**Дніпровський національний університет**

**імені Олеся Гончара**

Факультет систем і засобів масової комунікації

Кафедра масової та міжнародної комунікації

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**магістра**

на тему: «Альтернативна тематика інстаграм-блогерства»

Виконала: студентка групи ЗЖ-19м-1з

спеціальність 061 «Журналістика»,  
 освітня програма «Медіакомунікації»

Кір’янова Є.Є.

(прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_ Хотюн Л.В.,

канд. наук соц. комунікацій, доц.

підпис наук. ступ., вчене звання (прізвище та ініціали)

Рецензент \_\_\_\_\_ Іванова Н.І.,

канд. філолог. наук, доц.

підпис наук. ступ., вчене звання (прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри масової та міжнародної комунікації \_\_\_\_\_\_\_\_ Бутиріна М. В.,

д-р наук. із соц. ком., проф.

м. Дніпро – 2020 рік

**ЗМІСТ**

**ВСТУП**………………………………………………………………….…………3

**РОЗДІЛ I. КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ**…5

Інтернет мережі як специфічне комунікаційне середовище соціального впливу……………………………………………………………………………...5

Екологія мас-медіа у контексті захисту дитячої свідомості………………….19

Висновки до Розділу І…………………………………………………………...29

**РОЗДІЛ II. НЕТРАДИЦІЙНА ТЕМАТИКА БЛОГЕРІВ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ. ВІРОГІДНІСТЬ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ ПІДЛІТКІВ**…………………………………………………………………...…30

Персвазія /переконання/ як складова впливу…………………………………..30

Інформаційне убезпечення підлітків від негативних складових впливу…….39

Висновки до Розділу ІІ…………………………………………………………..47

**ВИСНОВКИ**……………………………………………………………………..48

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ**……………....50

**ВСТУП**

Опитування школярів та вчителів в Україні показали, що діти не отримують сексуальної освіти у середніх навчальних закладах. Ця тема є табуйованою у школах, секс сприймається як щось, чого треба соромитися.

Крім того, вчителі мають стереотипні уявлення про деякі важливі речі. Наприклад, дехто з українських педагогів вважає, що діти з ВІЛ мають навчатися окремо від інших дітей. Це означає, що деякі вчителі некомпетентні щодо проведення уроків статевого виховання.

Деякі батьки також не ведуть розмов на тему сексу зі своїми дітьми, тому підлітки змушені цікавитися цим питанням самотужки, і, звісно ж, на допомогу приходить мережа Інтернет. Ми вивчили контент на сторінках секс-блогерів у соціальній мережі Instagram та рівень їх соціального впливу на свою аудиторію.

**Актуальність** проблеми зумовлена тим, що Instagram є однією з найпопулярніших соціальних мереж серед підлітків. Там можна не тільки спілкуватися, а ще й знаходити потрібну інформацію. Ми визначили, що перебування у соцмережах впливає на поведінку та формування системи цінностей у підлітків.

**Мета і задачі дослідження:** вивчити рівень соціального впливу секс-блогерів в Instagram на підліткову аудиторію; вивчити контент у блогах та рівень обізнаності проблемою їх авторів.

**Об’єкт дослідження:** Сторінки секс-блогерів в Instagram: inside.sex.community, vintovkina\_arina, nikonova.online, shikut, pr\_o\_ject).

**Методологічною основою наукової роботи** є дискурс-аналіз, спостетереження, порівняння, моніторинг. Спостереження за діяльністю блогерів в Instagram дозволило досконально вивчити їх контент, а порівняння дало можливість визначити сторінки, які найбільше / найменше підходять для підлітків.

**Наукова новизна дослідження** полягає у тому, що соціальні мережі стали новим інформаційним полем, стаючи конкурентоспроможними до традиційних ЗМІ. Соціальні мережі мають найбільший вплив на молоду аудиторію, особливо це стосується табуйованої у школах теми сексу та статевих змін.

**Практичне значення одержаних результатів**. Результати дослідження можуть бути застосовані педагогами під час підготовки уроків статевої освіти і блогерами під час укладання концепції своєї сторінки в Instagram.

Логіка дослідження зумовила **структуру** роботи: вступ, 2 розділи, висновки, список використаних джерел із 59 найменувань. Загальний обсяг: 61 сторінка.

**РОЗДІЛ I. КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ**

* 1. **Інтернет мережі як специфічне комунікаційне середовище соціального впливу.**

Інтернет винайшли у 1986 році у США. У Національному науковому фонді штатів створили систему обміну даними ARPANET. Комп’ютерна мережа була об’єднана з військовою системою обміну даними. Метою створення системи стало забезпечення зв’язку військових і керівництва країни в будь-яких умовах [1, 53 с.].

Науковці, які досліджували інтернет як феномен, не давали визначення цьому поняттю. На їх думку, інтернет неможливо осягнути, так як він є «специфічною формою безкінечності [2]. Разом з тим, існує декілька популярних визначень інтернету:

* «інтернет – це інформаційна система; організаційно впорядкована сукупність документів та інформаційних технологій, які реалізують інформаційний процес» [3, 7-8 с.];
* «соціокультурний феномен, що він конституціонувався на технологічній основі загальносвітової системи комп’ютерних мереж, який стимулює появу нових відносин між людьми як у часі, так і в просторі. Головною особливістю такого роду відносин стає загальна доступність інформації, транспарентність світових і національних політичних і економічних процесів» [4, 19-20 с.].

«Засоби масової комунікації – це діяльність з отримання, упорядкування, обробки і передачі інформації» [5]. Виходячи з цього визначення, інтернет можна вважати засобом масової комунікації. В інтернеті створюють безліч каналів комунікації між людьми та організаціями. Наприклад, в інтернеті офіційні представництва створюють органи державної влади. Також сторінки в соціальних мережах мають більшість приватних бізнесів. Інтернет зберігає безліч книг, фільмів, документів, архівів.

Комунікативні зв’язки в інтернеті відбуваються за допомогою тексту, відео, аудізв’язку та фотографій, зображень. Кожен з цих способів комунікацій має свою власну специфіку.

Вплив інтернету на його користувачів залежить від вікової категорії та часу, який люди проводять в мережі. Таким чином, чим молодша людина, тим більше часу вона проводить в інтернеті. Також важливим є фактор того, чим саме зазвичай людина займається у всесвітній мережі.

Дослідники впливу інтернету на його користувачів зазначають, що слід враховувати декілька факторів: характеристики самого інтернету та моральні цінності тих, хто ним користується [6, 160 с.].

Найчастіше інтернет використовують для розваги. В основному, це підлітки, які багато часу проводять в соціальних мережах: там є можливість дивитися відео, слухати музику та спілкуватися з друзями. Молодь також часто використовує інтернет для пошуку інформації під час отримання освіти. Багато книг є в інтернеті, тому бібліотеки та книжкові магазини стають все менш популярними. Все частіше паперові видання купують для колекціонування.

Якщо говорити про користування інтернету людьми, старше 35 років, то все залежить від сфери їх діяльності. Представники інтелектуальних професій найчастіше використовують інтернет для професійної діяльності. Представники робочих професій використовують інтернет у вільний від роботи час для відпочинку. Варто зазначити, що в Україні є люди, переважно старшого покоління, які не користуються інтернетом взагалі, тому вплив мережі на своє життя не відчуають узагалі.

Найбільше інтернетом користуються студенти [6, 166 с.]. Студенти сидять в соціальних мережах, а також за допомогою мережі шукають інформацію під час підготовки до занять. Учні вишів відмічають, що за допомогою інтернету їм легше налагоджувати комунікацію один з одним. Наприклад, старостам груп легше повідомляти важливу інформацію іншим студенти. Також вони мають можливість оперативно дізнатися розклад занять, дати екзаменів та іншу важливу інформацію на сайті вишу.

Разом з тим, таке спілкування відучує від комунікації віч-на-віч. Студенти відмічають, що їм стало складніше спілкуватися з однолітками та викладачами – простіше написати повідомлення в соціальних мережах.

Часте користування інтернетом приводить до того, що людина знаходиться у безперестанному потоці інформації. Це приводить до того, що індивід стає менш сконцентрованим на одній справі. Паралельно люди починають робити дві справи, одна з яких – безперервна діяльність в інтернеті [7].

Згідно з опитуванням, студенти почали користуватися інтернетом кожного дня та дуже тривалий час. Це негативно впливає на інші повсякденні справи людини: перебування в інтернеті відбирає час, який повинен бути розподілений для виконання інших справ. Також частою є ситуація, що інтернет є фоном протягом дня. Наприклад, прослуховування музики, перегляд програм.

Розом з тим, є студенти, які помірно використовують інтернет. Вони проводять там в середньому 2-4 години, переглядаючь стрічку новин в соціальних мережах. Також молодь дізнається саме в інтернеті про навколишній світ: про погоду, світові та українскі новини.

Користування інтернетом також має гендерні особливості. Наприклад, хлопці більше грають в онлайн-ігри. Дівчата найчастіше знаходяться в соціальних мережах: вони переглядають сторінки знайомих, залишають коментарі та самі публікують різні фото та відео.

Також молодь користується інтернет-магазинами, так як там замовляти різні товари набагато дешевше, ніж в звичайних магазинах. Дівчата більше користуються магазинами одягу, аксесуарів та косметики. Чоловіки ж купують електронні пристрої та аксесуари для комп’ютерної техніки.

Найстарші користувачі інтернету зазвичай заходять туди для спілкування по відеозв'язку, а також щоб дізнатися прогноз погоди.

Загалом, від користування інтернетом люди все частіше починають створювати власний контент або публікувати плоди своєї творчості. Користувачі вчаться самостійно писати тексти, знімати та мнтувати відео, обробляти фотографії. Крім того, професійні фотографи, ті, хто займаються рукоділлям,або мають інші захоплення, часто заводять сторінки у соцмережах.

Крім позитивного впливу, є негатив, який може йти від інших користувачів інтернету. Найчастіше, інтернет-травля трапляється під час резонансних подій. Люди об’єднуються в групи за цікавостями і починають інтернет-булінг по відношенню до інших.

Цькування в інтернеті найчастіше називають «кібербулінгом». В Україні є закон щодо протидії булінгу. Там визначають булінг як «діяння …, які полягають у психологічному, фізичному, економічному, сексуальному насильстві, у тому числі із застосуванням засобів електронних комунікацій, …, внаслідок чого могла бути чи була заподіяна шкода психічному або фізичному здоров’ю потерпілого» [8].

Науковці, досліджуючи кібербулінг, формують власні визначення цьому явищу:

* новітня форма агресії, що передбачає жорстокі дії з метою дошкулити, нашкодити, принизити людину з використанням інформаційно-комунікаційних засобів: мобільних телефонів, електронної пошти, соціальних мереж тощо [9, 9 ст.];
* «підлітковий віртуальний терор; переслідування інших осіб з використанням сучасних електронних технологій: інтернету (електронної пошти, форумів, чатів, ICQ) та інших засобів електронної техніки – мобільних телефонів, пейджера» [10, 279 с.];
* «будь-який акт залякування, агресії, домагань, і / або терору чи деспотичної поведінки, який стає можливим за рахунок використання цифрових пристроїв зв’язку, зокрема, Інтернету і мобільних телефонів, який повторюється з плином часу» [11, 182-183 с.].

Кібербулінгом є випадки, коли жертві надсилають образливі повідомлення, а також створення неприємних ситуацій: розповсюдження непристойних або неприємних фото і відео, де фігурує жертва булінгу; призиви інших до написання образливих повідомлень жертві булінгу. Часто зустрічається ситуація, коли фото та справжні контакти людей розміщують на сайтах сексуальних послуг. Через це можуть виникнути непорозуміння з родичами та друзями, так як їм навмисно надсилають посилання на ці анкети. Крім того, людині починають надходити дзвінки тих, хто хоче отримати послуги.

Зазвичай, кібербулінг спостерігається серед підліків. Найвідомішим ипадком кібербулінгу є ситуація з хлопчиком Райяном Патріком Галіганом із США, який вчинив самогубство через травлю з боку однокласників.

Наслідком кібербулінгу може бути не тільки самовбивство, це стається з жертвами рідко. Проте, інтрнет-цькування завжди трамвує жертву. Ті, на кого направлений кібербулінг, відчувають, що їх самооцінка різко знижується, вони починають відчувати самотність.

Жертви онлайн-цькування ізолюють себе від інших, починають пропускати заняття або робочі дні. Це приводить до зниження успішності цієї людини.

Внаслідок кібербулінгу люди також можуть отримати психіатричні проблеми, які може вирішити тільки фахівець. Це може бути депресія, нервози.

Не менш важливою проблемою є кіберсталкінг, який можна віднести до булінгу. Разом з тим, на законодавчому рівні в Україні такі дії не розглядаються як правопорушення.

