

РОЗДІЛ 2 – ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА ВИХОВАННЯ

УДК: 007:070:316.77:37.013.42-053.6

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ КРИТИЧНОГО СТАВЛЕННЯ ПІДЛІТКІВ ДО ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ

¹ Заверико Н.В., ²Шугайло Я.В.

¹ *Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна*

² *Національний авіаційний університет, просп. Комарова, 1, м. Київ, Україна*

nzaveryko@ukr.net; yanashugaylo@gmail.com

У статті аналізується проблема негативного впливу засобів масової інформації на особистість. Автори характеризують загальні наслідки впливу ЗМІ на дітей і підлітків та визначають шляхи мінімізації негативного впливу ЗМІ на особистість. Провідним засобом формування критичного ставлення дітей та підлітків до засобів масової інформації вситуає медіаосвіта. Визначено специфіку та зміст соціально-педагогічної роботи з формування критичного ставлення підлітків до ЗМІ на прикладі просвітницької програми.

Ключові слова: засоби масової інформації (ЗМІ), адикції, медіаосвіта, просвітницький тренінг, критичне мислення, критичне ставлення.

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ КРИТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ ПОДРОСТКОВ К СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: СОЦИАЛЬНО ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

¹ Заверико Н.В., ²Шугайло Я.В.

¹ *Запорожский национальный университет, ул. Жуковского, 66, г. Запорожье, Украина*

² *Национальный авиационный университет, просп. Комарова, 1, г. Киев, Украина*

nzaveryko@ukr.net; yanashugaylo@gmail.com

В статье анализируется проблема негативного влияния средств массовой информации на личность. Авторы характеризуют общие результаты влияния СМИ на детей и подростков и определяют способы минимизации негативного влияния СМИ. Основным способом формирования критического отношения детей и подростков к средствам массовой информации является медиаобразование. Описывается специфика и содержание социально-педагогической работы по формированию критического отношения подростков к СМИ на примере образовательной программы.

Ключевые слова: средства массовой информации (СМИ), адикция, медиаобразование, образовательный тренинг, критическое мышление, критическое отношение.

THE PROBLEM OF FORMATION A CRITICAL ATTITUDE OF ADOLESCENTS TO THE MUSS-MEDIA: SOCIAL-PEDAGOGIC ASPECTS

¹Zaveryko N. V., ²Shugaylo Y. V.

¹*Zaporizhzhya National University, Zhukovskogo str., 66, Zaporizhzhya, Ukraine*

²*National Aviation University, Komarova ave., 1, Kyiv, Ukraine*

nzaveryko@ukr.net; yanashugaylo@gmail.com

In the second half of the twentieth century a digital revolution has begun that characterized by the unprecedented speed and complexity of changes, unrestricted access to information and knowledge. Today the mass media is one of the most influential factors in the socialization of modern personality. That potential is being widely used in modern educational processes. However at the present stage of society development the media environment development and new media technologies significantly outstrips the ability of people to think through them. This

gives a reason to raise an issue of potential threat of mass-media. The influence of the media is especially strong on the mental and spiritual life of society and affects the quality of socialization of the growing generation.

To prevent and overcome the negative effects of the media's influence on socialization it is necessary to form a critically attitude of the person. Media education is a key way of formation the critical attitude of children and adolescents to the media. A prerequisite for the critical attitude formation to any object or phenomenon of surrounding reality is the development of critical thinking. Critical thinking is a set of conscious actions and skills that we apply when evaluating information, whether it is reliable or manipulative. The development of critical thinking involves problem learning that means creation of problem situation in the classroom and the stimulation of adolescents to explore actively and independently the possible options for solving it.

The experimental program of socio-pedagogic work with adolescents included various methods and means: educational training, lectures, role-playing games, discussions, diaries, homework assignments etc. In the research we have determined the following indicators of the formation a critical attitude of adolescents to the media: 1) deep and solid knowledge about the specifics of the media, their impact on the person; 2) the formation of skills for critical analysis of media messages; 3) the domination of human values in the system of values; 4) purposeful planning of interaction with the media, a small amount of time (1-2 hours per day) spent with the media; 5) selective attitude towards the media and their use mainly for educational purposes.

The analysis of the research results was evaluated on the basis of developed criterias: intellectual, evaluational and activity-practical, and has shown a high enough efficiency of the program implementation of formation a critical attitude of adolescents to the media.

