

УДК 159.9

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО СУПРОВОДУ МЕДІАСОЦІАЛІЗАЦІЇ ДИТИНИ В ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІАСТУДІЇ

Бриль М.М., к. психол. н., доцент кафедри індустрії моди
Київський національний університет культури і мистецтв

У статті представлено специфіку соціально-психологічного супроводу медіасоціалізації дитини в умовах неформальної освіти в дитячій медіастудії. Підкреслено роль батьків в організації медіасоціалізуючого впливу на дитину. Розкривається зміст програми соціально-психологічного супроводу медіасоціалізації дітей різного віку та, зокрема, керування самопрезентаційною медіатехнологією «блогерства».

Ключові слова: соціально-психологічний супровід, медіаосвіта, медіасоціалізація, медіакомпетентність, неформальна освіта, медіастудія.

В статье представлена специфика социально-психологического сопровождения медиасоциализации ребенка в условиях неформального образования в детской медиастудии. Подчеркнута роль родителей в организации медиасоциализующего влияния на ребенка. Раскрывается содержание программы социально-психологического сопровождения медиасоциализации детей разного возраста, а также, в частности, управление самопрезентационной медиатехнологией «блогерства».

Ключевые слова: социально-психологическое сопровождение, медиаобразование, медиасоциализация, медиакомпетентность, неформальное образование, медиастудия.

Bryl M.M. SOCIO-PSYCHOLOGICAL SUPPORT FEATURES OF CHILDREN'S MEDIA SOCIALIZATION IN MEDIA STUDIO ACTIVITY

The article analyses the specific aspects of socio-psychological support in child's media socialization within non-formal educational process at children's media studio. It emphasizes the role of parents in organizing media-socializing environment which influences the child. The article expounds the content of a social-psychological support program for media-socialization of children at all ages and particularly managing "blogging" as a self-presentation media technology.

Key words: socio-psychological support, media education, media socialization, media competence, non-formal education, media studio.

Постановка проблеми. У сучасному житті людини постійно змінюються і трансформуються форми опанування соціально-культурними нормами спільного проживання. Серед значущих агентів соціалізації уже в дитинстві «на повний голос» заявляє про себе специфічна сфера соціальних відносин – медіасфера. Увага до проблем, пов'язаних з активним втручанням медійних засобів у життя людей, зокрема дітей, зростає завдяки розвитку електронних технологій, впровадженню інтерактивних систем комунікації та оцінки наслідків їх впливу. Це і телебачення, й екрани гаджетів, які оточують дитину в образі «сукупного дорослого», за влучним висловом М. Слюсаревського, відсувають на другий план за ступенем впливу традиційних агентів соціалізації – школу та навіть сім'ю [12, с. 10]. До сучасного медійного техносередовища зараховують друковані видання, фото, звукозапис, радіо, кінематограф, телебачення, відео, рекламу, комп'ютерні системи та Інтернет, зокрема мобільний. Як бачимо, медіасфера за багатьма інформаційними каналами потужно ввійшла у світ соціалізуючих впливів на дитину й не збирається поступатися позиціями в ньому, все далі ускладнюючи свою роль. Учені давно «б'ють

у дзвони», підіймаючи питання про шкідливість медіавпливу на розвиток дитини, досліджують негативне трансформування свідомості дітей і молоді (інформаційне перенавантаження та страхи як наслідки інформаційних війн і маніпулювань свідомістю, проблеми із соматичним та психологічним здоров'ям, формування агресивних моделей поведінки, надмірну сексуалізацію, візуальну вразливість, інтернет- і комп'ютерні ігрозалежності, невиконання дитячих обов'язків у межах родини, «віртуалізацію» життєвого світу дитини, наслідування асоціальної поведінки віртуальних героїв тощо), формування поверховості у знаннях, зниження якості інтелектуальної діяльності, вивчають появу «людини телематичної» тощо [3; 8–10; 13]. У висновках дослідників відзначається, що у діаді «соціум – дитина» з'являється посередник – медіа, який перетворює її на триаду «соціум – медіа – дитина». Але медіа тут постає уже не як «передавач» і «посередник» інформації, а як організатор (навігатор) комунікацій. До такої ролі медіазасобів та активної позиції самих суб'єктів взаємодії ще не готові ні освіта, ні сім'я. У соціальному житті на часі постає питання керування медіасоціалізуючим впливом на дитину у вигляді залучення до медіа-



освітніх практик та соціально-психологічного супроводу.