«Кіберсталкінг (англ. сyberstalking) – передбачає прихований збір інформації, вистежування й переслідування жертви, яке створює для неї значні загрози не тільки в кіберпросторі, але й у реальному житті (шантаж, сексуальні домагання, зґвалтування, фізичне насильство, пограбування тощо). Відстежуючи через Інтернет необережних користувачів, які довірливо подають у соціальних мережах не тільки знайомим, а й зовсім невідомим їм людям інформацію про себе (ім’я, школу, клас, електронну адресу, номер мобільного телефону і навіть адресу, за якою проживають, особисті фото), зловмисник отримує інформацію про час, місце і всі необхідні умови для здійснення майбутнього злочину. Кіберсталкінг та хеппіслепінг вважаються найбільш небезпечними видами кібербулінгу» [12, 134 с.].

Згідно з численними дослідженнями, переслідувачі вибирають своїх жертв серед коханих та знайомих людей. Часто це трапляється після сварки, або розриву стосунків. Переслідувачі такими неадекватними діями намагаються привернути увагу до своєї персони. Такі люди не можуть відпустити людину зі свого життя і почати налагоджувати нові зв’язки.

Наслідки кіберсталкінгу також можуть бути різними. В основному, жертви повинні значно обмежити свої щоденні звички. Вони більше не можуть публікувати фото та відео, які викриють їх місцезнаходження. Також жертви вимушені приховувати свої сторінки в соцмережах, змінювати номер телефону та адресу поштової скриньки. Ситуація може дійти до крайнощів – людина буде змушена змінити місце проживання в межах міста або навіть країни.

Часто кіберсталкери намагаються впливати на життя і плани жертви. Вони можуть надсилати листи з негативною, часто брехливою інформацією про людину, роботодавцям, у навчальні заклади. Також переслідувачі можуть знаходити таємну інформацію про людину и шантажувати. Зазвичай це інтимні фото, або факти про жертву, які вона тримає в секреті від оточуючих.

Найбільше інтернетом користуються підлітки, тому особливу увагу слід приділити тому, як на їх життя вливає інтернет.

У випадку впливу інтернету на підлітків, важко виділити позитивні та негативні аспекти, тому що все залежіть від контенту, який переглядають підлітки. Правильніше буде виділити те, на які аспекти життя впливає інтернет.

Саме в інтернеті підлітки засвоюють основні соціальні норми, а також цінності у різних сферах життя. Підлітки буквально отримують виховання в інтернеті: вони отримують знання та відомості, які і формують їх як особистостей. Загалом, потік інформації в інтернеті є некерованим, тому батькам необхідно цікавитися тим, чим саме займається дитина в мережі. Дуже часто батьки порушують особисті межі дитини, чим викликає недовіру, яка формує прірву між старшими і підлітком.

Науковці розділили вплив інтернету на підлітків на декілька компонентів: комунікаційний, ціннісний, пізнавальний та поведінковий [13].

**Комунікаційний компонент** полягає у тому, що підліток спілкується з різними людьми в інтернеті. Спілкування за допомогою комп’ютерів здійсьнюються за допомогою електронної пошти, сайтів знайомств, месенджерів та соціальних мереж. Ці види спілкування відрізняються одне від одного. Наприклад, під час спілкування через сайти знайомств і електронну пошту не потрібно бути онлайн, людина має більше часу на відповідь. Разом з тим, листи та повідомлення там біль продумані, часто мають глибший сенс. В месенджерах і соцмережах під час листування люди пишуть коротші повідомлення, але розмова проходить в онлайн режимі. Також в інтернеті можна дзвонити іншим людям за домопогою аудіо та відеозв’язку.

Спілкуванню в інтернеті притаманна анонімність, можливість створити нового себе, онлайн-спілкування зводить до мінімуму сенсорні відчуття та преживання, а також складність в розпізнанні емоцій співрозмовника і вираженні власних емоцій.

Інтернет-комунікації серед підлітків є розповсюдженим явищем. Підлітки мають гостру потребу у спілкуванні, так як знаходяться в тому періоді життя, коли в них починають формуватися нові цінності та цілі в житті. Часто буває так, що тінейджери мають проблеми із соціалізацією у реальному житті, тому в інтернеті вони ховаються від цих проблем.

Проблемою є те, що в основному підлітки створюють в інтернеті нове «Я». Під час знайомства вони складають враження про себе таким, яким вони хочуть самі. Незважаючи на те, що в інтернеті є фотографії користувачів, вони можуть їх редагувати за допомогою різноманітних програм. Таким чином вони створюють ідеальний образ себе, який значно кращий за реальну картину. Також анонімність створює безпеку ілюзії. Підліток розуміє, що в інтернеті можна поводити себе як завгодно, за це їх ніхто не покарає.

Завдяки можливості спілкуватися з будь-якою людиною, між підлітками, які живуть у різних містах чи країнах виникають близькі стосунки. Це може бути дружба, або навіть романтичні стосунки. Зазвичай вони тривають недовго через відсутність того спектру емоцій, який виникає від час живого спілкування.

Особливу увагу слід виділити секстингу – інтимним перепискам в інтернеті. В рамках секстингу люди надсилають свої інтимні фотографії та відео співрозмовнику. Часто буває так, що користувачі починають такі переписки без згоди другої сторони. Часто у Facebook та Instagram дівчата отримують фотографії чоловічих статевих органів. Зазвичай чоловіки просто надсилають фото або відео, не супроводжуючи ці повідомлення текстом.

Також наслідком таких переписок є те, що інтимні фото людини можуть використовувати для шантажу або кібербулінгу.

Часто за допомогою секстингу відбувається самооб’єктивізація підлітків. Тінейджери дивляться в інтернеті порно і саме через такі відео вони часто дізнаються, що таке секс, а також ролі, які мають в цьому процесі чоловік та жінка. Через перегляд подібних відео, у підлітків складається неадекватне уявлення про стосунки між чоловіком та жінкою, і згідно з цими уявленнями поводять себе з об’єктами сексуального бажання.

У порно показано, що жінка – це просто річ, якою користуються чоловіки. Це призводить до того, що дівчата сприймають себе саме так і реалізують це через соціальні мережі [14].

Загалом надмірне спілкування підлітка в інтернеті має негативні наслідки. Він «випадає» з реального життя, що призводить до того, що підліток перестає спілкуватися з батьками та друзями із реального життя. Крім того, надмірне спілкування з людьми в інтернеті призводить до замкненості, роздратованості, невиконанні обов’язків вдома та в школі. Підлітки в таких випадках не можуть фокусувати свою увагу на заняттях та інших видах дозвілля.

**Пізнавальний компонент** перебування підлітка в інтернеті полягає в тому, що він отримує з мережі інформацію про світ та дійсність.

Термін «пізнання» має декілька значень:

* «процес отримання та постійного оновлення необхідних знань» [15, 256 с.];
* «є сутнісною характеристикою культури і в залежності від свого функціонального призначення, характеру знання та відповідних засобів та методів може здійснюватися в наступних формах: повсякденне, міфологічне, релігійне, художнє, філософське та наукове» [16, 203 с.].

Підлітковий вік – це період, коли у людини формується система цінностей та погляди на життя. Цінності, які формуються у підлітковий період, визначає його ставлення до певних речей та формує поведінку у майбутньому.

Пізнавальна активність є провідною рисою особистості. Рівень пізнання показує готовність людини до самостійності, отримання нового досвіду та знань. Пізнавальна потреба підлітка така ж сильна, як і потреба у спілкуванні. І якщо тінейджер не може пізнавати світ у реальному житті, він відправляється з цією потребою в інтернеті.

Показником того, що підліток готовий сприймати нові знання, є зацікавленість, уважність, творчість, сумлінність, допитливість. Зазвичай саме ця потреба реалізовується в школі педагогами. Але буває так, що діти і вчителі не завжди знаходять спільну мову, і тому школярі набувають нових знань в інтернеті.

В школі педагоги тримають під контролем те, якою саме інформацією ділитися з учнями. Проконтролювати ж, яку інформацію отримують підлітки в інтернеті вкрай важко, тому є ризик, що підліток буде дізнаватися шкідливу для розвитку інформацію. Часто батьки використовують спеціальний режим, який найчастіше називають «батьківським контролем» але сучасні діти навчилися його вимикати.

Разом з тим, інтернет розширює пізнавальні можливості підлітка. По-перше, він може отримувати освіту дистанційно. Це стало актуальним у період пандемії коронавірусу: незважаючи на те, що школи закрили на карантин, вчителі проводили уроки за допомогою відеозв’язку.

Крім того, в інтернет підліток може дізнаватися інформацію в текстовому, фото, відео та аудіоформатах, що робить інтернет унікальним джерелом інформації. Таке різномаїття значно покращує засвоєння інформації.

**Ціннісний компонент** діяльності підлітка в інтернеті полягає у тому, що інформація із мережі визначає його ставлення до того, що відбувається в інтернеті та реальному житті, а також визначає його поведінку у майбутньому.

Термін «цінності» був започаткований ще Арістотелем, а в контексті філософії його почали розглядати тільки у XIX столітті – термін ввів німецькі вчені В. Віндельбанд та Г. Ріккерт [17, 992-993 с.]. Арістотель визначив, що основними цінностями у стародавній Греції були істина, добро і краса. Християни найголовнішими цінностями визнають віру, надію та любов.

Педагог та психолог І. Бех пише, що «цінність – духовне формоутворення, що існує через моральні та естетичні категорії, теоретичні системи, утопічні образи, суспільні ідеали і виступає критерієм оцінки дійсності людиною» [18, 330 с.].

У будь-якому суспільстві або групі формується система цінностей виходячи з подій, які там відбуваються. Все залежить від економічного стану, історичних подій та інших важливих факторів. Також кожна людина має власні цінності, які формуються в результаті подій в житті окремого індивіда.

Цінності можуть формуватися у різних аспектах життя. Наприклад, вони можуть бути позитивними або негативними, моральними та естетичними та ін.

Формування цінностей є одною однією з основних психологічних потреб особистості. Цінності підлітка залежать не тільки від вищеперерахованих умов, і від того, що вимагають від нього батьки та суспільство. Крім того, важливим аспектом є те що пропонують йому батьки та педагоги.

Крім формування, підлітки також потребують реалізації цінностей. Це допомагає самоствердженню та самоідентифікації. За допомогою реалізації цінностей підліток вивчає власну особистіть. Щоб визначити, наскільки розвинутою є система цінностей школяра, необхідно вивчити, наскільки добре сформований його внутрішній світ, розмаїття його інтересів та індивідуальності.

Головними факторами, які впливають на формування цінностей підлітка, є джерела, з яких він отримує інформацію: батьки, школа, друзі, хобі, захоплення. Багато з цих факторів знаходяться саме в інтернеті. Останнім часом перебування підлітків в інтернеті викликає занепокоєння, так як останнім часом загострюються молодіжні проблеми, такі як злочинність, насильство та погіршення психічного та фізичного здоров’я.

У підлітковому людина вже прагне до дорослого життя, але його психіка залишається занадто вразливою, тому його свідомістю управляти дуже легко. Це призводить до того, що підлітки є найнезахищенішими користувачами інтернету. В мережі нема визначеної політики культури, в неконтрольованому потоці контенту розмивають рамки дозволеного, а табуйовані у суспільстві вчинки демонструються у позитивному контексті.

Беручи приклад із блогерів, які поводять себе не завжди адекватно лише для того, щоб зробити свій контент більш популярним. Акторську гру підлітки сприймають за чисту монету і повторюють цю поведінку у реальному житті. Наприклад, на відеоплатформі YouTube пулярні відео з так званими «пранками» - розіграшами. Часто автори відеороликів у такому жанрі порушують рамки дозволеного – крушать магазини, псують зовнішність жертв розіграшів, причиняють морального та фізичного болю. Це призводить до того, що школярі повторюють ці розіграші по відношенню до найближчих людей, не розуміючи рамки адекватного гумору.

**Поведінковий компонент** перебування підлітка в інтернеті має лише часткове значення. В цілому інтернет може вплинути на поведінку підлітка унаслідок попередніх довготривалих змін.

Є декілька визначень терміну «поведінка» [19, 36-37 с.]:

* «притаманна живим істотам взаємодія з оточуючим середовищем і внутрішньою активністю (педагогічний аспект)»;
* «взаємодія з оточуючим середовищем, що притаманна живим істотам і опосередкована їх зовнішньою (рухомою) і внутрішньою (психічною) активністю (філософський аспект)»;
* «форма діяльності людини, реакція на соціальне середовище чи на дію іншої людини, що опосередкована індивідуальними особливостями і внутрішньою активністю особистості».