Key words: mass-media, addiction, media-education, educational training, critical thinking, critical attitude.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

У сучасних умовах суттєво збільшуються масштаби, роль, інтенсивність впливу засобів масової інформації на людину та процес її соціалізації. Інформація – це єдиний продукт, що не зменшується, а накопичується з часом, стає головним ресурсом науково-технічного і соціально-економічного розвитку світового співтовариства. Чим більше і швидше впроваджується інформація, тим вище життєвий рівень народу, соціальний, економічний, правовий і політичний потенціал країни. Як зазначає В. Огнев'юк [1, с. 37], у другій половині ХХ сторіччя почалася цифрова революція, що характеризується небаченою дотепер швидкістю і складністю змін, необмеженим доступом до інформації та знань. На сьогоднішній день засоби масової інформації є одним з найвпливовіших чинників соціалізації сучасної особистості, їх можливості набувають усе більшого значення і широко використовуються в сучасному як навчальному, так і виховному процесах. Водночас, засоби масової інформації виступають також і фактором «стихійної» соціалізації. Наслідки їх впливу можуть носити не тільки позитивний, а й негативний характер (залежно від змісту і форми запропонованої інформації) і не коригуватися іншими інститутами соціалізації. Підлітки є однією з найактивніших груп споживачів медіаконтенту. У цьому віці взаємодія з мас-медіа не контролюється батьками та вчителями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення цієї проблеми і на які спирається автор.

Студіювання психолого-педагогічних джерел свідчить, що проблема негативного впливу засобів масової інформації є актуальною, вона неодноразово була висвітлена у працях педагогів та психологів. Її дослідники розглянули такі аспекти впливу мас-медіа на дітей та підлітків: вплив сцен насильства (О. Виноградна, Т. Глухова, А. Допіра, Б. Потятинник, Ю. Романенко та ін.); вплив реклами (Н. Авдєєва, Р. Гребиниченко, Н. Гришаєва, Т. Джига, А. Дрозд, Т. Єрохіна, Н. Єфімова, О. Кордобовдовський, М. Кратінов, О. Лабурцева, Н. Ларіонова, Н. Лисица, Є. Малишев, А. Массорова, Р. Мокшанцев, Н. Светлакова, С. Семчук, Т. Ткачова, Н. Фоміних та ін.); вплив мережі Інтернет, виникнення Інтернет-залежності (О. Дубровніна, Т. Більбот, Т. Карабін, Т. Вакуліч, В. Посохова, Л. Юр'єва, Н. Бугайова, В. Цап), вплив медіа-середовища на комунікативну сферу школярів (Шараф Алдин Джихад), проблема маніпулювання свідомістю за допомогою засобів масової інформації (В. Жовтянська, С. Кара-Мурза, Т. Коваль, П. Лісовський, О. Марінушкіна, В. Марченко, О. Мерзлякова, Т. Пашукова, Р. Пацлаф, В. Петрик, В. Петухов, В. Полевий, Г. Почепцов, О. Штоквиш).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячена стаття. Формулювання цілей статті (постановка завдання).

