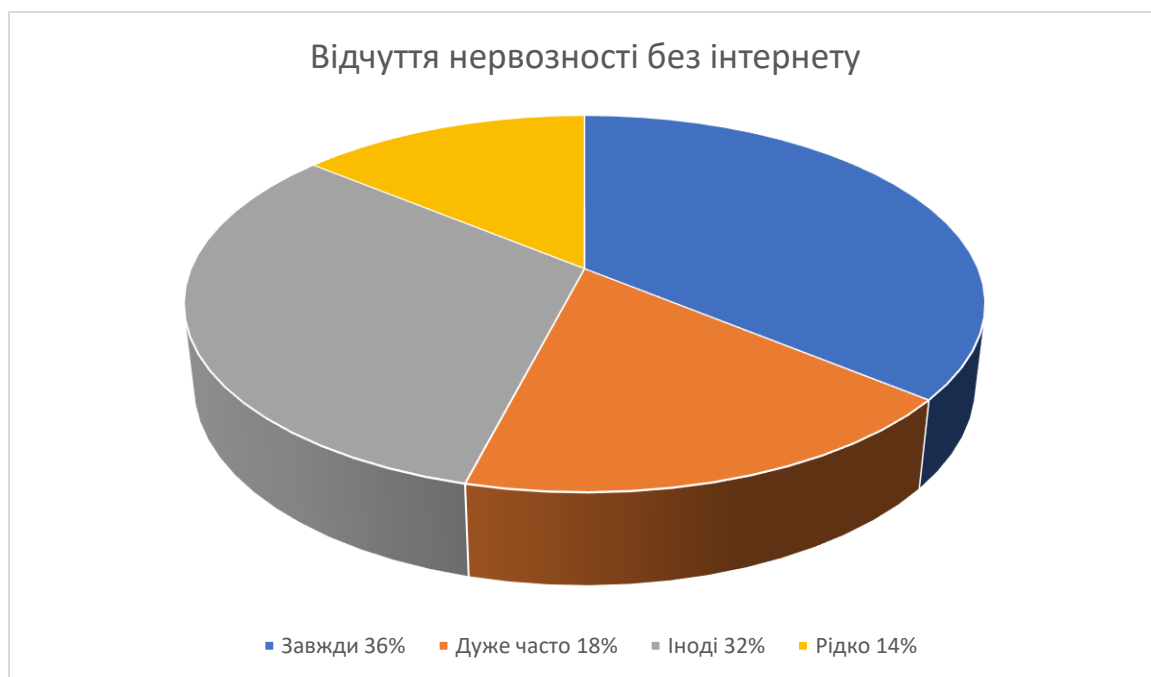
Результати опитування засвідчили наявність емоційної залежності підлітків від Інтернет-середовища. Так, 10 із 28 респондентів зазначили, що «завжди» відчувають роздратування, коли їх відволікають від користування Інтернетом. Ще 11 учнів відповіли, що «дуже часто» у таких ситуаціях проявляють нервозність або можуть кричати. 5 підлітків відзначили, що подібні реакції виникають «іноді», і лише 2 респонденти повідомили, що «рідко» відчувають роздратування при перериванні онлайн-активності. Це свідчить про досить високий рівень емоційної включеності у віртуальний простір.

Щодо механізмів уникнення реальності, 7 учнів зазначили, що «дуже часто» замінюють неприємні думки про власне життя думками про перебування в Інтернеті. Ще 5 респондентів відповіли «іноді», тоді як 16 учнів повідомили, що «дуже рідко» використовують Інтернет як спосіб уникнення життєвих проблем. Позитивне очікування від майбутнього виходу в Інтернет також є поширеним явищем: 9 опитаних відповіли «завжди», 3 - «дуже часто» відчувають приємне передчуття перед входом у мережу, і 16 - «рідко».

Важливим є також ставлення підлітків до можливості життя без соціальних мереж. У 23 респондентів спостерігається високий рівень залежності: вони оцінюють страх життя без Інтернету на рівні 4–5 балів. Ще 2 учні дали середню оцінку («3»). Лише 5 підлітків вважають, що могли б

обійтися без соціальних мереж, тоді як 17 респондентів відповіли категорично «точно ні», а 6 - вагалися з відповіддю.

