**Тетяна Шевченко**

**(Суми, Україна)**

**ВПЛИВ МЕДІАСФЕРИ НА ВИХОВАННЯ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ**

Особливістю сучасного етапу розвитку суспільства є збільшення потоків інформації, вдосконалення інформаційно-цифрових технологій і комп'ютерної техніки. Досить складно адаптуватися в сучасному світі підростаючому поколінню, молоді з їх максималізмом, підвищеною емоційністю, а також з ще не усталеними поглядами на життя і цінностями сучасної світобудови.

Метою цієї статті є аналіз тезаурусу цих явищ та визначення основних принципів функціонування медіа сфери щодо формування загальної культури та критичного мислення сучасної молоді.

Практично це поняття, яківключають в собі: медіаосвіту, медіаграмотність, медіаресурси, медіатекстиі т.д. Вважається, що медіасфера – це навчання теорії та практичним вмінням для опанування сучасними мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізняти від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математика,фізика географія та інші.

Експериментуючи в соціальних ЗМІ, діти й підлітки піддаються певному ризику через обмежену здатність до саморегуляції та сприйнятливість до тиску з боку однолітків. що створює проблеми «кіберпереслідування», збереження конфіденційності та секстингу. Іншою проблемою є інтернет-залежність.

Переваги від використання соціальних ЗМІ дітьми та підлітками.

Соціалізація і зв’язок.

Сайти соціальних ЗМІ дають змогу підліткам виконувати в режимі онлайн багато важливих у реальному житті завдань: залишатися на зв’язку з рідними та друзями, знаходити нових друзів, обмінюватися фотографіями та ідеями. Користування соціальними ЗМІ також може надати підліткам значні переваги, які впливають на їхню самооцінку, формування думки про себе, суспільство й світ.

Розширення можливостей навчання.

Учні середніх та старших класів використовують соціальні ЗМІ для сумісного виконання домашніх завдань і групових проектів. Багато соціальних програм ЗМІ дають змогу збиратися за межами класу для спільної роботи й обміну ідеями з приводу завдань. Деякі навчальні заклади успішно використовують блоги, сайти та інші сервіси як навчально-методичні посібники, що зміцнює навички з вивчення предметів, викладення думок і творчості.

Ризики, пов’язані з використанням підлітками соціальних ЗМІ

Використання соціальних ЗМІ створює ризик частіше, ніж це можна уявити. Основні ризики умовно діляться на такі категорії: «від рівного рівному» (peer-to-peer); небажаний контент; відсутність розуміння онлайн-недоторканності приватного життя; зовнішній вплив сторонніх рекламних груп.«Кіберпереслідування» та «онлайн-домагання»

Кіберпереслідування – зумисне використання цифрових ЗМІ для передачі хибної, непристойної чи несприятливої інформації про іншу людину. Це найбільш поширений онлайн-ризик типу «від рівного рівному» для всіх підлітків. Хоча «онлайн-домагання» часто використовується нарівні з терміном «кіберпереслідування», це цеі різні речі, «онлайн-домагання» трапляється не так часто, як переслідування в реальності, й участь у соціальних мережах не пов’язана для більшості дітей із ризиком «онлайн-домагань». З іншого боку, кіберпереслідування трапляється досить часто, може загрожувати будь-якій молодій особі онлайн і призвести до глибоких психосоціальних наслідків – депресії, неспокою, тяжкої ізоляції і, на жаль, самогубства.

Секстинг

Секстинг можна визначити як «передачу, прийом та пересилання сексуальних повідомлень, фотографій або інших зображень за допомогою мобільного телефона, комп’ютера чи інших цифрових пристроїв». Безліч цих зображень швидко розповсюджуються через мобільні телефони або інтернет. Це явище поширене серед підлітків; нещодавнє опитування показало, що 20% підлітків відсилали або розміщували фото чи відео, на яких вони зображені оголеними чи напівоголеними. Додатковими наслідками є припинення відвідування школи винуватцями та емоційні розлади з супутніми психічними захворюваннями у жертв. Але здебільшого секстинг-інцидент не поширюється за межі однієї-двох невеликих груп однолітків і не має серйозних наслідків.

«Facebook-депресія»

Визначається як депресія, що розвивається, коли діти й підлітки витрачають багато часу на відвідування сайтів соціальних ЗМІ, таких як Facebook, а потім починають проявляти класичні симптоми депресії. Можливість бути прийнятими такими ж підлітками, як вони самі, і контактувати з ними є важливим елементом підліткового життя. Надмірна активність в онлайновому світі вважається чинником, який може викликати депресію. Як і при депресії, викликаній умовами реального світу, діти й підлітки піддаються ризику соціальної ізоляції, а іноді звертаються до ризикованих інтернет-сайтів і блогів за «допомогою», що може призвести до зловживання психоактивними речовинами, небезпечного сексу, агресивної або саморуйнівної поведінки.