Метою статті є розгляд та аналіз соціально-педагогічних аспектів формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Розробники проблеми (О. Петрунко, Л. Юр'єва, Т. Больбот, Т. Вакуліч, Т. Карабін, В. Посохова) вважають, що загальними наслідками впливу ЗМІ на дитячу і підліткову аудиторію є порушення пізнавальної функції, відволікання від реального життя, навчання, природних інтересів та обов'язків; інертність наслідування агресивної, асоціальної поведінки медіагероїв; деформація морального розвитку та схильність до порушення морально-етичних норм; порушення соціальних контактів; виникнення Інтернет-залежності тощо. Більш детальний розгляд питання дозволив визначити більш конкретні наслідки. Вплив сцен насильства викликає зміни у сприйнятті оточуючого світу, сприяє ставленню підлітків до насильства як до легітимного способу розв'язання конфліктів, копіюванню насильницьких шаблонів поведінки, виникнення реакції десенсибілізації тощо. Так, наслідками впливу реклами є те, що реклама стверджує повагу до матеріального продукту як повноцінного заміника духовного, формує у підлітків думку про те, що споживання й матеріальне багатство є кінцевою метою людського життя. Реклама продуктів харчування здійснює негативний вплив на здоров'я підлітків, сприяє збільшенню кількості дітей і підлітків із ожирінням тощо, формує стереотипи (у тому числі й гендерні). Вплив мережі Інтернет може сприяти виникненню адикції, можливе нараження підлітків на небезпеку внаслідок недотримання ними правил безпечної поведінки в мережі тощо. Заборона соціальних мереж (Вконтакте, Однокласники та ін.) дещо ускладнила процес залучення до деструктивних груп та груп, що сприяють скоєнню суїциду, однак не унеможливила його. Кіберполіція повідомляє про блокування значної кількості «груп смерті» і їх кураторів [2]. Педагоги та батьки мають проводити профілактичну роботу щодо залучення підлітків до Інтернет-пасток. До наслідків впливу відверто сексуальних сцен у ЗМІ відносимо орієнтування підлітків на ранні статеві контакти та порушення прийнятих морально-етичних норм, формування спотвореного уявлення про міжстатеві взаємини, штучне нав'язування певних стереотипів сексуальної поведінки.

На сучасному етапі розвитку суспільства, зокрема, розвиток медіа середовища і поширення нових медіа технологій істотно випереджає здатність людей їх обмірковувати. Саме це дає підґрунтя говорити про їх потенційну небезпеку. Особливо сильним є вплив медіа на ментальне та духовне життя суспільства, що відображається на якості соціалізації наступних поколінь (Вінтерхофф-Шпурк Петер). Соціалізація під впливом медіа означає, що і діти, і дорослі, котрі є оточенням дітей, опиняються у проблемній для всіх ситуації, за якої авторитет і компетентність дорослих послаблюються та стають не конкурентоспроможними порівняно із силою та авторитетом медіа.

Попередити та подолати негативні наслідки впливу мас-медіа на соціалізацію можливо за умови критичного ставлення до них особистості. Медіаосвіта є провідним засобом формування критичного ставлення дітей та підлітків до засобів масової інформації. Передумовою формування критичного ставлення до будь-якого об'єкту чи явища оточуючої дійсності є розвиток критичного мислення. Критичне мислення – це комплекс усвідомлених дій і навичок, які ми застосовуємо, коли оцінюємо інформацію, достовірною вона чи маніпулятивна [3, с. 9].

Мислення людини з точки зору його якості може носити критичний, некритичний та нейтральний характер. Нейтральність проявляється в байдужому ставленні до подій, що відбуваються в суспільстві, до тих чи інших поглядів, теорій. Некритичне мислення

проявляється в легкому, бездумному прийнятті чи схваленні тих чи інших дій людей, теорій, ідей.

Критичне мислення – це здатність рефлексивно оцінювати факти, події, процеси, що передбачає чітке визначення власної позиції стосовно певних ідей, поглядів, теорій, та до їх практичних наслідків. Людина, що мислить критично, не буде бездумно схвалювати чи не схвалювати ті чи інші вчинки людей, соціальних груп доти, доки не будуть зрозумілі причини, що призвели до цих дій. Людина, що мислить критично, не буде признавати чи не признавати, поділяти чи не поділяти ті чи інші погляди, ідеї, поки не дізнається, хто й навіщо ці ідеї продукує.

Критичне мислення взагалі є показником морального здоров'я певної групи людей, нації, або держави. Свій унесок до вивчення проблеми формування критичного мислення зробили Т. Воропай, А. Кацала, Л. Києнко-Романюк, І. Миронченкова, Т. Олійник, С. Омеляненко, Е. Полат, С. Семчук, С. Терно, О. Тягло, О. Мерзлякова, В. Петухов та ін. Велике значення в роботі з формування критичного ставлення до ЗМІ молоді мають праці співробітників Інституту екології масової інформації. Метою Інституту є розробка способів нейтралізації патогенних інформаційних потоків: екранного насильства, порнографії, гіперреклами, пропаганди. Співробітниками Академії української преси (АУП) розроблені посібники та підручники з питань медіаосвіти, проводяться школи медіаосвіти і медіаграмотності для школярів та вчителів.