Зміну поведінки слід розуміти як косплексні зміни реакцій, вчинків, внутрішньї активності, а окрема дія не може характериувати поведінку в цілому.

Головним регулятором поведінки дитини є батьки та педагоги. Поступово відповідальність за поведінку батьки передають дітям. Незважаючи на часткову самостійність, дитина сприймає інформацію з інтернету як істину. Підлітки не намагаються піддати сумніву правильності того, що там транслюють, а відтак сприймає негативні цінності як норму.

Підлітки мають власні причини, які спонукають їх користуватися інтернетом. Так, це можливість дізнатися потрібну інформацію у будь-який момент, їх приваблює можливість спілкування з інтернет-друзями незалежно від місця їх перебування. Також в інтернеті підлітки можуть анонімно отримати допомогу та моральну підтримку у складних життєвих обставинах.

Разом з тим, є негативні аспекти, які можуть призвести до погіршення поведінки. Так, підлітки не навчилися налагоджувати потрібні контакти з оточуючими, цю потребу їм набагато простіше реалізувати в інтернеті. Також у тінейджера можуть бути відсутні друзі, несформовані інтереси та захоплення. В інтернеті ж є багато того, що притягує увагу, наприклад, серіали або ігри. Постійні стреси в житті тінейджера змушують його відсторонюватись від реального життя, так як йому важко морально впоратись зі складними подіями. Тоді тінейджери будують своє життя навколо інтернет-реальності.

В інтернеті є багато негативних та смертельно небезпечних речей, яким слід приділити особливу увагу.

Гострою проблемою, з якою стикаються багато підлітків та їх батьків, є інтернет-залежність. Дослідники дають декілька визначень цьому визначенню:

* «психологічний феномен, який полягає у тому, що у людини виникає нав’язливе бажання постійно перебувати у всесвітній мережі» [20, 52 с.];
* «різновид технологічних адикцій, що виявляються зміщенням цілей особистості у віртуальну реальність для заповнення фрустрованих сфер реального життя» [21, 395-428 с.];
* А. Голдберг розглядає інтернет-залежність як «патологічне використання комп’ютера» [22, 149-154 с.].

інтернет-залежності є гарне самопочуття в моменти, коли особа сідає за комп’ютер. При цьому вона відчуває ейфорію. Також ознакою залежності є те, що людина не може зупинитися і зайнятися іншими справами. Інтернет-залежна особа перебуває в інтернеті все більше і більше часу нехтуючи при цьому родиною.

Якщо ж людина перебуває поза інтернетом, вона дратівлива, відчуває спустошеність та тривогу. Часто такі люди брешуть близьким про свою діяльність, а також мають проблеми з навчанням або на роботі [23].

Частіше за все інтернет-залежність притаманна підліткам. По-перше, у такому віці людина прагне до пізнання всього нового та незвичайного, а також до самостійності та емансипації від батьків. Також вони бояться відрізнятися від однолітків, через що ті можуть висміяти [24, 13-20 с.].

Ризик виникнення значно зменшується, якщо батьки створюють у сім’ї комфортну атмосферу, а також правильно реагують на невдачі та проблеми у житті підлітка.

Якщо ж підлітка немає емоційного зв’язку з батьками, близькі принижують його гідність, а також проявляють до нього байдужість, то тінейджер з великою вірогідністю матиме якусь залежність.

У Польші інтернет-залежність входить до переліку психічних захворювань, а у інших країнах існують спеціалізовані дитячі табори та клініки для боротьби з інтернет-залежністю у підлітків.

Загалом, цього легко уникнути, якщо створити правильну атмосферу у родині, а також вчасно виявити ознаки цієї залежності.

Ще однією небезпекою, яка чатує на підлітків в інтернеті стали суїцидальні ігри. Назви найпопулярніших ігор «Синій кит» та «Лялька Момо». Вони полягають у тому, що людина починає спілкуватися з куратором, який дає завдання підопічному. Останнім завданням гри є суїцид, зазвичай шляхом трибком з даху або вікна багатоповерхівки.

Такі ігри створюють хакери для того, щоб отримувати інформацію про людину і використати її в корисних цілях. Поки дитина веде переписку, або слухає страшні звуки у телефоні, хакери роблять свою справу. Але найстрашніше те, що у всьому світі відомі випадки, коли кураторі таких ігор дійсно підштовхували дітей до суїциду.

Щоб цього не сталося, батькам слід встановити довірливі стосунки з дітьми, а також уважно стежити і не проґавити перші симптоми депресії або ознаки булінгу.

* 1. **Екологія мас-медіа у контексті захисту дитячої свідомості.**

Проблему екології мас-медіа почали досліджувати науковці із США та Європи ще у 1960-х роках. Значний вклад у вивчення цього питання зробили науковці М. Маклюен, Н. Постман, У. Онг, Д. Мейровіц, а в Україні подібні дослідження почали проводити на рубежі XX та XXI століть.

Науковці, які розробляли проблему, дали власні визначення медіаекології.

* Американський медіа-теоретик Ніл Постман писав: «Медіаекологія прагне зрозуміти, як медіа-технології впливають на людське сприйняття, розуміння, відчуття і цінності; і як наша взаємодія з медіа збільшує або зменшує наші шанси на виживання. Слово «екологія» означає вивчення середовища, екосистем: їх структуру, зміст, вплив на людей. Середовище, насамкінець, – це складна система повідомлень, яка нав’язує певні способи думання, відчуття і поведінки» [25, 161 с.].
* Науковець із Іспанії Карлос Сколарі вивчив майже усі роботи, написані іншими вченими, на тему медіаекології. Він визначив, що базова їдея цього явища полягає в тому, що «комунікаційні технології формують екосистеми, середовище, яка впливає на тих, хто ці технології використовує» [26].
* «Медіаекологія (media ecology) – міждисциплінарна галузь знань на перетині соціальної екології та медійних наук, що вивчає проблеми взаємодії людини та інформаційного середовища проживання, яку формують медіа. У центрі уваги медіаекології – вплив медіатехнологій на психіку індивіда і соціокультурні процеси в суспільстві» [27].

Із вищенаведених визначень можна зробити висновок, що в центрі уваги медіаекології знаходиться вплив комунікаційних технологій на суспільство. Масові комунікації безперечно змінюють суспільство. Люди почали втрачати свою автономність, натомість коло їхніх інтересів складають ті культурні елементи, які вважаються модними.

Загалом, науковець В. Степанов визначив, що медіаекологія має декілька рівнів:

1. «Мікрорівень (аутоетологія) – рівень організмів» [27].

На цьому рівні відбувається взаємодія індивіда та інформації, яка доходить до нього із засобів масової комунікації. На цій стадії медіакологія має декілька важливих задач для того, щоб адаптувати людину в медіасередовищі. Перше завдання – захистити індивіда від деструктивного впливу медіа: пропаганди, маніпуляцій, впливу на психіку, патогенної реклами, транслювання ідеї насильства. Другим важливим завдання медіаекології є навчити людину раціонально використовувати медіасередовище. Для користувачів важливо вміти правильно та швидко шукати та виокремлювати потрібну інформацію, а для контент-мейкерів необхідним є вміння створювати якісний продукт.

1. «Мезорівень (сінекологія) – рівень груп і співтовариств» [27].

На цьому рівні медіакологія вивчає вплив медіапотоку на соціальні інститути. Саме цю проблему розробляли науковці у 1960-х роках. В. Степанов виокремлює декілька проблем, якими займається медіаекологія на мезорівні. По-перше, це проблема формування «мережевого мислення», яке полягає у децентралізованому розвитку медіа. Також нагальною проблемою є розвиток медіа як транслятора культурного досвіду та збереження різноманітності культур в умовах глобалізації. Крім того, на цьому рівні розглядається проблема трансформації культури під впливом медіа, медіатизація суспільства та зміна соціальних зв'язків і характеру спілкування в процесі впровадження нових медіатехнологій. Медіаекологи прагнуть до гармонізації інформаційних потоків.

1. «Макрорівень (панекологія) – рівень інфосфери, глобального інформаційного середовища» [27].

На цьому рівні говориться про глобальні і найбільш загальні принципи і тенденції розвитку медіатехнологій, еволюції медіа, появу нових видів і наслідки цих трансформацій в майбутньому. Так, медіаекологи вивчають особливості «мережевого» суспільства, розвиток людини і людства в умовах віртуальної і доповненої реальності, сценарії розвитку ЗМІ та ЗМК [27].

Екологи масмедія відстоюють думку про те, що виробники контенту просто зобов’язані усвідомлювати можливу шкоду від неякісних та навіть патогенних інфопродуктів і принципово створювати максимально корисний та безпечний контент.

Українська держава почала регулювати вплив масмедіа на свідомість своїх громадян. Так, у 2015 році в Україні заборонили транслювати російські телеканали та передачі. Також в той же період часу з України депортували російських журналістів, які займалися пропагандою: кореспондента телеканалу НТВ Андрія Григор’єва й кореспондента «Первого канала» Олену Макарову. Журналістці НТВ Інні Осиповій відмовили у в’їзді до України [28].

Цей крок був дуже важливим для захосту свідомості українців від маніпуляційної та пропагандистської інформації, яку транслювали російські телеканали. Разом з тим, в Україні йдуть дискусії щодо законності такого рішення. Так, у статті 34 Конституції України говориться наступне: «Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір». І далі читаємо, що «здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров’я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя» [29]. Ця законодавча норма підтверджується в Законі України «Про інформацію», зокрема в ст. 6. Також Стаття 28. Неприпустимість зловживання правом на інформацію цього Закону має таке положення: «Інформація не може бути використана для закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини» [30].

Це був перший крок державної влади до створення безпечного медіасередовища в Україні. Наступним кроком, за думкою українського вченого В. Різуна, є підготовка професійних журналістських кадрів. За його думкою, в еру нескінченного потоку інформації, журналіст повинен уміти виокремлювати правду, а також подавати інформацію з об’єктивної точки зору [31]. Крім того, українська влада повинна звернути увагу та надати гідне фінансування виробника українських мепдіапродуктів. Наприклад, це могла б бути інвестиція в український кінематограф, підтримка талановитих режисерів, сценаристів та акторів. Це також допомогло б сформувати позитивний образ України у міжнародному інфопросторі.

Варто відзначити, що українці мають набагато більше можливостей у отриманні інформації, ніж це було декілька десятків років тому. По-перше, сучасні люди мають можливість вивчити те, як висвітлюють один і той самий інфопривід різні джерела інформації. Крім того, користувачі можуть легко знайти першоджерело інформації. Також завдяки широким комунікаційним можливостям, свої версії у соцмережах можуть розповісти свідки якихось подій.

Сучасні засоби масової комунікації переповнені рекламою. Не всі рекламодавці створюють якісний продукт, часто він може бути маніпулятивним та оманливим.

Таке зростання кількості реклами обумовлене тим, що засобам масової інформації потрібно заробляти гроші зі своєї діяльності.

* «Реклама – це інститут просування товару/послуги/фірми на ринок, принесення прибутку. А оскільки в цьому процесі задіяні рекламодавці, рекламні агентства, рекламоносії - то реалізація їхніх інтересів ставить питання ефективного функціонування суб'єктів рекламного бізнесу» (економічна точка зору) [32];
* «реклама – суспільний інститут, що вивчає товар, споживачів, ринок і має вплив на соціальні та культурні процеси» (соціологічна точка зору) [33, 35 с.];
* «реклама – це комплекс засобів нецінового стимулювання збуту продукції і формування попиту на неї. Реклама послідовно домагалася спочатку свідомого, осмисленого сприйняття покупцем рекламного образу, а потім автоматичного здійснення покупки» (психологічна точка зору) [34, 8-9 с.].

Серед рекламних продуктів, які зустрічаються на медіаринку, великий відсоток недобросовісної, прихованої та оманливої реклами. Це неякісна або оманлива реклама, яка шкодить адекватному сприйняттю будь-якого товару. Щоб виявити таку рекламу у потоці інформації, слід знати її основні ознаки.

У недобросовісній рекламі: вводять в оману споживачів; шкодять через недостовірність, замовчування, неточність інформації.

Ознаки прихованої реклами: вона не маркована, тобто людина не знає, що насправді дивиться рекламу; в цій рекламі вводять споживача в оману щодо причин її розповсюдження.

Оманлива реклама умисно обманює споживача; там розміщені неправдиві твердження щодо цін на послуги; в такій рекламі використовують брехливі аргементи для критики конкурентів; також там присутні двозначні заяви і оманливі рекомендації.

Якщо споживач не зможе розпізнати таку рекламу, вона може негативно вплинути на його психічний та фізичний стан.