Питання конфіденційності та «цифровий відбиток»

Основними ризиками для дітей і підлітків у мережі сьогодні є: ризик «від кожного для кожного», неналежного використання технологій, недотримання конфіденційності, обмін занадто великою кількістю інформації або розміщення недостовірної інформації про себе або інших. Ці типи поведінки створюють небезпеку для їхнього приватного життя.

Коли інтернет-користувачі відвідують різні веб-сайти, вони можуть залишити певні докази того, які саме сайти вони відвідали. Цей поточний запис усієї веб-активності особи називається «цифровий відбиток». Однією з найсерйозніших загроз для майбутної репутації молодих людей на сайтах соціальних ЗМІ є їхній «цифровий відбиток». Діти й підлітки, яким не вистачає усвідомлення поняття приватного життя, часто надсилають недоречні повідомлення, фото й відео, не розуміючи, що «те, що потрапляє в інтернет, залишається в інтернеті». У результаті майбутній вступ до навчального закладу певного рівня акредетації чи отримання робочого місця можуть опинитися під загрозою через необдумані й поспішні кліки мишкою. Безладна інтернет-активність також може зробити дітей і підлітків більш легкою мішенню для шахраїв.

Вплив реклами.

Багато сайтів соціальних ЗМІ перенасичені рекламними банерами, поведінковою рекламою (спрямованою на користувачів відповідно до їхньої «веб-браузингової поведінки»), рекламою на демографічній основі (спрямованою на людей різного віку, статі, освіти, сімейного стану тощо). Це впливає на погляди, що саме слід вважати нормами.

Цей потужний вплив розпочинається, щойно починається користування інтернетом і електронною поштою. На багатьох інтернет-ресурсах забороняється розміщувати оголошення на сайтах, які відвідують діти й підлітки.

Зміст медіаосвіти означає розвиток варіативних аналітичних інструментів. Її ефективність може бути оцінена двома основними критеріями: здатністю застосовувати своє критичне мислення у нових ситуаціях і кількістю зобов’язань і мотивацій, висловлених ними по відношенню до медіа застосунків. Крім того, медіаосвіта пробує змінити відношення між суб'єктами освітнього процесу, даючи можливість для роздумів та діалогів.

Оскільки сучасна медіасфера тісно пов’язана з інформатизацією освітнього процесу, методологічні та методичні проблеми їх упровадження необхдно вирішувати комплексно. При всіх перевагах інформаційно-комунікаційних технологій існує небезпека виникнення “псевдоінформаційної” технології навчання, коли робота з мультимедіа в межах різних дисциплін стає самоціллю, а не засобом досягнення навчальної мети.

Важливу роль відіграє розуміння медіасфери як автономного утворення, по відношенню до якого користувачі мають відігравати активну та самостійну роль, не тільки не ідентифікуючи себе з медіа, але й займаючи до них постійну критичну позицію.

Важливість медіаосвіти в сучасному світі обумовлена тим, що мас-медіа в умовах глобалізації та інформаційного суспільства вирішально впливають на те, яким ми сприймаємо навколишній світ. Але часто медіабезвідповідально ставляться до своєї функції чесно та правдиво інформувати про події та фактидійсності.

Одним з показників медіатизації всіх сфер життя соціуму є той факт, що ледь не до кожного концептуально напруженного поняття зараз додається префікс «медіа»: користувач постає «медіасуб’єктом», що живе в «медіареальності», створює і споживає продукти «медіакультури», спілкується за допомогою різноманітних «медіамов» і неминуче потрапляє в пастки безмежних мереж «медіакомунікацій».

Важливий напрям розповсюдження медіасфери в навчальних закладах, варіабельність ІКТ-забезпечення (смарт-дошки, класи нет-буків, шкільні портали недостатньо технічно оснащені школи), варіанти медіаосвіти для різних профілів та інтегрованої медіасфери, різні організаційні моделі інтеграції медіасфери психологічний супровід медіаосвіти, різноманітні форми взаємодії з позашкільною освітою, медіаіндустрією та широкою громадськістю.

**Література:**

1. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник / О.Т.Баришполець, Л.А.Найдьонова, Г.В.Мироненко, О.Є.Голубєва, В.В.Різун та ін..; За ред. Л.А. Найдьонової, О.Т.Баришпольця. – К.: Міленіум, 2009. – 440 с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/Ред.-упор. В.Ф.Іванов,О.В.Волошенюк; За наук. ред.. В.В.Різуна. – К.: Центр вільноїпреси, 2012. – 352 с.
3. Найдьонов М. Формування системи рефлексивного управління в організаціях – К.: Міленіум, 2008. – 484 с.
4. Найдьонова Л.А. А ви дивились на медіаосвітукрізь призму медіаризиків? – Освіта, № 15-16 від 27 березня – 3 квітня 2013 р. – с. 7.