21 квітня 2016 року Президія Національної академії педагогічних наук України схвалила нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. Однією з причин внесення змін виступило те, що Україна знаходиться у стані гібридної війни та значна кількість населення підлягає маніпулятивному впливу засобів масової інформації іншої держави. З 2011 року в Україні тривав експериментальний етап впровадження шкільної медіаосвіти. Наступний етап, що триватиме з 2017 по 2020 роки, ставить своїм завданням поступове укорінення медіаосвіти та стандартизацію її змісту. У 2021-2025 роках відбуватиметься подальший розвиток медіаосвіти та забезпечення її масового впровадження.

І. Сахневич [4, с. 85] виокремлює три ступені медіаосвіченості громадян. Медіаграмотність навіть у самому значенні цього терміна має «відтінок елементарності», найпростішого, початкового рівня медіаосвіти: формування вміння користуватись технічними медіа засобами, спілкуватися за допомогою медіа, розуміти реальність, описану медіазасобами. Наступним рівнем є медіакомпетентність. Вона передбачає наявність вмінь особистості використовувати, критично аналізувати, оцінювати та передавати медіатексти в різних формах, видах та жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві. Найвищий рівень – медіаобізнаність – позначає сукупність систематизованих медіа знань, умінь та навичок, відношення до медіаосвіти загалом як до акумулятора морально-етичних та естетичних цінностей суспільства.

На особливу увагу заслуговує стратегія формування критичного мислення. Критичне мислення передбачає такі вміння: 1) розрізняти факти (навчальні, наукові, професійні), які потребують та які не потребують перевірки достовірності; 2) визначати надійність джерела медіатексту, точність твердження, силу аргументів; 3) виявляти упередженість автора медіатексту стосовно теми, яка висвітлюється; 4) ідентифікувати факти, які не потребують додаткових доказів, та гіпотези автора, що межують зі здогадками, потребують додаткових досліджень; 5) розпізнавати нелогічність суджень у медіатексті [4, с. 91].

Розвиток критичного мислення передбачає проблемне навчання, тобто створення на занятті проблемної ситуації та стимулювання підлітків до активного самостійного пошуку можливих варіантів її вирішення. Показником ефективності медіаосвіти є сформованість у дітей та підлітків таких умінь, як: 1) виокремлювати головне в інформаційному повідомленні, відділяти його від «білого шуму»; 2) розуміти мету комунікації, спрямованість інформаційного потоку; 3) аргументувати власні висловлювання; 4) сприймати

альтернативні точки зору, висловлювати обґрунтовані аргументи «за» та «проти» кожної з них; 5) знаходити помилки в інформації, яку вони отримують, та вносити пропозиції щодо їх виправлення; 7) знаходити необхідну інформацію в різних джерелах; 8) систематизувати запропоновану або самостійно підбрану інформацію за заданими ознаками, критеріями; 9) збирати та систематизувати довгий час тематичну інформацію; 10) встановлювати асоціативні та практично доцільні зв'язки між інформаційними повідомленнями; 11) виокремлювати із запропонованої інформації дані та представляти їх у табличній чи іншій формі; 12) складати план інформаційного повідомлення, пропонувати форму його викладу, що є адекватною змісту, створювати рецензії та анонси інформаційних повідомлень; 13) переводити візуальну інформацію у вербальну знакову систему, а вербальну інформацію переводити у знакову систему; 14) трансформувати інформацію, видозмінюючи її обсяг, форму, знакову систему, виходячи з мети комунікативного впливу та особливостей аудиторії, якій вона призначена тощо. Розвиток критичного мислення – не кінцева мета, а постійний процес.

На думку Г. Почепцова [5], сучасні інформаційні технології привнесли абсолютно нові повідомлення, до яких масова свідомість не змогла адаптуватися. За допомогою ЗМІ проводиться переорієнтація суспільної думки шляхом введення нової шкали цінностей, здійснюється економічна дезінформація, поширюються та закріплюються в масовій свідомості споживацькі моделі життя. При цьому активно використовується психічний вплив різного виду, форм та змісту. Сензитивними до маніпулятивних форм впливу є такі періоди, коли колишнє ставлення до життя, а також способи діяльності стають невідповідними життєвим обставинам. Складності в регуляції та реалізації потреб, що виникають у підлітків, невміння змінювати свої цілі призводять до зменшення психологічного захисту. В умовах слабо розвиненого психологічного захисту люди стають об'єктами маніпуляції як з боку політичних кіл, так і рекламних агенцій. Причому уникнути маніпулятивного впливу досить складно, оскільки вмиле звернення до базових потреб та мотивів не може не звернути на себе увагу тих, кому воно адресоване. Багато маніпулятивних впливів спрямовані на звуження свідомості та підсилення навіюваності, і, передусім, вони спрямовані на підлітків та молодь. Як відомо, навіюваність вища в людей зі слабким здоров'ям, нерозвиненим світоглядом, слабкою критичністю мислення та в осіб, що втратили життєві орієнтири. Саме тому настільки актуальною є робота щодо мінімізації негативних наслідків впливу ЗМІ на підлітків.