Популярним серед авторів реклами трюком є підняття рівня адреналіну в організмі споживача. Це допомагає просуванню товарів та послуг. Так, на відео показують те, як каскадери виконують екстремальні трюки. Прикладом такої реклами є відеоролик про сервіс подарунків. В рекламі показано, як хлопець стрибає з парашутом і одночасно їсть мексиканську їжу. Не всі споживачі реклами можуть прочитати надпис про те, щоб трюки не повторювали у реальному житті.

Також автори реклами експлуютують сексуальні стосунки. Незважаючи на те, що зазвичай у таких відео стоїть відмітка «18+», з великою вірогідністю її може побачити підліток або дитина. В такій рекламі часто показують еротичні сцени, відверті розмови або частини тіла з близького ракурсу. Така реклама має негативний влив на дітей, тому що в ній зазвичай спотворюють сексуальне життя людини.

Разом з тим, рекламісти мають власну професійну етику. Ці правила у своїй роботі виклала вчера Н. Грицюта у роботі «Етика реклами як естимаційний орієнтир сучасного суспільства» [35, 94-103 с.]. Зокрема, вона рекомендувала звернути особливу увагу на Статтю 7 «Закону про рекламу»: «1. Основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди. 2. Реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції. 3. Реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності. 4. Реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди» [36].

В Україні почали звертати увагу на те, щоб діти володіли медіаграмотністю. Причиною є те, що вік дітей, які вперше стикаються з медіаресурсами весь час зменшується. Уроки медіаграмотності зможуть захистити їх від безлічі небезпек, які чатують на них в інтернеті.

Медіаграмотність як предмет з’явилася в українских школах 1 вересня 2018 року з введенням нових освітніх стандартів. Діти приходять у перший клас уже з навичками користування гаджетами та інтернетом. Відповідно до позиції Міністерства освіти України, педагоги та батьки не повинні забороняти малюкам користуватися всесвітньою мережою. Навпаки, задача школи полягає у тому, щоби навчити малюків сприймати, аналізувати, інтерпретувати, давати критичну оцінку інформації, яку вони отримують з медіаресурсів. Після освоєння медіаграмотності, школярі зможуть весело та корисно проводити час в інтернеті [37, 5с.].

В Оксфордській енциклопедії дається наступне визначення: «медіаграмотність – це вивчення медіа, яке відрізняється від навчання за допомогою медіа. Медіаосвіта пов’язана одночасно з пізнанням того, як створюються і поширюються медіатексти, і розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту. Тоді як вивчення медіа зазвичай пов’язують із практичною роботою по створенню медіатекстів. Як медіаосвіта, так і вивчення медіа направлені на досягнення цілей медіаграмотності». Медіаграмотна людина може проаналізувати текст, дати йому оцінку, а також створити свій власний інфопродукт.

Крім того, медіаграмотність слід вивчати дітям ще у дошкільному віці. Про це говориться у Концепції впровадження медіаосвіти, прийнятої у 2016 році [38].

Проблемою є те, що дошкільники можуть бути не готовими до отримання медіаосвіти. Медіаграмотність потебує критичного сприйняття інформації та її глибинний аналіз, на який малюки можуть бути не готовими. Діти в такому віці мають мало досвіду, а також не знають як правильно використовувати набуті навички. Разом з тим, якщо дитину 5-6 років навчити спостерігати та робити висновки, їх мислення починає розвивати набагато швидше [39]. Дошкільна медіаосвіта потребує більше досліджень для того, щоб зробити подібні заняття ефективними та не травмувати психіку дитини занадто складними завданнями. Також батьки та педагоги можуть не знати про принципи медіаосвіти, а значить не зможуть привити дитині такі навички.

Учні середніх та старших класів навпаки уже готові до отримання навичок медіаграмотності. В такому віці дитина володіє наочно-образним мисленням, що дозволяє їй об’єднувати власні думки і робити висновки.

Варто відзначити, що у старшому дошкільному віці медіа уже впливають на розвиток дитини. Є як і позитивні, так і негативні наслідки взаємодії дитини 5-6 років з медіаресурсами.

Так, використання комп’ютерної техніки негативно впливає на всі аспекти здоров’я. Особливу увагу слід приділяти фізичному здоров’ю, тому що у молодшому шкільному віці тільки починає розвиватися організм людини. Зокрема, негативний влив використання комп’ютерної техніки позначається на ендокринній системі, кістково-м’язовому апараті, імунній та репродуктивній системах. Наприклад, у дитини можуть початися проблеми зі сном, втомлюваність, головний біль, можуть виникнути проблеми з опорно-руховим апаратом, особливо це стосується снипи та шиї [40, 92-93 с.].

Крім того, вчені із Британії визначили, що постійний перегляд мультфільмів та дитячих передач негативно впливає на комунікативні здібності дитини. Через те, що з дитиною постійно «розмовляє» телевізор, дитина починає просто слухати, вона перестає розмовляти з батьками, намагатися будувати речення. Спілкування дитини з батьками відбувається лише за потребами [41, 142–146 с.].

Також у багатьох мультфільмах та серіалах пропагуються шкідливі цінності. Дитина не може критично осмислити все, що відбуваєься у мультфільмах, тому вбирає в себе інфомацію як губка. Наприклад, у мульфільмі «Попелюшка» від студії Disney показано, що головна героїня не змогла досягти успіху у житті самостійно, їй допоміг закоханий принц. У сучасному житті уже немає хатнього персоналу, який працює безкоштовно, а жінка має можливість досягати успіху майже нарівні з чоловіком, але дитина буде сприймати те, що відбувається у мультфільмі, як звичайний уклад життя.

Разом з тим, медіа має і позитивний вплив на психіку дитини: навчальна, виховна, розвивальна, розважальна, комунікативна [42, 47 с.]. Наприклад, зараз публікують корисні журнали для дітей. Серед них є пізнавально-розважальні, які дозволяють легко та через гру отримувати нові знання про навколишній світ. Також є журнали навчальні, які можна використовувати у освітніх цілях на заняттях. Крім того, дітям пропонуються культорологічні журнали, в яких публікуються художні твори дитячих письменників.

За допомогою творів, які публікують у культурологічних журналах, дитина зможе розвити своє сприйняття інформації, починаючи з наївного сприйняття до аналізу щойно почутого чи прочитаного.

Крім того, є багато корисних дитячих програм та мультфільмів, які розважають дитину, а також дозволяють дізнаватися багато нового. Разом з тим, батьки повинні прискіпливо відбирати відео, які вмикають своїй дитині. Дослідники кажуть, що правильних мультфільм та передач для дітей дуже мало. Зазвичай режисери створюють негативних героїв, які досягають успіху, тому що такий контент набирає більше глядачів. У таких мультфільмах показана далеко не найкраща поведінка.

Говорячи про реалізацію медіаосвіти для дітей дошкільного віку, то, за словами педагогів, вона повинна приходити під час взаємодії між батьками та вихователями [43].

Так, дослідниця Н. Кондратенко виділила методи, за якими вихователі повинні проводити заняття медіаграмотності з дітьми:

* «слухання художніх творів із подальшим програванням сюжетів;
* розгляд картинок та створення своїх творів мистецтва;
* виконання пізнавально-розважальних завдань, передбачених змістом журналу;
* знаходження відповідей, отримання нових знань;
* створення свого медіапродукту (журналу, газети, листівки тощо)» [44, 118 с.].

Особливу увагу дослідниця приділила музиці, мультфільмам та відео під час роботи з дітьми. Н. Кондратенко виділила декілька методик, в яких задіяні аудіовізуальні медіа:

* «перегляд мультфільмів та дитячих фільмів із наступним обговоренням;
* створення імітаційно-ігрових ситуацій на основі побаченого або почутого;
* створення віртуальних мінімузеїв;
* слухання музичних творів та створення уявних ситуацій;
* випуск фотогазет та фотофільмів, матеріали для яких збираються під час екскурсій та спостережень;
* озвучування діалогів героїв із відомих казок та мультфільмів;
* створення власних мультфільмів у малюнках» [44, 118 с.].

Що стосується школярів, деякі педагоги дійшли висновку, що медіаграмотність слід інтегрувати в усі гуманітарні предмети шкільної програми, щоб забезпечити школярів підготовкою до взаємодії з сучасним медіасвітом. Гуманітарні предмети вибрані через те, що вони з медіаосвіта виконує деякі завдання викладання гуманітарних наук: розвити індивідуальність школяра, домогти освоїти сучасні форми спілкування, навчити аналізувати та приймати важливі рішення [45, 205-206 с.].

Загалом медіаграмостність почали впроваджувати в українські школи ще у 2011 році. 40 шкіл із декількох областей України почали навчати учнів медіаграмотності. Поступово таку практику перейняли інші освітні заклади.

Актуальною медіаосвіта стала аж у 2014 році – після подій на Майдані почалася інформаційна війна між Росією та Україною. В таких умовах медіаграмотність дозволяла не піддаватися на провокації та не вірити пропаганді [46].

О. Мокрогуз, який займається впровадженням медіаосвіти в Україні, розповів, що медіаграмотності школярів вчать двома способами. По-перше, вчителі впроваджують медіаграмотність у свої уроки, а по-друге є факультативи у вигляді окремих занять. Впровадження медіаграмотності в інші предмети вимагає компетентності вчителів, яку в Україні отримувати важко. Разом з тим, проведення факультативів дорожче для школи, а профільних викладачів медіакомпетентності в Україні по факту немає.

Українські педагоги розробили курси медіаграмотності для дітей старшого дошкільного віку. Учні молодших класів можуть отримати такі навички за допомогою курсу «Сходинки до медіаграмотності», а також є програма для учнів 8-9 класів.

Варто відзначити, що українські педагоги і самі не до кінця розуміють, як саме вони можуть інтегрувати медіаграмотність у предмети, які вони викладають. Для розвитку медіаграмотності у школярів, вона має бути розвинутою у вчителів. Разом з тим, викладачі мають позитивне ставлення до таких навичок учнів та вже використовують деякі вправи для розвитку медіаграмотності школярів.

**Висновки до Розділу І**

Інтернет – це інформаційна мережа, якою користуються майже всі сучасні жителі планети. Крім корисних функцій, інтернет несе в собі безліч небезпек, а також може негативно впливати на користувача. Вплив інтернету залежить від віку та рівня освіти людини. Чим старша людина, тим менше впливає на неї всесвітня мережа.

Особливий вплив інтернет має на дітей та підлітків. Наприклад, велика кількість неякісних мультфільмів може нашкодити комунікаційним навичкам дитини. Через обробку негативної інформації в інтернеті, у підлітка може сформуватися неправильна система цінностей, може змінитися поведінка. В інтернеті можна натрапити на безліч прикладів асоціальної поведінки, яку тінейджери пожуть почати повторювати у повсякденному житті. Підлітки також залюбки спілкуються з незнайомцями, які можуть почати їх шантажувати після того, як отримають якусь секретну інформацію.

Люди можуть потерпати від інтернет-залежності, яка приводить до депресії та втрати соціальних зв’язків. Крім того, підлітки можуть натрапити на суїцидальні ігри.

В інтернеті є певні правила, за якими можна зробити якісний контент. Цим займається медіаекологія. Медіаекологи боряться з неякісною рекламою та пропагандою в інфорпросторі.

Для уникнення негативних наслідків від перебування в інтернеті в Україні запровадили медіаосвіту. Вона вчить правильно сприймати інформацію, аналізувати її та робити висновки. Медіаосвіту в Україні почали запроваджувати ще 10 років тому. На сьогодні розроблено декілька курсів для дітей дошкільного та старшого віку. Також вчителі та викладачі можуть пройти курси із викладання профільних предметів контексті медіаосвіти.

**РОЗДІЛ II. НЕТРАДИЦІЙНА ТЕМАТИКА БЛОГЕРІВ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ. ВІРОГІДНІСТЬ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ ПІДЛІТКІВ**

**2.1. Персвазія /переконання/ як складова впливу.**

Поняття «персвазивність» вперше з’явилося в античній літературі, а науковий інтерес до нього виник у 40–50-ті роки ХХ століття. Цей термін походить з латинської мови, від слів рersuasio — умовляння; persuadere — намовляти, переконувати. «Персвазивну комунікацію досліджували в рамках соціальної психології (Hovland, Janis, Kelley, Sherif), когнітивної психології (Cacioppo, Chaiken, Eagly, Liberman, McGuire, Petty), теорії масової комунікації (Petermann, Petty, Ray, Schenk)» [47].

Дослідниця Марія Яцимірська у статті «Персвазія у світі віртуального комунікування» пише, що персвазія – це мистецтво переконування людини у своїй правоті [48, 18-22 с.].

Дослідник Тімоті Борчерс стверджує, що з появу інтернету та електронних гаджетів змінилася та набула нових методів: «В інформаційному столітті новий підхід у вивченні переконування представляє теорія сучасного переконування, що розробляється у працях вчених із багатьох дисциплін: антропології, культурології, соціології, менеджменту, політології, історії, жіночі дослідження, маркетинг, дослідження людського спілкування та риторичні дослідження» [49].