Системне започаткування медіаосвіти як основи медіакультури у різних європейських країнах, Канаді, США розпочалось із 50-х рр. ХХ ст. Навчальні курси із формування медіаграмотності почали впроваджувати як обов'язкові в системі шкільної освіти [5]. Згодом важливу роль у цьому питанні почала відігравати ЮНЕСКО, яка проголосила у своїх рекомендаціях пожиттєвий характер медіаосвіти та визначила її як одне із прав людини. За підходами, проголошеними ЮНЕСКО, медіаосвіта – це «частина основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію та інструмент підтримки демократії»; це «теорія та практичні вміння для опанування сучасних мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці» [6, с. 7, 8].

Ідеї формування і підвищення медіакомпетентності останнім часом набули широкого поширення у нашій країні. Із 90-х рр. ХХ ст. концептуальні положення медіаосвіти починають упроваджуватись у навчально-виховний процес та позанавчальне виховання сучасного школяра. Проблеми формування медіакультури поступово набувають загальнодержавного значення: у 2010 р. НАПН України було затверджено (у 2016 р. – оновлено) Концепцію впровадження медіаосвіти, яка передбачає реалізацію заходів до 2025 р. Серед різних форм роботи, запропонованих у Концепції, певна роль відводиться поширенню позашкільної медіаосвітньої практики, організації, підтримці і розвитку медіаосвітніх функцій фестивалів, конкурсів дитячої і молодіжної медіатворчості [4]. Таким чином, можна сказати, що, крім формальної освіти, науково-професійне співтовариство у формуванні медіакомпетентності бачить потенціал і в неформальних додаткових формах. Усі вони включаються до освітнього простору особистості – структури, що характеризує усі освітні процеси, форми, траєкторії руху, виражає зв'язки між об'єктами і суб'єктами освітньої діяльності, забезпечуючи соціальну й особистісну значущість результату вдосконаленням здібностей і поведінки суб'єктів цієї структури (за визначенням Т. Ткач) [14]. Свій освітній простір сучасна людина може конструювати й особисто на будь-якому етапі свого розвитку. Але, якщо це дитина, то відповідальність тут лежить на батьках і залежить від усвідомлення ними значення цих питань. На існування запиту виникають відповідні пропозиції. І тому становлення загальної вітчизняної соціально-психологічної системи медіаосвіти викликає появу різних практик підготовки дитини до взаємодії із світом медіа у вигляді творчих моделей, спрямованих на формування

повноцінних суб'єктів інформаційно-комунікаційної взаємодії та самоперетворення. Однією із таких форм може бути дитяча медіастудія.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням соціально-психологічних і педагогічних аспектів медіакультури, медіаосвіти та медіаграмотності присвячені роботи таких дослідників: О. Барішпольця, О. Волошенюка, В. Іванова, Л. Кульчицької, М. Маклюен, Р. Падлафа, О. Федорова та ін. Дослідження, пов'язані з аналізом впливу медіа на соціалізацію дитини різного віку, здійснювали Л. Бісовецька, О. Голубева, Ш. Ішкурова, Л. Найденова, О. Петрунко. Із 2011 р. розпочато всеукраїнський експеримент, у якому проводиться апробація медіаосвітніх інновацій, визначаються найкращі моделі масової медіаосвіти.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд специфіки соціально-психологічного супроводу медіасоціалізації дитини в умовах неформальної освіти в дитячій медіастудії.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останній час в Україні катастрофічно падає культура читання друкованих книг. Згідно з даними дослідження ГО «Форум видавців» (2017 р.), кількість українців, які протягом року не прочитали жодної книги, становить 42%. Читають протягом року від 1 до 5 книг – 35%, від 6 до 10 книг – 13%, понад 10 книг – 10% опитаних [11]. Значне послаблення звички читати констатують і в інших країнах, пов'язуючи це явище з особливим впливом медійної сфери [9, с. 10]. Таке порівняння веде дослідників до констатації факту: читання розвиває аналітичний розум, критичність, а споживання відеоконтенту, навпаки, паралізує вольову сферу та навичку до аналізу. Процес впливу медіа має уже необернену дію, тому на сучасному етапі ми можемо лише взяти його під контроль і намагатись управляти ним. Особливо це стає важливим під час підготовки підростаючого покоління до дорослого життя. Нас цікавлять тенденції зниження культури читання у рамках вивчення аспектів формування медіакомпетентності: як навчити дитину пошуку необхідних інформаційних джерел та забезпечити їх засвоєння; як краще використовувати візуальний, аудіальний контент, який сьогодні часто стає альтернативним друкованому тексту; як ефективно використовувати медіаресурси для якісного та успішного життя. Освоєння та використання медіазасобів, «розкодування» мови медіа стали елементарними навичками медіаграмотності, а значить, і соціалізації дитини (нині саме з медіа дитина отримує максимальну інформацію про світ дорослих, бере за зразки медійні приклади міжособистісного спілкування, застосовує у житті засвоєні з екранів моделі, сценарії та норми соціальної поведінки). Медіазасоби на сучасному етапі життя дитини взяли на себе такі соціальні функції: інформують,