Емоційний стан також значною мірою пов'язаний із перебуванням поза мережею. Зокрема, 10 учнів «завжди» відчують депресивність і нервозність, коли не користуються Інтернетом, 5 - «дуже часто», 9 - «іноді» і 4 - «рідко». Це свідчить про те, що відсутність онлайн-доступу у значної частини підлітків супроводжується психологічним дискомфортом та емоційною нестабільністю.



За результатами дослідження встановлено, що більшість опитаних учнів (21 із 28) не намагаються приховувати свою онлайн-активність і рідко

проявляють опір щодо контролю з боку оточення. Водночас 7 респондентів зазначили, що іноді приховують або уникають обговорення того, чим займаються в мережі.

Усі опитані (100%) використовують Інтернет як багатофункціональний ресурс: для спілкування, перегляду фільмів та прослуховування музики. Для 17 учнів Інтернет виступає основним джерелом навчальної інформації та відомостей про навколишній світ. Ще 7 респондентів зазначили, що активно використовують мережу для відеоігор, що свідчить про значну роль розважального контенту в структурі їхньої онлайн-діяльності.

Інтернет як засіб масової комунікації має істотний вплив на різні сфери життя підлітків. Дані анкетування показали, що 50% опитаних проводять у мережі понад три години на день. Батьки 86% респондентів регулярно висловлюють занепокоєння щодо надмірного часу, який діти проводять за комп'ютером. У 61% підлітків спостерігається зниження ефективності та продуктивності навчальної діяльності, що пов'язано з активним використанням Інтернету.

2.3. Роль соціального педагога у формуванні безпечної медіаповедінки підлітків

У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової комунікації виступають одним із провідних чинників соціалізації підлітків, оскільки вони забезпечують доступ до інформації, формують ціннісні орієнтації та впливають на способи міжособистісної взаємодії. Особливої актуальності набуває вплив цифрового середовища, яке поєднує освітні можливості та потенційні ризики для розвитку особистості.

Сучасні дослідження свідчать, що підлітковий вік є найбільш чутливим до впливу медіа, оскільки саме в цей період активно формується система цінностей, самооцінка, соціальні ролі та моделі поведінки. У зв'язку з цим зростає значення педагогічного супроводу процесу медіасоціалізації, який здійснюється насамперед соціальним педагогом.

Соціальний педагог у закладі освіти виконує комплексну функцію посередника між дитиною, освітнім середовищем і цифровим простором. Його діяльність спрямована на профілактику негативних проявів медіавпливу, попередження інтернет-залежності, а також формування у підлітків навичок безпечної та відповідальної поведінки в мережі.

Одним із ключових напрямів роботи соціального педагога є формування медіаграмотності. Це передбачає розвиток критичного мислення, уміння аналізувати інформацію, розрізняти факти та маніпуляції, а також усвідомлювати наслідки власної поведінки в онлайн-просторі [17]. У сучасних умовах інформаційної перенасиченості саме медіаграмотність виступає важливим чинником захисту підлітків від дезінформації та негативного контенту.

Важливим завданням соціально-педагогічної діяльності є також формування цифрової культури підлітків. Вона включає не лише технічні навички користування цифровими ресурсами, а й етичні норми поведінки в Інтернеті, дотримання правил безпеки, повагу до інших користувачів та відповідальність за власні дії в мережі. Як зазначається в наукових дослідженнях, медіасередовище може одночасно сприяти розвитку особистості або, навпаки, гальмувати процес соціалізації залежно від характеру використання [25].

Соціальний педагог використовує різноманітні форми роботи з підлітками: профілактичні бесіди, тренінги, інтерактивні заняття, рольові ігри, групові дискусії. Такі методи дозволяють не лише передати знання, але й сформувати практичні навички безпечної поведінки в Інтернеті. Особливу ефективність мають тренінгові форми роботи, які сприяють розвитку саморегуляції, відповідальності та усвідомленого ставлення до медіаспоживання.

Окрему увагу соціальний педагог приділяє профілактиці інтернет-залежності серед підлітків. Це включає роботу з формування здорового балансу між віртуальним і реальним життям, розвиток альтернативних видів діяльності

(спорт, творчість, соціальна активність), а також залучення сім'ї до процесу виховання. Важливо формувати у підлітків розуміння того, що віртуальний простір не може повністю замінити реальну соціальну взаємодію.

Крім того, соціальний педагог сприяє розвитку комунікативних навичок підлітків у реальному житті, що є важливим чинником успішної соціалізації. Зниження рівня живого спілкування через надмірне використання соціальних мереж може призводити до труднощів адаптації, тому педагогічний вплив спрямований на відновлення балансу між онлайн- і офлайн-комунікацією [29].