Можна стверджувати, що персвазія – це міждисциплінарна наука, яка шукає способи впливу на людей шляхом аналізу їх поведінки і пошуку шляхів переконування. Так, Роберт Чалдіні у своїй книзі «TAK! 50 таємниць науки персвазії» пише, що принципи персвазії базуються на наукових фактах, тому її не можна називати мистецтвом. Це означає, що будь-яка людина може навчитися цьому і вміти переконувати не маючи особливого таланту [50, 11 с.].

Разом з тим, деякі дослідники стверджують, що персвазія – це, все ж, вплив, який здійснюється на основі інтуїтивного відчуття реальної ситуацій. Наприклад, Л. Павлюк протиставляє персвазію та теорію аргументації та стверджує, що саме теорія аргументації базується на основі наукових понять, а персвазію не завжди можна пояснити [51, 112 с.].

Дослідник А. Голоднов пише, теорія аргументації та персвазія можуть бути взаємопов’язані, ці дві науки можуть використовуватись одночасно для покращення ефективності. Науковець виділив декілька таких відношень:

1. Персуазивність, яка орієнтовна на емоційну сферу реципієнта та протиставляється аргументуванню як процесу раціонального переконування.
2. Персуазивність, що розглядається як сукупність прийомів, спрямованих на підсилення аргументів.
3. Персуазивність, що розуміється як «стилістичний варіант» реалізації аргументування та як «практичне аргументування» в реальних комунікативних ситуаціях [47].

Крім того, персвазія також розглядається в якості методу соціального впливу. Р. Чалдіні визначив принципи соціального впливу:

* «правила взаємності (ми вважаємо своїм обов’язком відповісти на взаємність та люб’язність, яку нам надають);
* авторитети (чекати, поки фахівці покажуть нам шлях);
* заанґажування та наслідки (ми хочемо діяти відповідно до зобов’язань);
* недоступність (що мені є менш доступне, того більше я хочу);
* любов і співчуття (що більше ми любимо когось, то з більшою готовністю погоджуємося з ним);
* суспільний доказ справедливості (форма нашої поведінки залежить від спостереження за діями інших людей)» [52, 53 с.].

Методи та направлення персвазії постійно змінюються через зміну культури та суспільних цінностей.

А. Голоднов говорить про поняття «персуазивної комунікації», яке виначає як «історично сформовану, закріплену в суспільній і комунікативній практиці особливу форму ментально-мовної взаємодії індивідів, яка здійснюється на базі певних типів тексту і реалізує спробу переважно вербального впливу одного з комунікантів (адресанта) на установку свого комунікативного партнера (аудиторії) з метою ненасильницьким шляхом (за допомогою комунікативних стратегій переконання і «зваби») домогтися від нього прийняття рішення про необхідність, бажаність або можливості здійснення / відмови від вчинення певної посткомунікативної дії в інтересах адресанта» [47].

Разом з тим,у науковців відсутній єдиний погляд на персвазії через те, що цей термін у різних наукових роботах використовують для характеристики явищ, які принципово відрізняються одне від одного. У межах окресленого дискурсу можна вважати, що персвазія – це переконання індивіда або соціальної групи у чому-небудь.

Ми дослідили Instagram-сторінки блогерів, які підіймають тему сексу та сексуальної освіти дітей і дорослих людей. Контент аналізувався відповідно до принципів соціального впливу, визначених Р. Чалдіні і наведених у цьому розділі.

Блогерка Таня Пренткович (нік в Instagram @tanyaprentkovych) створила онлайн секс-шоп inSide (нік в Instagram inside.sex.community), місією цього проекту є не тільки продаж секс-товарів, а ще і сексуальна освіта. В інтерв’ю в рамках проекту #сильнаЯ Таня Пренткович зробила наголос на відсутність у підлітків статевої освіти: «Батьки з дітьми про це не говорять. Підлітки знаходять інформацію десь серед своїх друзів, з якихось серіалів тощо» [53]. Блогерка не окреслює вік аудиторії, на яку розрахована інформація. Разом з тим, сторінка магазину в Instagram відкрита для будь-якого користувача, а на сайті магазину потрібно підтвердити, що відвідувачу виповнилось 18 років, при тому, що це неможливо перевірити. З цього можна зробити висновок, що будь-який підліток має вільний доступ до блогу.

Першим методом соціального впливу є «правило взаємності», тобто відповідь на люб’язність. В даному випадку під час викладу інформації по темі секс-просвіти не відбувається комунікація між користувачем та спікером. Разом з тим, спікери на інформаційних відео викладають інформацію в приємному тоні, без негативу, що викликає довіру глядача.

Правило «авторитетності» виконується частково. З одного боку, сама Таня Пренткович заявила, що на питання відповідають професіонали, також це вказано на сторінці самого магазину. Разом з тим, фактичних доказів спеціальної освіти представлених фахівців немає.

Так, на питання, поставлені дерматовенерологу, відповідала Діана Марабян. На її сторінці в Instagram (@dr.diana\_marabyan) є фото тільки сертифікати про пройдені додаткові курси з косметології та дерматології, тобно неможливо ні спростувати, ні підтвердити наявність у неї диплома з українського медичного вишу.

На питання до гінеколога відповідають два фахівці: лікарка, ім’я якої неназвано, а також Галина Кукіна, яка представлена як акушер-гінеколог. На своїй сторінці в Instagram (@dr\_kukina) Галина Кукіна також не опублікувала фото диплома про наявність освіти акушера-гінеколога.

На запитання до психолога відповідає Юлія Нечаєва, яка назвала себе «кудрявый психотерапевт» на своїй сторінці в Instagram (@nechaeva.julia). Підтвердження вищої освіти у неї на сторінці також немає.

Варто відмітити, що багато користувачів, особливо підлітків, вірять у професійність фахівця і без наявності підтвердження цьому.

Правило «заанґажування та наслідки» також виконується: у профілі запрошують приєднатися до «ком’юніті», що означає отримання сексуальної освіти та покупки у магазині. Секс-просвіта – це спосіб приваблення уваги потенційних клієнтів до магазину, а не основна ціль проекту. Разом з тим, це приклад позитивної реклами, яка приносить користь і власниці бізнесу, і покупцям. Також саме такі магазини принципово вибирають люди, які проти агресивної реклами, якщо навіть там будуть ціни вище, ніж в інших секс-шопах.

Правило «недоступність (недоступне найбажаніше)» неможливо виконати в контексті магазину та інформації. Якщо говорити про секс-освіту, то інформація знаходиться у вільному доступі. Разом з тим, в контексті продажів це індивідуально для кожного клієнта і залежить від їх достатку. Для багатьох підлітків товари з цього секс-шопу є недоступними, тому що якісні та безпечні секс-іграшки завжди мають високі ціни.

Принцип «любов і співчуття» часто використовують блогери в Instagram. Так, вони часто говорять про вдячність своїм підписникам, намагаються бути до них ближче, створити ілюзію особистого спілкування. В умовах секс-шопу це зробити важко, але там використовуються деякі прийоми. Наприклад, ілюзія того, що людина вступає в «ком’юніті» – належить до особливої групи. Також на сторінці є невеличкі розповіді про співробітниць магазину, тобто бренд персоналізують, роблять ближчим до людей. Також пости магазину написані у формі звернення до конкретної людини, читача. Загалом, це не агресивні, але дієві методи впливу.

Правило «суспільний доказ справедливості» також виконується. Власниця магазину Таня Пренткович на власному прикладі показує важливість сексуальної освіти і закликає усіх клієнтів магазину отримувати такі знання. Крім того, відвідувачі магазину бачуть активність інших підписників: покупки та створення відгуків, написання питаньдля фахівців.

Наступний розглянутий нами блог Аріни Вінтовкіної (vintovkina\_arina). Вона має освіту психолога із сертифікатом сексолога, але блог особистий, всі пости про секс в контексті досвіду самої блогерки. Сторінка закрита, доступ може надати лише сама авторка. Разом з тим, вона не завжди може визначити, скільки років потенційному читачу. Звичайно, обмежений доступ зменшує вірогідність, що туди може потрапити підліток, але така можливість все ж є.

Блог має незвичайну тематику: авторка є поліамором, вона має чоловіка, а також зустрічається з жінкою. Чоловік з дівчиною також мають стосунки. На свої сторінці Аріна Вінтовкіна розповідає про секс-практики з власного досвіду, а також тестує секс-девайси. В постах авторка акцентує увагу на психологічній, духовній складовій поліаморії та сексуальних практик в її блозі немає непристойних фото, або текстів з ухилом на порнографію. Разом з тим, для адекватного сприйняття подібного контенту у читача повинні бути базові знання про секс та репродуктивну систему, отримані з достовірних джерел.

Аудиторія блогу складає або однодумців авторки, або людей, які позитивно ставляться до її способу життя. У коментарях під фото дуже мало людей, негативно налаштованих.

Також блогерка створює інфопродукти: вебінари та чек-листи, які можна купити на її сайті.

Серед методів соціального впливу, принцип взаємної люб’язності не використовується. Блогерка не схиляє аудиторію до якихось дій. Під час продажів нового інфопродукту вона не використовує агресивних методів.

Правило авторитетності дотримане, блогерка є професійним сексологом, тому до її думки дослуховуються.

Принцип соціального впливу «заанґажування та наслідки» утворився сам по собі. Аріна Вінтовкіна відсіяла аудиторію, яка її не розуміє шляхом блокування. Також вона прямо попросила людей, які з нею в чомусь не згодні, мирно відписатися від її сторінки. Таким чином на сторінці панує екологічна атмосфера, там зібрані люди, які усвідомлюють абсолютно все, про що говорить авторка.

Принцип «недоступності» також приведений в дію. Блогерка розповідає про такі аспекти сексуального життя, які доступні не кожному. Наприклад, хтось не може собі дозволити сексуальні іграшки. Інші хочуть, щоб у їх житті з’явився ще один партнер, але цього не хоче партнер, який з’явився першим. Також у парі хтось може негативно ставитись до певних сексуальних практик. Таким чином, деяких людей приваблює саме те, що в блозі обговорюються недоступні для них речі.

Принцип «любові і співчуття» також автоматично приведений в дію. Аріна Вінтовкіна веде особистий блог, тобто присвячений її особистості. В таких блогах виникає природній зв’язок між блогером та аудиторією, авторка блогу розповідає про свої переживання, відчуття, про свої перемоги та поразки. Це викликає у людей відчуття близьких стосунків.

Принцип «суспільного доказу справедливості» діє. Блогерка розповідала, що деякі підписники змінювали свої цінності під час спостерігання за її блогом. Наприклад, дехто спочатку був гомофобом, або виступав проти поліаморії. Загалом, блогерка нічого не пропагує відкрито.

Наступна блогерка, сторінку якої ми вивчили – Тетяна Ніконова (@nikonova.online). Її сторінка відкрита, але є помітка «18+». Тетяна Ніконова журналістка, але у блозі підіймає тему сексу. Контент в блозі мовно умовно розділити на 3 види: тест-драйви товарів із секс-шопів, пости на соціальні теми, пов’язані з сексом або фемінізмом (аборти, насилля) і відповіді на запитання читачів. На відміну від попереднього, цей блог має менше ознак особистого блогу, скоріше це блог на соціальну тематику.

Правило соціального впливу «взаємна люб’язність» у блозі не діє, блогерка не схиляє підписників до конкретних дій.

Принцип авторитетності у блозі використаний, так як Тетяна Ніконова є журналісткою, яка підіймає соціально важливі теми.

Правило «заанґажування та наслідки» не приведене в дію, тому що блог доступний всім, він має ознаки ЗМІ, тобто авторка дуже мало спілкується з аудиторією.

Принцип недоступності також можна вважати недіючим, тому що у блозі підіймаються теми, які пропонують самі підписники на сайті авторки.

Правило соціального впливу «суспільний доказ справедливості» найяскравіше виражений, тому що авторка виражає свою соціальну позицію, а також дає різні поради на тему сексу.

Наступним ми вивчили блог Аліни Шикуть (@shikut), особливістю її сторінки є те, що вона знімає арт-відео на тему сексу. Основними темами блогу є безпека та здоров’я, як психологічне, так і фізичне. Аліна Шикуть пише про ВІЛ та необхідність контрацепції. Крім того, дівчина ділиться власним досвідом секс-практик.

Стосовно принципів соціального впливу, «правило взаємності» у блозі не діють.

Принцип авторитету реалізований частково. Аліна займається дизайном та фотографією, в її блозі є елементи художності. На неї підписані ті, хто бачить в сексуальних практиках ще і мистецтво.