виховують, формують, регламентують, коригують, тобто відіграють роль культурного інтегратора в саморозвитку особистості.

Уже зазначалося, що останнім часом актуальним напрямом здобуття медіаосвіти формального і неформального характеру в різному віці стало запровадження в освітньому процесі її різних форм. У нашій країні глобальним питанням медіакомпетентності останнім часом приділялося багато уваги в концептуальних документах, зокрема Державній національній програмі «Освіта», Концепції національного виховання, Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. Усі зусилля цих стратегічних програм спрямовані на те, щоб системне впровадження медіаосвіти стало складовою частиною загальнонаціональної системи, бо, як вже було відзначено, медіакомпетентність сьогодні стає не лише професійною потребою обмеженого кола спеціальностей, а й складовою частиною особистісного зростання кожної людини. Володіння засобами медійних технологій у глобальному світі дає людині також можливість інтегруватись у будь-який соціокультурний простір, вступати та підтримувати діалог із представниками інших культур. Сучасний світ із безліччю різноформатних екранів – від смартфонів до модульних конструкцій представляється як глобальна глядацька аудиторія, що споживає, оцінює аудіовізуальну інформацію, є об'єктом її впливу та «навігатором взаємодії» (за Л. Найденовою). Тобто кожна людина сьогодні зі свого народження опиняється у глобальному та особистісному медіапросторі, в якому вона розуміє, що аудіовізуальний контент несе й правдиву, і маніпулятивну інформацію, яку можна використовувати з різними цілями впливу: переконання, навіювання, наслідування, психологічного зараження, а також бути й об'єктом для вищезазначених дій. Особливо гостро проблема медіасоціалізації стоїть на рівні сім'ї: батьки з огляду на економічні, соціальні причини все менше часу проводять із дітьми, недостатньо їх контролюють, бо частіше за все не завжди встигають за досягненнями «цифрової» епохи й знають про світ медіа менше, аніж їхні діти. Учені констатують, що діти проводять із «колективним дорослим» (біля екранів медіа) більше 6 годин на день. Тобто медіа поступово вже стали конкурентами звичайній школі та родині за проміжком часу, який дитина витрачає на навчання й особистісне спілкування із рідними. Що відбувається у час, коли дитина перебуває у контакті з медійною інформацією? Чи готова дитина її споживати і переробляти самостійно? Як вона впливає на її психологічний, інтелектуальний та моральний стан? Чи готові батьки до відповідальної поведінки у цих питаннях?