Таким чином, діяльність соціального педагога у формуванні безпечної медіаповедінки підлітків є системною, багаторівневою і охоплює профілактичний, просвітницький та корекційний напрями. Її результатом є підвищення рівня медіаграмотності, розвиток критичного мислення та формування відповідального ставлення до використання інформаційних технологій.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було проаналізовано вплив інтернет-комунікацій на соціальний та особистісний розвиток підлітків. Встановлено, що цифрове середовище є важливим чинником сучасної соціалізації, який одночасно виконує як позитивні, так і негативні функції.

З'ясовано, що інтернет-ресурси та соціальні мережі сприяють розширенню інформаційного простору, розвитку комунікативних навичок і формуванню нових способів взаємодії. Водночас надмірне залучення до віртуального середовища може призводити до зниження рівня реального спілкування, емоційної залежності та труднощів соціальної адаптації підлітків.

Окремо визначено, що формування інтернет-залежності має комплексний характер і зумовлюється біологічними, психологічними та соціальними чинниками. Віртуальна реальність у таких випадках виконує компенсаторну функцію, дозволяючи тимчасово знижувати емоційну напругу та уникати реальних проблем.

Важливу роль у подоланні негативних наслідків медіавпливу відіграє соціальний педагог, діяльність якого спрямована на формування медіаграмотності, цифрової культури та безпечної поведінки підлітків у мережі. Ефективна соціально-педагогічна робота сприяє гармонійному розвитку особистості та її успішній соціалізації в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Висновки

Розвиток та формування особистості підлітка відбувається у постійній взаємодії з навколишнім соціальним і інформаційним середовищем. Сучасний етап розвитку інформаційного суспільства характеризується стрімким удосконаленням цифрової інфраструктури, що суттєво трансформує культурний простір загалом. Сьогодні спостерігається значне зменшення бар'єрів у доступі до інформаційних ресурсів, постійне зростання її обсягів, а також поступове стирання меж між різними засобами масової комунікації - Інтернетом, телебаченням, друкованими виданнями та мобільними технологіями. У таких умовах сучасні діти та підлітки мають практично необмежений доступ до медіапродукції з різних країн і сфер життя.

Формуючи специфічний інформаційний простір, засоби масової комунікації здійснюють суттєвий вплив на становлення соціальних, моральних, естетичних та ціннісних орієнтацій особистості. Вони виступають важливим чинником формування світогляду молодого покоління, його уявлень про норми поведінки, систему цінностей та міжособистісні відносини.

Вплив засобів масової комунікації на процес соціалізації молоді є суперечливим і має як позитивні, так і негативні аспекти. У зв'язку з цим важко недооцінити роль сучасних медіа у формуванні підростаючого покоління. Водночас необхідно враховувати, що підлітки є активними споживачами інформаційного контенту, тому важливого значення набуває цілеспрямоване та педагогічно обґрунтоване планування роботи з ними. Лише за умови поєднання взаємодії із засобами масової інформації з іншими формами соціального досвіду можна забезпечити їхній конструктивний вплив на процес соціалізації особистості.

На сучасному етапі Інтернет-залежність не визнається окремим медичним або психіатричним захворюванням, і не має офіційного діагностичного статусу як «Інтернет-залежність». У порівнянні з хімічними залежностями, такими як алкогольна чи наркотична, вплив Інтернет-залежності на фізичне здоров'я людини є менш вираженим і не призводить до таких руйнівних органічних

наслідків. Проте це не зменшує її значущості як психологічної та соціальної проблеми сучасного суспільства.

Повністю «вирвати» підлітка з інтернет-залежності лише різким обмеженням доступу до віртуального середовища практично неможливо, оскільки ефективні та універсальні соціальні програми подолання цього явища на сьогодні ще остаточно не сформовані.

Фахівці у сфері психічного здоров'я зазначають, що за проблемною поведінкою дитини нерідко стоять труднощі у сімейній системі. Часто втеча у віртуальний простір є наслідком емоційної нестабільності, відсутності взаєморозуміння з батьками або ігнорування дорослими потреб підлітка.

У сучасних умовах частково контролювати онлайн-активність дітей можуть допомагати спеціальні технічні засоби та програми батьківського контролю. Вони дозволяють відстежувати відвідувані сайти та характер інтернет-активності. У випадку користування електронною поштою доцільним може бути використання спільних або сімейних акаунтів, що забезпечує більший рівень прозорості комунікації та певний контроль з боку батьків.