Правило «заанґажування та наслідків» частково приведено в дію. Блогерка має індивідуальний стиль створення контенту, тому її підписники слідкують за блогом не тільки заради отримання сексуальної освіти, а і через самобутність авторки.

Принцип недоступності може діяти тільки у випадку, якщо читачам недоступні практики, про які йдеться у блозі, тобто цей принцип діє так само, як і на сторінци Аріни Вінтовкіної.

Правило любові і співчуття діє через те, що блог особистий, авторка ділиться подробицями свого життя. Разом з тим, блогерка більше транслює позитивні емоції, а якщо в неї стається щось погано, но вона про це пише з гумором, або викладає інформацію уже проаналізованою. Через це авторка не викликає емоцій співчуття.

Принцип «суспільний доказ справедливості» у блозі яскраво виражений, тому що блогерка підіймає важливі соціальні теми, а своєю поведінкою показує приклад для інших людей.

Також ми дослідили контен у блозі Світлани (pr\_o\_ject). Дівчина родом із України, але зараз живе та вчиться на психолога у Німеччині. Вона веде блог з тематикою для підлітків. Наприклад, блогерка розповідає про безпечний перший секс, про те, як обговорювати різні проблеми сексуального характеру з партнером.

Правило взаємності, яке використовують для соціального вплив, Світлана не використовує.

Принцип авторитетності у блозі застосовується: дівчина раніше працювала у секс-шопі, а свою бакалаврську роботу також присвятить темі інтимних стосунків в парі.

Аспект «заанґажування та наслідків» не використовується у блозі. Через те, що на сторінку підписано відносно небагато людей, дівчина має можливість взаємодіяти з більшим відсотком читачів.

Принцип недоступності не використовується, тому що в блозі підіймаються теми, які актуальні для підлітків.

Правило любові і співчуття прослідковується завдяки можливості блогерки спілкуватися з більшим відсотком своєї аудиторії.

Суспільний доказ справедливості у блозі присутній – будь-яка публічна людина так чи інакше подає приклад для інших.

Як висновок, ми бачимо, що багато блогерів мають соціальний вплив на свою аудиторію. Втім, розглянутих блогах немає відкритої пропаганди або відкритих маніпуляцій. В Instagram є секс-блогери, які створюють контент для підлітків, які тільки готуються отримати перший сексуальний досвід. Разом з тим, в соцмережі також можна натрапити на блоги, інформацію в яких підлітки не зможуть сприйняти адекватно.

**2.2. Інформаційне убезпечення підлітків від негативних складових впливу.**

За статистикою, 96% дітей віком від 10 до 17 років користуються інтернетом, але половина з них не знає про ризики та небезпеку, на яку можна там натрапити. 44% відсотки дітей уже знаходяться в групі ризику, тому що поділилися інформацією про себе з незнайомцями. 24% відсотки дітей уже побували у небезпечній ситуації, тому що ходили на зустріч із віртуальними друзями. 52% відсотки дітей користуються інтернетом задля спілкування у соціальних мережах: 46% з них залишали там свій номер телефону, 36% написали адресу свого проживання, а 51% публікує особисті фото. Також 6,5% підлітків публікують в мережі інформацію про своїх батьків [58].

Ці дані показують, що діти не усвідомлюють всю небезпеку у користуванні інтернетом, тому потребують негайної освіти на цю тему.

Для інформаційного убезпечення підлітків від негативного впливу, слід приймати міри на всіх рівнях: на державному рівні, у школі та під час виховання батьками.

На державному рівні необхідно створювати джерела інформації, з правдивими даними, а також мінімумом маніпуляцій та інших негативних впливів.

Інтернет не має обмежень в рамках державних кордонів, тому варто розглянути і міжнародне законодавство, яке захищає дітей від порушень їх прав в інтернеті. Так, основними документами у цій сфері є положення Конвенції ООН про права дитини, Конвенція Ради Європи про кіберзлочинність, Конвенція Ради Європи про захист дітей від сексуальної експлуатації та знущань сексуального характеру.

Міністерство і Комітет цифрової трансформації України розробило «Національну стратегію захисту дітей в цифровому середовищі на 2021 – 2026 роки» [59].

Однією із цілей стратегії є створення свідомого суспільства, яке підтримує безпеку дітей в інтернеті. В рамках цього пункту планується обізнаність про небезпеки дітей, їх батьків та педагогів. Крім того, громадськість повинна показувати нетерпимість до порушення прав дитини в інтернеті.

Ще однією ціллю є створення безпечного середовища в інтернеті, за допомогою якого дитина зможе знаходити потрібні навчальні матеріали, а також використовувати його у розважальних цілях. В рамках виконання цієї задачі заплановано встановити фільтрацію інформації, яку отримує підліток. Також заплановане створення національного механізму для повідомлення та видалення небажаного контенту.

У стратегії також передбачено створення умов для покарання людей за вчинення злочинів над дітьми в інтернеті.

Також в Україні планується створити інструмент, за допомогою якого діти та батьки, постраждалі від злочинців в інтернеті, зможуть отримати потрібну допомогу.

На даний момент у Міністерстві і Комітеті цифрової трансформації України йде процес створення детального плану дій для реалізації стратегії. Результати їх діяльності можна буде відчути лише у 2025 році, а офіційні висновки зроблять у 2026 році.

Крім того, важливу роль в убезпеченні людей від впливу пропаганди у ЗМІ впливають журналісти та ті люди, які створюють контент у блогах та інших інтернет-джерелах. Так, в Україні існує журналістська етика, норми якої можна використовувати і під час блогерської діяльності.

Так, правила журналістської етики визначаються інтересами суспільства, а не журналіста, або редакційною політикою видання. Крім того, вкрай важливими є загальноетичні норми.

Крім того, журналісти повинні намагатися досягати істини, не бути заангажованими. [54, 10-16 с.]

У Міністерстві освіти України розробили перелік ресурсів для захисту підлітків від небезпек в інтернеті. Туди включено ресурси для підлітків, їх батьків та вчителів.

По-перше, рекомендується користуватися чат-ботом у програмі для листування Telegram під назвою «Кіберпес». Бот розроблений для підлітків, які страждають від кібербулінгу. Там представлені поради, як зрозуміти, що таке кібербулінг, а також інформація для жертв і самих кібербулерів. Через різномаїття інформації цей ресурс можна використовувати на уроках, присвячених цій темі.

Також у боротьбі проти кібербулінгу можуть допомогти ресурси проекту DOCUDAYS UA, який був створений на базі МОН. В рамках цього проекту був створений мультфільм, а також буклет для батьків про кібербулінг. Також школа може отримати доступ до фільмів про цю проблему, які можна показувати у шкільному кінотеатрі.

Крім того, у Міністерстві освіти розробили уроки для учнів 5-11 класів щодо протидії сексуальному насиллю у мережі. Зокрема, підлітки зможуть дізнатися, як розпізнати насильство, а також як правильно реагувати на приставання у мережі.

Варто визнати, що важливу роль у захисті підлітків від негативного впливу є робота педагогів, які потребують необхідної підготовки у цій сфері. Так, задачами педагога є допомогти дитині вивчити свої права, мати чіткі моральні принципи, а також вміти чітко визначати небезпеку в інтернеті і вміти правильно реагувати на такі ситуації. Через те, що деякі педагоги не є активними користувачами інтернету, вони потребують додаткових знань, завдяки яким зможуть допомагати дітям.

У Міністерстві освіти і науки України розробили методичні рекомендації «Безпечне користування сучасними інформаційно-комунікативними технологіями», у яких складений перелік знань, які повинні додатково отримати вчителі.

Так, вони повинні вивчити міжнародні документи, які регулюють питання безпеки дитини в інтернеті. Також педагоги повинні розуміти принципи та функції методичної роботи з убезпечення підлітків від небезпек в інтернеті. Також вчителі повинні знати основні правила виховної та профілактичної роботи з теми.

Крім того, педагог повинен слідкувати за ситуацією між своїми вихованцями та вміти швидко виявляти, якщо дитина потрапила у небезпечну ситуацію в інтернеті. Після цього в обов’язки педагога входить звернення до відповідних органів та відомств, а також проведення роботи з батьками.

Робота з батьками повинна проводитися регулярно, адже саме вони несуть найбільшу відповідальність за виховання та безпеку неповнолітньої дитини. Педагог повинен проінформувати батьків та надати їм основні знання про небезпеки, які чатують на дітей в інтернеті.

Так, батьків слід проінформувати про можливості встановлення на комп’ютер спеціальних програм для обмеження дітей в користуванні інтернет-ресурсами та інтернетом і комп’ютером загалом. Такі програми допомагають встановити час, коли дитина може користуватися комп’ютером, а також заблокувати усі сайти з негативним змістом.

Також рекомендується встановити на комп’ютер «антивірус» - програму, яка буде захищати комп’ютер від небезпечних програм. Зазвичай, за допомогою вірусів хакери можуть отримати персональні дані користувача комп’ютером, вірус може нашкодити техніці, вона перестане працювати і родині доведеться віддати її на ремонт. Також через віруси з комп’ютера можуть видалитися важливі файли.

Крім того, рекомендується повідомити батьків про те, що від надмірного користування інтернетом у підлітків можуть змінюватися життєві принципи та поведінка загалом.

Батькам варто розповісти, як правильно говорити з дітьми про раціональне використання інтернету, а також про небезпеки, які на них там чатують. [55]

Родина і сама може спровокувати небезпечну ситуацію з дитиною. Так, фахівці не рекомендують публікувати дані про свою дитину. Також слід публікувати фото, де є дитина, тільки з її згоди. Також не рекомендовано викладати в мережу фото та відео, де дитина займається спортом, одягнена у купальник або занадто відкритий одяг. Це може спровокувати злочинців на порушення прав дитини.

Також батькам рекомендується не засуджувати дитину, якщо вона розповідає про якусь неприємну ситуацію, яка сталася з нею в інтернеті. Краще за все – спокійно вислухати свою дитину та запропонувати свою допомогу у вирішенні конфлікту.

Для учнів корисною буде навичка оцінювання інтернет-ресурсів за допомогою критичного мислення. Методику розробила Н.П. Дементієвська. Спочатку слід зробити оцінку Web-ресурсу за допомогою формальних ознак [56, 48-50 с.]:

* надійність ресурсу та автора матеріалів;
* надійність URL-адреси сайту, значення доменного імені, з якого можна дізнатись багато інформації;
* відомості про дату створення сайту; про те, кому належать права на сайт; відомості про оновлення сайту. Зазвичай ця інформація знаходиться внизу головної сторінки;
* наявність узагальнюючих та оціночних слів, які можуть свідчити про те, що статті на сайті є маніпулятивними;
* наявність граматичних помилок та недостовірної інформації. На сайтах із якісною інформацією помилки зустрічаються дуже рідко, а неправдива інформація спростовується. Також варто звернути увагу на дизайн сайту: текст повинен легко читатися, а кольори повинні бути приємними для читача.

Також є критерії оцінки Web-ресурсів, які потребують критичного мислення.

1. Необхідно визначити мету створення сайту. Часто вона може бути завуальованою.
2. Слід перевірити сайт на наявність нелогічних елементів.
3. Виявлення фактів і їх аргументації, а також виявлення власної думки автора.
4. Аналіз сайту на предмет прихованої пропаганди або реклами.

Важливу роль у онлайн-безпеці підлітків відіграють дії Національної поліції України. Так, поліцейські приймають участь у різноманітних ініціативах та проектах з цього приводу. Найчастіше це проведення уроків зі школярами про безпеку у всесвітній мережі.

Також контент намагаються контролюати соціальні мережі як-то Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, YouTube та інші. Так, у цих соцмережах не можна публікувати терористичний контент, неетичні відео (сексуального характеру, вбивства). Крім того, там заборонений булінг або порушення авторських прав. Механізм працює так: користувач надсилає скаргу на контент або сторінку, а спеціальні співробітники або комп’ютерні програми вирішують, чи видаляти контент.

Разом з тим, поки що жодна соціальна мережа не може повністю контролювати потік інформації на своїх серверах. З одного боку, видаляється нешкідливий контент секс-блогерів, продавців нижньої білизни та всіх тих, хто не ведуть неправомірну діяльність. Разом з тим, у соціальних мережах багато контенту еротичного змісту, процвітає булінг, ведуться інформаційні війни.

Через те, що у 2020 році розпочалася пандемія коронавірусу, у соціальних мережах різко збільшилась кількість користувачів, тому що людей відправили на карантин. Частину співробітників соцмереж також відправили додому. У зв’язку з такою ситуацією модератором контенту став штучний інтелект, який може припускатися помилок.