Реалізація програми формування критичного ставлення підлітків до засобів масової інформації передбачала створення таких соціально-педагогічних умов, котрі виступали зовнішньою спонукою розгортання внутрішніх процесів критичного мислення. Експериментальна програма роботи з підлітками включала різні методи і засоби: просвітницький тренінг, лекторій, ситуаційно-рольові ігри, дискусії, ведення щоденників, виконання домашніх завдань тощо.

Під час реалізації програми з формування критичного ставлення підлітків до ЗМІ, нами застосовувались ситуаційно-рольові ігри (наприклад, «Рекламний агент-споживач»). Метою гри для учасника-«рекламного агента» є продаж певного товару, а для учасника-«споживача» – уникнути купівлі непотрібного товару. Гра закінчується, коли один з гравців досягає поставленої мети. Потім учасники обмінюються ролями. Ця гра робить процес навчання більш інтенсивним, сприяє закріпленню нових поведінкових навичок, дозволяє навчитись способам оптимальної взаємодії з іншими людьми. Підлітки за допомогою цієї гри відпрацьовують на практиці можливі моделі поведінки у безпечному середовищі перед тим, як розпочати їхнє застосування в реальному житті. Також гра актуалізує у підлітків наявні знання про способи маніпуляції за допомогою реклами і міні-лекція за темою, що проводиться наступною, засвоюється більш ефективно. Вправа «Антиреклама», що завершує блок, присвячений рекламі, допомагає узагальнити теоретичний матеріал та на практиці відпрацювати методи протидії рекламі. Виконання завдання вправи – створення

антиреклами, що провокує людей не купувати певний товар, також дає можливість проявити творчі здібності підлітка.

Дослідник впливу реклами на дітей В. Паккарду підкреслює, що особлива функція сучасної реклами в засобах масової інформації – підготувати дітей до «майбутньої професії – бути кваліфікованими споживачами» [6]. Для формування культури споживання підлітки заповнювали власні «Щоденники покупок». Бланк містив графи: «Що я купив» (перелічити), «Чому я це купив» за три періоди: місяць, тиждень, один день. Підлітки вказували мотиви купівлі – тому, що це було потрібно або тому, що хотілося цей товар придбати, або я не пам'ятаю чому, що допомагало виявити домінуючий мотив. Для речей, що були придбані тиждень, місяць тому ставилися додаткові питання (чи є ця річ усе ще бажаною? Якщо б цей товар не придбали – чи був би він необхідним зараз?).

Серед рольових ігор був і «Випуск новин», у якій учасники розподіляли ролі редактора, кореспондентів, що готують випуск новин та аудиторії, яка його переглядала і оцінювала. У міні-лекції «Аналіз програм новин» акцент робився на аналіз причин довіри людей до програм новин. Одним із пояснень цього факту є те, що зоровий образ сприймається реципієнтом як об'єктивний та самодостатній. Реципієнт вважає, що коли він бачить подію власними очима, він повніше та правильніше розуміє, що відбувається. При цьому він не враховує, що, по-перше, зоровий образ події може з самого початку бути неадекватним події, що до того ж збільшується мовними коментарями. Можуть бути не зазначені найголовніші характеристики події, а другорядні, навпаки, висунуті на перший план (у прямому та переносному розумінні). Але візуальний характер повідомлення створює ефект псевдоверифікації: я вірю, тому що бачу власними очима, і не розмірковую, чи є це адекватним відображенням події. По-друге, відеоповідомлення складно (а інколи взагалі неможливо) переглянути вдруге, тобто ускладнена будь-яка форма верифікації його реципієнтом. Відеоповідомлення може представляти інформацію в різноманітних формах: 1) у відкритій формі, тобто в самому сюжеті; 2) у закритій формі, тобто в таких деталях відеоповідомлення, які не є основним його змістом; 3) у затекстовій (пресупозитивній) формі – фонові знання, наявність яких припускається у повідомленні; 4) у підтекстовій формі, а саме ця форма подання інформації є типовою для телеповідомлень. Наприклад, додаткове змістовне навантаження може давати побудова блоку повідомлень; подію можна поставити в певний ряд, і вона починає виглядати інакше: наприклад, розкішний бенкет з делікатесами підверстаний до сюжету про невиплату зарплатні в певному регіоні та неможливість придбання достатньої кількості продуктів.