Водночас найефективнішим підходом у профілактиці інтернет-залежності є не контроль як такий, а побудова довірливих, відкритих і партнерських стосунків між поколіннями, що дозволяє обговорювати використання Інтернету без конфліктів і тиску.

Засоби масової комунікації загалом суттєво впливають на поведінкові моделі молоді, визначаючи характер її взаємодії зі світом. Вони формують певні зразки поведінки, які подаються у вже готовому вигляді, що зменшує потребу у самостійному їх осмисленні та конструюванні. Таким чином, медіа пропонують стандартизовані моделі поведінки, характерні для сучасної масової культури, які поступово інтегруються у молодіжне середовище та впливають на формування ціннісних орієнтацій і реальної поведінки підлітків.

На сьогодні не існує єдиного загальноприйнятого визначення поняття «соціальна мережа». Узагальнюючи різні наукові підходи, можна визначити

соціальну мережу як багатокористувацьку онлайн-платформу, контент якої створюється та наповнюється безпосередньо її користувачами.

Систематизуючи результати проведеного дослідження, можна зробити висновки, що соціальні мережі виступають інструментом розширення можливостей особистісного розвитку. Вони забезпечують підтримку соціальних зв'язків, обмін та поширення інформації, сприяють творчому самовираженню, а також дозволяють регулювати рівень відкритості у процесі комунікації з іншими користувачами.

Соціальні мережі можна розглядати як своєрідне «віртуальне дзеркало суспільного життя», у якому відображаються актуальні проблеми сучасності, суспільні настрої, а також індивідуальні та колективні оцінки подій, що відбуваються в соціальному середовищі.

Список використаних джерел

1. Антонова О. Навчально-методичний посібник «Нова українська школа: дидактичні основи формування медіаграмотності в учнів початкової школи» для педагог. Працівників. Київ : Генеза, 2020. 96 с.
2. Бех І. Д. Особистість у виховному процесі. Київ : Либідь, 2020. 320 с.
3. Богомаз К. Ю. Методологічні орієнтири вивчення соціальних комунікацій в умовах інформаційного суспільства : монографія / К. Ю. Богомаз, Ю. С. Кравцов; Дніпров. держ. техн. ун-т. Кам'янське : ДДТУ, 2019. 163 с.
4. Больц Норберт. Абетка медіа / за загал. ред. В.Ф. Іванова; пер. з німец. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр Вільної Преси, 2015
5. Брадов В. В. Контент мережі як чинник інформаційної агресії. Образ. 2020. Вип. 2 (34). С. 88–97.
6. Бульбенюк С. С. Медіакомунікації у соціально-політичному просторі сьогодення. Київ : КНЕУ, 2020. С. 89–92.
7. Вишневський О. Сучасна педагогіка і медіасередовище особистості. Львів : ЛНУ, 2020. 310 с.
8. Голованова Н.В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. Актуальні проблеми державного управління. 2017. № 1 (51). С. 112–118.
9. Горова С. В. Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення : монографія; наук. ред. О. С. Онищенко ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2017. 452 с.
10. Гриценчук О. О., Овчарук О. В. Цифрові інструменти для створення та підтримки середовища освіти для демократичного громадянства у європейських країнах. Комп'ютер в школі та сім'ї. 2020. Т. 2. С. 53-56.
11. Городенко Л. М. Медіакомунікації в умовах цифрового суспільства : монографія. Київ: Інтерсервіс, 2021. 312 с.
12. Дискурс українського журналістикознавства в контексті розвитку соціальних комунікацій : колект. монографія / [Г. М. Волинець та ін. ; за ред. В. Л. Погребної]; Нац. ун-т "Запоріж. політехніка". Дніпро : Ліра, 2021. 307 с

13. Житарюк М. Теорії та моделі масової інформації : навч.-метод. посіб. Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2018. 242 с. [Електронний ресурс].

<https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/S-959-LNU-Zhytariuk-BLOK.pdf>

14. Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасна освіта і наука: проблеми, перспективи, інновації». Відповідальний редактор проф. Т.Ю. Дудка. К., 2021. 402 с.