Проблемою соціальних мереж під час пандемії коронавірусу стало те, що користувачі розповсюджують недостовірну інформацію про вірус. Ці псевдонаукові статті може зустріти школяр, що потягне за собою негативні наслідки такої дезінформації.

Така ситуація робить підлітків менш захищеними у соціальних мережах, тому вони потребують спеціальних знань про безпечне користування соціальними мережами. [57]

Що стосується захисту підлітків від неправдивої інформації про секс, яку можна знайти в інтернеті, в Україні є освітні проекти. Наприклад, це проект «Вперше», ціллю якого є закрити прогалину у сексуальній освіті в українських школах.

В рамках проекту в інтернеті публікуються наукові статті про секс, написані доступною мовою. Він буде корисним і підліткам, і батькам.

Так, на сайті можна знайти інформацію про те, як полюбити своє тіло, про перший секс, а також про безпеку під час експериментів. Також на сайті є інформація про хвороби статевої системи, менструацію та про перше в житті відвідування гінеколога.

Автори проекту «Вперше» також діляться інформацію про те, як налагодити стосунки між дітьми і батьками. Батьки можуть прочитати статті у яких розповідається, що робити, якщо дитина зізналася у одностатевому коханні. Для дітей є стаття про життя з токсичними батьками.

Також на сайті проекту можна знайти історії людей, які живуть із статевими хворобами, або належать до ЛГБТК-спільноти. Ця рубрика приходить на допомогу тим, хто відчуває себе самотнім зі своєю проблемою.

Окрім того, українські вчителі мають можливість пройти безкоштовний онлайн-курс «Сексуальна освіта», що створений у рамках діяльності Фонду Олени Пінчук. Лекторами є відомі особистості.

На курсі педагоги мають змогу дізнатися про безпечний секс, контрацепцію, про секс людей з інвалідністю, а також про те, як говорити про це з дітьми.

Наприкінці курсу кожен учасник повинен виконати завдання, після чого він отримає спеціальний сертифікат.

Якщо говорити про більш вузьку специфіку, варто звернути увагу на проект «Гендер в деталях». На сайті є новини, а також наукові матеріали про гендерну рівність, якими можуть користуватися студенти та викладачі.

Крім того, кожен бажаючий може вступити в спільноту людей, які боряться за статеву рівність. Окрема рубрика на сайті присвячена також сексуальній освіті, де розповідається про досвід інших країн.

**Висновки до Розділу II**

Секс-блогери в Instagram мають соціальний вплив на своє аудиторію, у тому числі і на підлітків. В інтернеті є корисні проекти для сексуальної освіти школярів, які створило МОЗ, а також звичайні активісти.

Разом з тим, підлітки можуть натрапити на блогерів, які транслюють інформацію, до якої школярі просто не готові та можуть неправильно сприйняти щойно прочитане. Так, ми розглянули блог Аріни Вінтовкіної, який треба читати уже маючи базові знання з теми статевого життя людини.

Також підлітки не захищені від інтернет-злочинців. По-перше, вони не знають про інтернет-небезпеки, а по-друге в українських школах проводиться дуже мало уроків з цього приводу.

Міністерство і Комітет цифрової трансформації України розробило Національну стратегію захисту дітей в цифровому середовищі на 2021 – 2026 роки. Стратегія передбачає обізнаність у темі інтернет-безпеки батьків, вчителів та дітей; покарання інтернет-злочинців; надання допомоги жертвам, які постраждали від інтернет-шахраїв.

**ВИСНОВКИ**

Інтернет являє собою специфічне середовище, що має комунікаційний вплив на своїх користувачів. Рівень впливу залежить від віку користувача, від контенту, який він переглядає, кількості проведеного часу у всесвітній мережі і від моральних принципів самого користувача.

Проблемами забруднення медіапростору займається медіаекологія – галузь знань, яка вивчає проблеми взаємодії людини та інформаційного простору. Медіаекологи вивчають вплив інформації на суспільство на декількох рівнях:

1. «Мікрорівень (аутоетологія) – рівень організмів.
2. Мезорівень (сінекологія) – рівень груп і співтовариств.
3. Макрорівень (панекологія) – рівень інфосфери, глобального інформаційного середовища» [27].

В Україні робляться спроби щодо дитячої медіаграмотності – умінню правильного поводження в інтернеті. На даний момент цього предмету немає в українських школах, але вчителі уже мають можливість проходити спеціальні курси для підвищення своєї кваліфікації з цієї теми.

Так, на заняттях з медіаграмотності дітей вчать розпізнавати пропаганду, приховану рекламу, неправдиву інформацію.

Ми розглянули блоги на незвичайні теми у мережі Instagram, у яких висвітлюється тема сексуальних стосунків між людьми. Вивчаючи блоги ми визначили, що вони несуть у собі багато факторів соціального впливу. Підлітків приваблює авторитетність старших та більш досвідчених людей, а також недоступність теми у звичайному житті. Недоступність теми сексу підтверджує відсутність статевої освіти у школах України, тему сексу ігнорують і батьки.

Крім того, актуальність цих блогів для підлітків визначає те, що у період підліткового віку школярі переживають статеве дозрівання та починають свої перші романтичні стосунки, одним із елементом яких може бути секс.

У ході вивчення наповнення секс-блогів ми визначили, що багато з них є корисними для підлітків: зазвичай у таких блогах наголошується на необхідності контрацепції та регулярного відвідування лікаря. Разом з тим, в Instagram школярі можуть натрапити на блоги із інформацією, до отримання якої вони просто не готові. Вони можуть неправильно зрозуміти прочитане.

Також у ході дослідження ми визначили, що спеціальна освіта і, навіть, згальна обізнаність не обтяжує мізки секс-блогерів в Instagram, тож і говорити на такі теми як експерти вони права не мають.

Для підлітків в Україні створені освітні проекти на базі МОН, які допоможуть дізнатися об’єктивну інформацію про статевий розвиток, сексуальні стосунки, а також про зміни, яких зазнає тіло під час дорослішання. Інформація розміщується у вільному доступі, а стиль написання текстів легкий для сприйняття.

Міністерство і Комітет цифрової трансформації України розробило Національну стратегію захисту дітей в цифровому середовищі на 2021 – 2026 роки. Стратегія передбачає обізнаність у темі інтернет-безпеки батьків, вчителів та дітей; покарання інтернет-злочинців; надання допомоги жертвам, які постраждали від інтернет-шахраїв.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ**

1. B.-K. Kim. Internationalising the Internet the Co-evolution of Influence and Technology. USA, 2005. 53 c.

2. Горный Е. Интернет для журналистов. Русский журнал. 1999. 27 трав.

3. В. Монахов. СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования. Москва, 2003. 7-8 с.

4. О. Сахно. Інтернет-ЗМІ і традиційні засоби масової інформації: конкуренція чи конвергенція. Київ, 2006. 19-20 с. URL: https://issuu.com/ukmajournalist/docs/sakhno-internet-massmedia-2006

5. В. Березин. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. URL: http://evartist.narod.ru/text7/62.htm

6. Петренко О. С. Інтернет як субпростір суспільства: структури та процеси : дис. … канд. соц. наук. : 22.00.04. Старобільськ, 2017. 160 с.

7. Кононов І. Ф. Печера аладдіна або як інтернет бере участь в управлінні повсякденною поведінкою. URL: http://www.academia.edu/8257754/Илья\_Кононов\_ПЕЩЕРА\_АЛЛАДИНА\_ИЛИ\_КАК\_ИНТЕРНЕТ\_УЧАСТВУЕТ\_В\_УПРАВЛЕНИИ\_ПОВСЕПОВСЕДН\_ПОВЕДЕНИЕМ

8. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-19#Text

9. Найдьонова Л. Кібербуллінґ або агресія в інтернеті: способи розпізнання і захист дитини : метод. реком. Київ : Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2014. 9 с.

10. Кочан І. Слова з компонентом кібер- у сучасній українській мові. Вісник Львівського університету: Серія філологічна. 2016. № 63. С. 279.

11. J. J. Dooley, J. Pyzalski, D. Cross. Cyberbulling versus face-to-face bulling. Journal of Psychology. 2019. № 217 (4). С. 182-183.

12. Вітюк Н. Кібербулінг як загроза психологічній безпеці особистості школяра. Вісник Прикарпатського університету. Філософські і психологічні науки. 2015. № 19. С. 134

13. Веретенко Т.Г., Снітко М.А. Компонентнісний підхід до діяльності підлітків у Інтернет-мережі. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/19667073.pdf

14. Мізіна Д. (Не)дитячі листування: що таке секстинг і чим він загрожує підліткам. URL: https://genderindetail.org.ua/spetsialni-rubriki/seksualnist/nedityachi-listuvannya-scho-take-sexting-i-chim-vin-zagrozhue-pidlitkam-134478.html

15. Бодалев А. А. Психология общения. Воронеж, 2002. 256 с.

16. Педагогический энциклопедический словарь / за заг. ред. Б. М. Бим-Бад. Москва, 2002. 203 с.

17. .Киричок В. А. Ціннісне ставлення. Енциклопедія освіти. Головний ред. В. Г. Кремень. Київ, 2008. С. 992–993.

18. Бех І. Д. Ідеологія особистісно орієнтованого виховання. Вибрані наукові праці. Виховання особистості. Том 1. Чернівці, 2015. 330 с.

19. Лобанова А. С., Калашнікова Л. В. Робота з підлітками-девіантами: соціологічний та психологічний аспекти. Київ, 2017. 36-35 с.

20. Дрепа М.И. Психологическая профилактика Интернет-зависимости у студентов : дис. … канд. псих. наук : 19.00.07. Ставрополь, 2009. 52 с.

21. Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Современные исследования виртуальной коммуникации : проблемы, гипотезы, результаты. Образование и информационная культура. Социологические аспекты. труды по социологии образования. 2000. №5/7. С. 395-428.

22. Церковний А. Аспекти формування Інтернет-залежності. Соціальна психологія. 2004. № 5 (7). C.149-154.

23. Спілкування: просто про складне. Реальні загрози віртуального світу. URL: http://www.reprohealth.info/uk/for/teenagers/communication/advices

24. Вітюк Ю. В. Психологічні закономірності виникнення узалежнень у шкільному віці та способи протидії їм. Здоровий спосіб життя. 2008. № 34. С. 13-20.

25. Postman N. The Reformed English Curriculum. The Shape of the Future in American Second Education. New York, 1970. P. 160-168.

26. Сколари К. Concell de l’Audoivisual de Catalunya. пер. В. Степанов. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/9716/2011-05-01-ystoryya-medyajekologyy/

27. Степанов В. Наука медиаэкология: понятие, предмет, объект, уровни. URL: http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/blogpost\_19.html

28. Зайко Л. Державна політика України щодо захисту суспільної свідомості від маніпулятивного впливу російського медіапродукту. Збірка матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. Житомир–Вінниця, 2015. С. 108–111.

29. Конституція України : станом на 12.2020. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр

30. Закон України «Про інформацію»: станом на 12.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text

31. Різун В.В. Проблеми і перспективи розвитку журналістської освіти в Україні початку ХХІ століття. Доповідь на Міжнародній науковій конференції «Журналістика – 2004 у світі підготовки журналістських кадрів». Київ, 2004. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1338

32. Бугрим А. В. Телевізійна реклама як об’єкт наукового дослідження. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1579

33. Лисиця Н. М. Соціологія реклами : навч. посіб. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 35 с.

34. Мокшанец Р.И. Психология рекламы. Москва, 2009. 8-9 с.

35. Грицюта Н. М. Етика реклами як естимаційний орієнтир сучасного суспільства : монографія. Київ, 2012. 94-103 с.

36. Закон України «Про рекламу»: станом на 12.2020. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр

37. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / за ред. О. В.Волошенюк, В. Ф Іванової. Академія української преси, 2018. 5 с.

38. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/

39. Любченко І. Розвиток логічного мислення у старших дошкільників як запорука успішного навчання і виховання. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. Частина 3. 2014. С. 209–214.

40. Сименяко Ю.Б. Виховання у дітей старшого дошкільного віку основ культури використання медіапродукції у закладах дошкільної освіти : дис. канд. пед. наук : 13.00.08. Інститут проблем виховання Національної академії педагогічних наук України. Київ, 2019. 92-93 с.

41. Семеняко Ю. Культура медіа-споживання в сім’ї: сучасний стан дослідження проблеми. Молодь і ринок. 2016. № 11–12. С. 142–146.

42. Кузьма І. Формування медіаграмотності дітей старшого дошкільного віку: теорія і технологія : монографія. Тернопіль : ТНПУ, 2019. 47 с.

43. Голюк Р. Ш., Ковбасюк Т. О., Голюк О. А. Педагогічні умови розвитку медіаграмотності дітей старшого дошкільного віку. URL: http://conference.pu.if.ua/forum/files/22032017/6/Goljyk.pdf

44. Кондратенко Р. В. Виховання креативності в старших дошкільників у процесі медіаосвіти. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. 2013. № 13 С. 115–120.