Ще одним методом, який використовувався при роботі з підлітками, була групова дискусія. Групова дискусія – це спільне обговорення будь-якого суперечливого питання, що дозволяє прояснити (або змінити) думки, позиції, установки учасників у процесі безпосереднього спілкування. Дискусія є ефективним способом переконання, оскільки її учасники самі приходять до певних висновків. Нами були проведені структуровані дискусії «Спілкування реальне чи віртуальне?», «Образи чоловіків та жінок у ЗМІ: реальність або вигадка», «Стандарти краси у ЗМІ: слідувати чи ні?», які дозволили підліткам актуалізувати наявні та здобути нові знання щодо впливу ЗМІ на особистість, розглянути різні точки зору на відповідну проблему, навчитись аргументовано доводити власні погляди тощо. Участь у таких дискусіях дозволила підліткам, по-перше, застосувати на практиці цілий спектр умінь критичного мислення (від пошуку необхідної інформації у друкованих та електронних джерелах, визначення їх достовірності, до аргументації власної позиції та розпізнавання нелогічності у висловлюваннях опонентів), а, по-друге, розвивати комунікативні уміння та навички.

Ще одним методом роботи із підлітками був «мозковий штурм», який застосовувався для пошуку нових ідей та генералізації отриманої інформації. Метою «мозкового штурму» є сформулювати якомога більше ідей на задану тему, це стимулює критичне мислення

підлітків. Цей метод застосовувався під час актуалізації наявних знань підлітків з проблеми впливу ЗМІ на особистість.

Також у роботі з підлітками з формування критичного ставлення до ЗМІ, нами застосовувалися прийоми, спрямовані на самопереконавання, наприклад, вправа «Попередження». Методичною основою створення цієї вправи стало дослідження Л. Х'юсмана (L. Rowell Huesmann, Ph.D) [7], згідно з яким, змінюється ставлення до ЗМІ і установки щодо мас-медіа в тих дітей, які «попереджали» інших про небезпеку впливу ЗМІ. Наприклад, група Л. Х'юсмана пропонувала дітям створити відеофільм для інших дітей, «що були ошукані телебаченням, які потрапили в біду, тому що слідували побаченому на телебаченні». У результаті виконання вправи в дітей змінилися не тільки установки щодо ЗМІ – вони переконали самих себе, а й знизилася агресивність, (на відміну від дітей контрольної групи). На думку дослідників, діти зробили собі «щеплення» проти соціального вірусу телевізійного насильства. Цей факт цілком підтримує одну з провідних ідей інтерактивних педагогічних технологій (наприклад, технологія «Рівний-Рівному»): «Скажіть мені, і я забуду. Покажіть, і я запам'ятаю. Дайте можливість обговорити, і я зрозумію. Дайте можливість навчити іншого, і я прийду до досконалості» [8, с. 120].

Під час впровадження програми формування критичного ставлення до ЗМІ, підлітки експериментальної групи писали твори на теми «Чому телепередачі не схожі на реальне життя?», «Чому шкідливо занадто довго дивитися телебачення?», «Чому небезпечно наслідувати телевізійне насильство?» для того, щоб «попередити» учнів молодших класів.