15. Зінчина О.Б. Медіасоціалізація сучасної молоді: виклики і відповіді. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. 2017. № 39. С. 332–339. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISD_2017_39_49 (дата звернення: 01.11.2020)

16. Заїчко В. В. Навчання медіаграмотності: розширення можливостей людей в епоху інформації. Медіаграмотність та соціальна відповідальність педагогів в умовах війни в Україні: матеріали доповідей та виступів учасників Всеукраїнського круглого столу з міжнародною участю. К.: Вид-во УДУ імені Михайла Драгоманова, 2023, С. 22-25.

17. Іванов В. Ф. Медіаграмотність та критичне мислення. Київ : Академія української преси, 2020. 200 с.

18. Квіт С. Масові комунікації: підручник. 2-е вид., виправ. і доп. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 352 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<https://kvit.ukma.edu.ua/wpcontent/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>.

19. Коваленко Н.. Психологічні особливості формування соціальної відповідальності підлітків. Scientific Collection «InterConf», 2024. 135–138. Retrieved from <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/6470>

20. Колінько М. В. Міжкультурна комунікація: топологічний вимір : монографія - Донец. нац. ун-т ім. Василя Стуса. Вінниця : ТВОРИ, 2019. 343 с.
21. Комунікативні технології інформаційного суспільства: монографія / [А. І. Гусєв, Н. О. Довгань, О. В. Івачевська, Н. С. Малєєва, І. В. Петренко]; за наук. ред. А. І. Гусєва. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2020. 142 с.
22. Кропельницька С. О., Мигович Т. М., Кулеша-Любінець М.М. Розроблення та реалізація соціальних проектів в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, №1 (106), 2019. 37-43.
<http://lib.pnu.edu.ua:8080/handle/123456789/3417>
23. Кучаковська Г. А. Роль соціальних мереж в активізації процесу навчання інформатичним дисциплінам майбутніх вчителів початкової школи. Інформаційні технології і засоби навчання. 2015. №. 47, вип. 3. С. 136-149.
24. Курило В.С., Савченко С.В., Караман О.Л. Соціалізація особистості в умовах гібридної війни на сході України: монографія. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. 240 с.
25. Лещенко М. П. Медіаосвіта в умовах цифрової трансформації суспільства. Київ : Педагогічна думка, 2021. 240 с.
26. Маслянікова І.В. Соціально-психологічна підтримка особистості в умовах війни : монографія. Київ, 2023. 219 с.
27. Мельцер С.В. Значення соціалізації та індивідуалізації для розвитку особистості. Матеріали наукової конференції. 2023. С. 285–288.
28. Медіаторчість в сучасних реаліях: протистояння медіатравмі. Збірник наукових праць; [укладач Чаплінська Ю.С.; літ.ред. Н.Л. Дятел]. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. 210 с.
29. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя. Волошенюк О.В, Ганик О.В., Голощاپова В.В., Дегтярьова Г.А., Іванова І.Б., Кожанова А.Ю., Пиза Г.Ю., Шкребець О.О., Янкович О.І. Київ : ЦВП, АУП, 2018. 234 с.

30. Мохонько В. А. Розвиток медіаграмотності в школах: досвід України. Медіаграмотність та соціальна відповідальність педагогів в умовах війни в Україні: матеріали доповідей та виступів учасників Всеукраїнського круглого столу з міжнародною участю. К.: Вид-во УДУ імені Михайла Драгоманова, 2023, С. 35-36.
31. Ніколаєнко С. М. Освіта і медіакультура в інформаційному суспільстві. Київ : НАПН України, 2021. 280 с.
32. Ніколаєнко Н.О., Комарчук О.О. Засоби масової комунікації як детермінанти гібридної війни: монографія; Нац. ун-т кораблебудування ім. адмірала Макарова. Миколаїв : НУК, 2021. 217 с.
33. Партико З. В. Логіка [текст] : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 352 с.
34. Попик Ю.В. Соціалізація особистості у військовому середовищі: виклики та перспективи. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. 2024. Вип. 97. С. 123–128.
35. Прядко Ю. С. Стереотипогенерувальний потенціал заголовків українських новинних інтернет-ресурсів для молоді. Актуальні питання масової комунікації. 2020. Вип. 27. С. 41–50.
36. Психологія особистісного зростання підлітків: реалії та перспективи. І.С. Булах: монографія. Вінниця, ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. 340 с.
37. Ромашченко Н. В., Яковенко К. В. Essence of information war and its manifestations in modern online space. Information Technologies: Science, Engineering, Technology. 2020. С. 13–20.
38. Савченко С., Караман О. (2021). Кіберсоціалізація молоді в умовах інформаційної війни Росії проти України. Вісник НАПН України. 3(1). 2.
39. Сахарук І. В. Цифрова соціалізація молоді: теорія і практика. Київ : Генеза, 2022. 256 с.
40. Скалацька О. В., Нерубаська А. О., Ямілова Т. М. Effective communication of Ukrainian opinion leaders in social networks. Journal of Critical Reviews. 2020. Vol. 7(4). P. 1673–1679.