45. Понежа Н. Інтеграція медіаосвіти в навчальні предмети суспільно-гуманітарного циклу як засіб формування критичного мислення учнів. Збірник статей четвертої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ, 2016. С 205-213.

46. Шапошников Д. «Медіаосвіта — це підґрунтя для всіх шкільних предметів». Хто і як навчає медіаграмотності вчителів. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/23959/2019-12-18-mediaosvita-tse-pidgruntya-dlya-vsikh-shkilnykh-predmetiv-khto-i-yak-navchaie-mediagramotnosti-vchyteliv/

47. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современой немецкоязычной рекламы) : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.04. Санкт-Петербург, 2003.

48. Яцимірська М. Г. Персвазія у світі віртуального комунікування. Наукові записки Інституту журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. № 35. Київ, 2009. С. 18-22.

49. Borchers T. Persuasion in the media age. New York, 2005.

50. Goldstein N., Martin S., Cialdini R. TAK! 50 sekretуw nauki perswazji. Przeklad Michal Lipa. 2007. 11 с.

51. Павлюк Л.С. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація. Львів, 2007. 112 с.

52. Chialdini R. Influence: Science and practice (4th ed.). Boston, 2001. 53 с.

53. «Це може бути красиво і не вульгарно». Блогер Таня Пренткович розповіла, які питання про секс хвилюють українців. URL: https://life.nv.ua/ukr/znamenitosti/tanya-prentkovich-instagram-bloger-rozpovila-pro-vlasniy-seks-shop-ta-zhinochu-silu-video-50120060.html

54. Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник. Київ, 2007. С. 10-16.

55. Безпечне користування сучасними інформаційно-комунікативними технологіями. URL: https://rescentre.org.ua/images/Uploads/Files/internet\_safety\_dl/bezpechne\_koristuvannya\_ikt.pdf

56. Кочарян А.Б., Гущина Н.І. Виховання культури користувача Інтернету. Безпека у всесвітній мережі : навч.-метод. посіб. Київ, 2011. 48-50 с.

57. Соцсети не справляются с модерацией контента из-за коронавируса. URL: https://www.bbc.com/russian/news-51935267

58. Більше половини дітей, які користуються Інтернетом, нічого не знають про ризики в мережі. URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/Anonces/safe\_internet\_day/about\_onlandia.pdf

59. Національна стратегія захисту дітей в цифровому середовищі на 2021 – 2026 роки. URL: https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/normative\_document/2020/1/НаціонНаціо%20стратегія%20v1\_1.pdf

**REFERENCES**

1. B.-K. Kim. (2005) *Internationalising the Internet the Co-evolution of Influence and Technology*. USA.
2. Gorny E. (1999, May, 27) Internet for journalists. *Russkiy Zhurnal*. [in Russian].
3. V. Monakhov. (2003) *Mass media and the Internet: problems of legal regulation*. Moscow. [in Russian].
4. O. Sakhno (2006). Online media and traditional media: competition or convergence. Kyiv. URL: https://issuu.com/ukmajournalist/docs/sakhno-internet-massmedia-2006 [in Ukrainian].
5. V. Berezin. Mass communication: essence, channels, actions. URL: http://evartist.narod.ru/text7/62.html [in Russian].
6. Petrenko O.S. (2017) *Internet as a subspace of society: structures and processes.* Extended abstract of candidate’s thesis. Starobilsk. [in Ukrainian].
7. Kononov I.F. Cave of Aladdin or as the Internet is involved in the management of everyday behavior. URL: http://www.academia.edu/8257754/Илья\_Кононов\_ПЕЩЕРА\_АЛЛАДИНА\_ИЛИ\_КАК\_ИНТЕРНЕТ\_УЧАСТВУЕТ\_В\_УПРАВЛЕНИИ\_ПОВСЕПОВСЕДН\_ПОВЕДЕНИЕМ [in Ukrainian].
8. Law of Ukraine on amendments to some legislative acts of Ukraine on combating bullying. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-19#Text [in Ukrainian].
9. Naidenova L. (2014) Cyberbullying or aggression on the Internet: methods of recognition and protection of the child. Kyiv. [in Ukrainian].
10. Kochan I. (2016) Words with a component of cyber- in the modern Ukrainian language. *Bulletin of Lviv University: Philological Series*. 2016. № 63. P. 279. [in Ukrainian].
11. J. J. Dooley, J. Pyzalski, D. Cross. (2019) Cyberbulling versus face-to-face bulling. *Journal of Psychology.* 2019. 217 (4), 182-183.
12. Vityuk N. (2015) Cyberbullying as a threat to the psychological security of the student's personality. *Bulletin of the Precarpathian University. Philosophical and psychological sciences.* № 19, 134 [in Ukrainian].
13. Veretenko T.G., Snitko M.A. Component approach to the activities of adolescents on the Internet. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/19667073.pdf [in Ukrainian].
14. Mizina D. (Non)children's correspondence: what is sexting and what it threatens adolescents. URL: https://genderindetail.org.ua/spetsialni-rubriki/seksualnist/nedityachi-listuvannya-scho-take-sexting-i-chim-vin-zagrozhue-pidlitkam-134478.html [in Ukrainian].
15. Bodalev A.A. (2002) Psychology of communication. Voronezh. 256 p. [in Russian].
16. Pedagogical encyclopedic dictionary / for general. ed. B. M. Bim-Bad. Moscow, 2002. 203 p. [in Russian].
17. Kirichok V.A. Values. Encyclopedia of Education. Editor-in-Chief VG Flint. Kyiv, 2008. P. 992–993. [in Ukrainian].
18. Bekh I.D. (2015) Ideology of personality-oriented education*. Selected scientific works. Education of personality. Volume 1*. Chernivtsi. [in Ukrainian].
19. Lobanova A.S., Kalashnikov L.V. (2015) Work with adolescents-deviants: sociological and psychological aspects. Kyiv. [in Ukrainian].
20. Drepa M.I. (2009) Psychological prevention of Internet addiction in students. Extended abstract of candidate’s thesis.Stavropol, 2009. [in Russian].
21. Belinskaya E.P., Zhichkina A.E (2000) Modern research of virtual communication: problems, hypotheses, results. *Education and information culture. Sociological aspects. Works on the sociology of education*. 2000. 5 (7), 395-428. [in Russian].
22. Tserkovnyy A. (2004) Aspects of the formation of Internet dependence. *Social Psychology*. 5 (7), 149-154. [in Ukrainian].
23. Communication: just about difficult. Real threats to the virtual world. URL: http://www.reprohealth.info/en/for/teenagers/communication/advices [in Ukrainian].
24. Vityuk Y.V. (2008) Psychological patterns of addictions in school age and ways to counteract them. Healthy Lifestyle. 34, 13-20. [in Ukrainian].
25. Postman N. (1970) The Reformed English Curriculum. *The Shape of the Future in American Second Education*. New York.
26. Scolari K. Concell de l’Audoivisual de Catalunya. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/9716/2011-05-01-ystoryya-medyajekologyy/
27. Stepanov V. Science mediaecology: concept, subject, object, levels. URL: http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/blogpost\_19.html [in Russian].
28. Zaiko L. (2015) State policy of Ukraine on protection of public consciousness from manipulative influence of the Russian media product. *Collection of materials of the All-Ukrainian scientific-practical conference with international participation*. Zhytomyr – Vinnytsia. [in Ukrainian].
29. The Constitution of Ukraine: as of 12.2020. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр [in Ukrainian].
30. Law of Ukraine «On Information»: as of 12.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text [in Ukrainian].
31. Rizun V.V. (2004) Problems and prospects of development of journalism education in Ukraine at the beginning of the XXI century. *Report at the International Scientific Conference «Journalism - 2004 in the World of Journalism Training»*. Kyiv. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1338 [in Ukrainian].
32. Bugrym A.V. Television advertising as an object of scientific research. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1579 [in Ukrainian].
33. Lysytsya N.M. (2012) Sociology of advertising: textbook. way. Kharkiv: KhNU V.N. Karazin. [in Ukrainian].
34. Mokshanets R.I. (2009) *Psychology of advertising*. Moscow. [in Russian].
35. Gritsyuta N.M. (2012) *Etika advertising yak estimats\_ynyy orentir of modern suspension: monograph*. Kiev. [in Ukrainian].
36. Law of Ukraine «On Advertising»: camp on 12.2020. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-vr [in Ukrainian].
37. O. V. Voloshenyuk, V. F. Ivanova. (2018) *Media literacy in schools of cobbles: a guide for the teacher* [in Ukrainian].
38. Concept for the implementation of media awareness in Ukraine (new edition). URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/ [in Ukrainian].
39. Lyubchenko I. (2014) The development of a logical misdirection among older preschool children as a conspiracy of successful naval and vicarious. *Zbіrnik naukovikh prats Umanskiy sovereign pedagogical university.* Vol 3, 209–214. [in Ukrainian].
40. Simenyako Y.B. (2019) *Educating older children of preschool age the basics of the culture of using media products in preschool education institutions.* Extended abstract of candidate’s thesis. Kiev. [in Ukrainian].
41. Semenyako Y. (2016) Culture of media living in the family: the current state of the problem. *Molod i Rinok*. 11–12, 142-146. [in Ukrainian].
42. Kuzma I. (2019) *Formation of media literacy of children of senior preschool age: theory and technology*: monograph. Ternopil. [in Ukrainian].
43. Golyuk R. Sh., Kovbasyuk T. O., Golyuk O. A. Pedagogical think about the development of media literacy among children of senior preschool age. URL: http://conference.pu.if.ua/forum/files/22032017/6/Goljyk.pdf [in Ukrainian].
44. Kondratenko R. V. (2013) Vykhovannya creativity in senior preschool children in the process of media education. *Newsletter of the Lviv National University named after Taras Shevchenko*. 13, 115–120. [in Ukrainian].
45. Ponezha N. (2016) Integration of media awareness in the main subjects of the suspension-humanitarian cycle as a form of the critical message of scientists. *Collection of articles of the fourth international scientific-methodical conference «Practical media literacy: international awareness and Ukrainian perspectives».* Kiev, 205-213. [in Ukrainian].
46. ​​D. Shaposhnikov. Media awareness is the price for all school subjects. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/23959/2019-12-18-mediaosvita-tse-pidgruntya-dlya-vsikh-shkilnykh-predmetiv-khto-i-yak-navchaie-mediagramotnosti-vchyteliv/ [in Ukrainian].
47. Golodnov A. V. (2003) Linguopragmatic features of persuasive communication (on the example of modern German-language advertising): author. Extended abstract of candidate’s thesis. St. Petersburg. [in Russian].
48. Yatsimirskaya M. G. (2009) Persvazia in the world of the virtual community. *Scientific notes to the Institute of Journalism of the Kyiv National University IM. Taras Shevchenko*. Kiev. 35, 18-22. [in Ukrainian].
49. Borchers T. Persuasion in the media age. New York, 2005.
50. Goldstein N., Martin S., Cialdini R. TAK! 50 sekretуw nauki perswazji. Przeklad Michal Lipa. 2007. 11 с.
51. Pavlyuk L.S. (2007) *Rhetoric, ideology, persuasive communication*. Lviv. [in Ukrainian].
52. Chialdini R. (2001) *Influence: Science and practice (4th ed.)*. Boston.
53. «It can be beautiful and not vulgar.» Blogger Tanya Prentkovych told what questions about sex worry Ukrainians. URL: https://life.nv.ua/eng/znamenitosti/tanya-prentkovich-instagram-bloger-rozpovila-pro-vlasniy-seks-shop-ta-zhinochu-silu-video-50120060.html [in Ukrainian].
54. Ivanov V.F., Serdyuk VE. (2007) *Journalistic ethics: a textbook*. Kyiv. [in Ukrainian].
55. Safe use of modern information and communication technologies. URL: https://rescentre.org.ua/images/Uploads/Files/internet\_safety\_dl/bezpechne\_koristuvannya\_ikt.pdf
56. Kocharyan A.B., Gushchina N.I. (2011) Education of Internet user culture. Security in the World Wide Web. Kyiv. [in Ukrainian].
57. Social networks do not cope with the moderation of content due to the coronavirus. URL: https://www.bbc.com/russian/news-51935267 [in Russian].
58. More than half of children who use the Internet know nothing about the risks of the Internet. URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/Anonces/safe\_internet\_day/about\_onlandia.pdf [in Ukrainian].
59. National strategy for the protection of children in the digital environment for 2021 - 2026. URL: https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/normative\_document/2020/1/Национальна%20стратегія%20v1\_1.pdf [in Ukrainian].