З метою профілактики потрапляння підлітків до Інтернет-пасток, виконувалися різноманітні вправи: мозковий штурм «Переваги і недоліки навчання за допомогою мережі Інтернет», проводилася міні-лекція «Правила роботи при співпраці в мережі Інтернет», надавалася інформація про фішинг-атаки, вплив ресурсів з агресивною та аутоагресивною спрямованістю, проводилося обговорення виникнення Інтернет-залежності, проблеми булінгу в мережі. Учні виконували домашнє завдання «Мої правила безпеки», яке передбачало створення власних правил, яких будуть обов'язково дотримуватися під час роботи в мережі Інтернет. Такі правила мають бути обговорені з батьками, підписані як самим підлітком, так і його батьками і розміщені біля комп'ютера або іншої точки виходу в мережу.

У процесі апробації програми нами було визначено показники сформованості критичного ставлення підлітків до ЗМІ: 1) наявність глибоких та міцних знань щодо особливостей видів ЗМІ, їх впливу на особистість; 2) сформованість навичок критичного аналізу повідомлень ЗМІ; 3) домінування загальнолюдських цінностей у системі цінностей; 4) цілеспрямоване планування своєї взаємодії зі ЗМІ, незначна кількість часу (1-2 години на день), що витрачається на взаємодію зі ЗМІ; 5) вибіркове ставлення до ЗМІ та їх використання переважно з освітньою метою.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у заданому напрямі.

Аналіз результатів проведеного дослідження, здійснений на основі розроблених критеріїв: інтелектуального, оцінно-ціннісного, практично-діяльнісного, засвідчив достатньо високу ефективність впровадження розроблених соціально-педагогічних умов формування критичного ставлення підлітків до ЗМІ. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в розробці методичних рекомендації щодо соціально-педагогічної роботи зі зменшення негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію підлітків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Огнев'юк В. Освіта та конкурентноспроможність суспільства. *Освітологія*. 2016. №5. С. 37-44.
2. Матеріали брифінгу, присвяченого безпеці підлітків у мережі Інтернет, 1.03.17, Національна поліція України. URL: <https://www.npu.gov.ua/uk/publish/article/2124499>

3. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: посібник для вчителя / ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. Київ: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201с.
4. Сахневич І. А. Педагогічні умови застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців нафтогазового профілю: дис....канд. пед. наук: 13.00.04 / Нац. акад. пед. наук, Ін-т вищої освіти. Київ, 2011. 292 с.
5. Почепцов Г. Г. Как ведутся тайные войны. Психологические операции в современном мире. Ровно: Волинські обереги, 1999. 304 с.
6. Дубяга А. Ю. Вплив реклами в засобах масової інформації на дітей. *Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти*. Харків, 2009. Вип.23-24 (27-28). С.458-468.
7. Huesmann L. R., Moise-Titus J., Podolski C.-L., Eron L. D. Longitudinal Relations Between Children's Exposure to TV Violence and Their Aggressive and Violent Behavior in Young Adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*. 2003. Vol.39. No.2. P.201-221. URL: <http://www.apa.org/pubs/journals/releases/dev-392201.pdf>
8. Гусак П. М., Зимівець Н. В., Петрович В. С. Відповідальне ставлення до здоров'я: теорія та технології: монографія / за ред. П. М. Гусака. Луцьк: ВАТ «Волинська обласна друкарня», 2009. 219 с.
9. Шараф Алдин Джихад. Медиасреда как фактор развития коммуникативной сферы личности младшего школьника: дис....канд. психол. наук: 19.00.07 / Южноукр. нац. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского. Одесса, 2011. 222 с.