41. Согорін А.А. Vplyv zasobiv masovoi komunikatsii na pryrodni, biolohichni ta sotsialnopsykholohichni chynnyky v protsesi trudovoi adaptatsii. Scientific and theoretical almanac «Grani», 21(3), 33-40.

42. Соціалізація особистості в умовах сучасного освітнього середовища : навч.-метод. посібник. Київ, 2025. 150 с.

43. Соціальні комунікації інформаційного суспільства: теоретичні та прикладні аспекти : монографія / [ред.: А. Г. Гудманян, С. М. Ягодзінський]; Нац. авіац. ун-т, Ф-т лінгвістики та соц. комунікацій. Київ : Талком, 2020. 259 с.

44. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / Штефан Прімбс ; [за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченко]. Київ : Академія вільної преси : Центр вільної преси, 2018. 198 с.

45. Толмачова І.Г. Роль медіа-засобів у формуванні медіа-компетентності майбутніх учителів початкової школи. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 1(324). 2019. Ч. 2. 276–287.

46. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку [Текст]: навч. посіб. / О. М. Холод. Вид. 2-ге, перероб. й допов. Київ : Білий Тигр, 2018. 369 с.

47. Цифрова культура: медіаграмотність, соціальна відповідальність, права людини: матеріали доповідей та виступів учасників міжнародної-науково-практичної конференції, м. Київ, Український державний університет імені Михайла Драгоманова, 27-28 березня 2023 року. К.: Вид-во УДУ імені Михайла Драгоманова, 2023. 74с.

48. Fuchs, C. Social Media: A Critical Introduction. London: SAGE Publications, 2020. 360 p.

49. Livingstone, S., Stoilova, M. Children and the Internet in Europe. Oxford : Oxford University Press, 2021. 300 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета

для виявлення особливостей впливу ЗМК на особистість

Шановний учаснику, Вам пропонується анкета, яка дозволить визначити Ваше ставлення до впливу ЗМІ на особистість.

1. Вкажіть Ваш вік, стать та освіту_____

2. Скільки часу на день Ви витрачаєте на перегляд телепередач та сидіння за комп'ютером?:

- до 1 години
- до 2 годин
- до 3 годин і більше;

3. Як часто Ви закидаєте свої домашні обов'язки, щоб провести більше часу в мережі?

- дуже рідко
- іноді
- часто
- дуже часто
- завжди

4. Як часто Ваші батьки скаржаться з приводу кількості часу, що Ви проводите в мережі?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- завжди

5. Як часто через час, проведений в мережі страждає Ваша освіта чи робота?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- завжди

6. Як часто Ви перевіряєте електронну пошту або соцмережі, перш ніж зайнятися чимось іншим?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- завжди

7. Як часто страждає Ваша ефективність або продуктивність в роботі через використання Інтернету?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- ніколи

8. Як часто Ви уникаєте відповідей або приховуєте інформацію, якщо Вас запитують про те, що Ви робили в мережі?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- ніколи

9. Як часто Ви відсуваєте на другий план неприємні думки про своє життя, замінюючи їх заспокійливими думками про Інтернет?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- ніколи

10. Як часто Ви відчуваєте приємне передчуття перед майбутнім входом в Інтернет?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- ніколи

11. Чи є у Вас страх, що життя без Інтернету стане нудним або порожнім?

Оцініть за шкалою від 1 до 5 (де 1 - зовсім ні, 5 - дуже сильно):

Як часто Ви відчуваєте роздратування, гнів або підвищену емоційну реакцію, коли Вас відволікають під час перебування в Інтернеті?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- ніколи

12. Як часто Ви порушуєте режим сну або не висипаєтесь через перебування в Інтернеті пізно ввечері або вночі?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- ніколи

13. Як часто Ви відчуваєте, що «поглинені» Інтернетом, навіть коли не перебуваєте онлайн, або уявляєте себе у віртуальному просторі?

- дуже часто
- іноді
- рідко
- ніколи