REFERENCES

1. Ohnev'uk V. Osvita ta konkurentnospromozhnist' suspil'stva. [Education and compatability of society]. *Osvitohiya*. 2016. Vol. 5. P. 37-44. [in Ukrainian].
2. Materialy bryfinhu prysvyachenoho bezpetsi pidlitkiv u merezhi Internet, 1.03.2017, Natsional'na politsiya Ukrayiny. [Materials of briefing dedicated to adolescents security in Internet, National Police of Ukraine, the 1st of March 2017] URL: <https://www.npu.gov.ua/uk/publish/article/2124499>
3. Mediahramotnist' na urokakh suspil'nykh dystsyplin [Media literacy on the Social Studies lessons]: posibnyk dlya vchytelya / red. V. Ivanova, O. Voloshenyuk, O. Mokrohuza. Kyiv: Tsentr vil'noyi presy, Akademiya ukrayins'koyi presy, 2016. 201 p. [in Ukrainian].
4. Sakhnevych I. A. Pedahohichni umovy zastosuvannya media osvitnikh tekhnolohiy u profesyniy pidhotovtsi maybutnikh fakhivtsiv naftohazovoho profilyu [Pedagogical conditions of mediaeducational technologies appliance in future oil and gas profile specialists professional training]: dys....kand.ped.nauk: 13.00.04/ Nats. akad. ped. nauk, In-t vyshchoyi osvity. Kyuyiv, 2011. 292 p. [in Ukrainian].
5. Pocheptsov H.H. Kak vedutsya taynye voyny. Psykholohicheskie operatsii v soremennom mire [How sectret wars are conducted. Psychological operations in modern world]. Rovno: Volyns'ki oberehy, 1999. 304 p. [in Russian].
6. Dubyaha A.Yu. Vplyv reklamy v zasobakh masovoyi informatsiyi na ditey [Impact of advertisement in mass media on children]// *Problemy ta perspektyvy formuvannya natsional'noyi humanitarno-tekhnichnoyi elity*. Kharkiv, 2009. Issue 23-24 (27-28). P.458-468.
7. Huesmann L.R., Moise-Titus J., Podolski C.-L., Eron L.D. Longitudinal. Relations Between Children's Exposure to TV Violence and Their Aggressive and Violent Behavior in Young

Adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*. 2003. Vol.39. No. 2. P. 201-221. URL: <http://www.apa.org/pubs/journals/releases/dev-392201.pdf>

8. Husak P. M., Zymivets' N.V., Petrovych V.S. Vidpovidal'ne stavlennya do zdorov'ya: teoriya ta tekhnolohiyi: monohrafiya [Responsible attitude to health: theory and technologies] / za red.P.M.Husaka. Luts'k: VAT «Volyn'ka oblasna drukarnya», 2009. 219 p.
9. Sharaf Aldyn Dzhykhad. Medyasreda kak faktor razvitiya kommunikativnoy sfery lichnosti mladsheho shkol'nyka [Media environment as a factor of junior schoolkids personalities' communication sphere development]: dys...kand.psykhol.nauk: 19.00.07 / Yuzhnoukr. nats. ped. un-t ym.K.D.Ushynskoho. Odessa, 2011. 222 p. [in Russian].

УДК 377.36:37.046

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ГРИ ЯК ФЕНОМЕНУ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЙСНОСТІ

Куликовський С.С.

Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна

serg12fast@gmail.com

Дефініція «гра» є об'єктом вивчення багатьох наук. Стаття висвітлює універсальні та вузькоспеціалізовані наукові підходи до розуміння та визначення процесу гри. Розглянуто гру як елемент соціальної дійсності та один із аспектів життя сучасної людини, визначено головні елементи та складові частини гри. Визначено, що гра – це моделювання дійсності, формування реального засобами умовного, в ході якого людина відтворює та примножує суспільний досвід, формує та узагальнює власні компетенції.

Ключові слова: гра, діяльність, процес, дитяча гра, взаємодія.

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ИГРЫ КАК ФЕНОМЕНА СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

Куликовский С. С.

Запорожский национальный университет, ул. Жуковского, 66, г. Запорожье, Украина

serg12fast@gmail.com

Дефиниция «игра» является объектом изучения многих наук. Статья раскрывает универсальные и узкоспециализированные научные подходы к пониманию и определению процесса игры. Игра рассмотрена как элемент социальной реальности и один из аспектов жизни современного человека, определены главные элементы и составляющие части игры. Определено, что игра – это моделирование действительности, формирование реального средствами условного, в процессе которого человек воспроизводит и приумножает социальный опыт, формирует и обобщает собственные компетенции.

Ключевые слова: игра, деятельность, процесс, детская игра, взаимодействие.

APPROACHES TO THE DEFINITION OF GAMES AS A PHENOMENON OF SOCIAL REALITY

Kulicovskiy S.S.

Zaporizhzhya national university, Zhukovsky str., 66, Zaporizhzhya, Ukraine

serg12fast@gmail.com

The definition of "game" is the object of study of many sciences. The article deals with the universal and highly specialized scientific approaches to understanding and defining the game. The game is considered as an element of social reality and one of the aspects of modern life. Identify the main elements and components of the game. The analysis of the scientific literature suggests that the area of interest and applied research scientist greatly affect the