Одним з універсальних механізмів соціалізації є культурна соціалізація – безперервне

передавання і відтворення культурного досвіду людства, залучення індивідів до своєї культури, засвоєння ними її норм і цінностей. Цей процес передбачає як цілеспрямовану систему заходів у формі навчання у закладах формальної освіти (навчальні програми, виховні заходи тощо), так і стихійний вплив різних умов та обставин життя (наприклад, зацікавлення батьків у формуванні та підвищенні медіаграмотності під час сімейного виховання, свідомий вибір професії із цієї сфери тощо). Однією з ефективних форм допомоги батькам в організації медіасоціалізуючого впливу можуть бути заняття у дитячій медіастудії. Медіастудія є видом позашкільного об'єднання формального або неформального характеру, що готує дитину до дорослого життя (соціалізує) за допомогою організації спілкування із медіазасобами або може профорієнтувати дитину на здобуття певної медійної професії. Медіастудія також є:

– моделлю соціальної взаємодії (медіа постають як елемент соціальної системи, значення якої усвідомлюється дітьми під час занять);

– формою дитячо-дорослого співтовариства (діти контактують із професіоналами телебачення, викладачами, дітьми різного віку, вчать зразкам поведінки, основам медіаграмотності).

Вважається, що такі творчі моделі медіаосвіти є найбільш ефективними формами підготовки дитини до взаємодії із сучасним світом [2, с. 260]. Також потрібно підкреслити, що дослідники (С. Файлітзен) відзначають окремим суттєвим елементом медіаосвіти самостійне та/або колективне створення медіапродукції [6, с. 16]. Саме в медіастудії (як у практичній лабораторії) відбувається знайомство із технологіями медіапродукції, надаються професійні практичні консультації із прийомів та техніки створення медіаконтенту, здобувається перший досвід навичок персональної (громадської) журналістської роботи. Тобто студія представляє таку форму соціально-психологічного впливу, яка пропонує дитині партнерство і навчання управлінню своїми інформаційними потребами. Запропонований реформаторами медіаосвіти в нашій країні підхід дає концептуальну рамку для розроблення авторських медіаосвітніх програм. Прикладом впровадження такої медіоформи для дітей є діяльність Громадського дитячого інтернет-телебачення і радіо «ВЕСЕЛКА-TV» (м. Київ) (надалі – медіастудія).

Медіастудія працює як позашкільна студія і творча майстерня із підвищення медіакомпетентності, насамперед дітей, а також їхніх батьків. Діяльність студії спрямована на створення і поширення вітчизняного медіаконтенту дитячих телепрограм. Однак її основна мета вихо-



дить за межі професійних і профорієнтаційних завдань. Головна суспільна місія медіастудії лежить у площині медіасоціалізації – явища інформаційного суспільства, що полягає у зміні традиційних способів входження кожної дитини у світ дорослих, коли основні орієнтири щодо взаємодії із соціумом і формування власної ідентичності дитина отримує не тільки із сімейної взаємодії, а під впливом медіа. Програми студії намагаються збалансувати цей вплив на розвиток вихованців, використовуючи захисний, естетичний, критичний та творчий складники медіаосвіти [8].

Діяльність усіх напрямів роботи медіастудії спрямована на:

- навчання дітей задоволенню власних медіапотреб (пошук і відбирання інформації, створення власного медіапродукту, навчання співпраці у своєму медіапросторі з іншими людьми – як дорослими, так і однолітками);

- свідоме враховування медіаризиків, які можуть завдавати шкоди розвитку особистості (зниження загального інтелекту, погіршення відносин з оточуючими людьми, поява або загострення захворювань, формування залежностей, зниження концентрації уваги, негативний вплив на моральний розвиток, спрощене розуміння подій, деградація тощо).

Студія працює із дітьми віком від 5 до 13 років. Заняття проходять у трьох вікових групах: 5–7, 8–10, 11–13 років. Серед вікових психологічних новоутворень, які визначають медіаризики у цих групах, звертається увага на когнітивні, емоційно-вольові, соціальні новоутворення, характерні для зазначених вікових періодів:

- розрізнення реальності і фантазії, самоусвідомлення власних переживань, висока візуальна чутливість (у групі 5–7 років);

- розуміння медіа реальності, розуміння мотивів дій та їх наслідків, самоконтроль і наслідування (у групі 8–10 років);

- розвиток соціального інтелекту, розуміння гумору й абстрактного мислення, емоційний розвиток і критичність (у групі 11–13 років).

Медіастудія пропонує різноманітні інформаційно-освітні курси підготовки дитини до медіавзаємодії. Вони утворюють навчальний комплекс, до якого входять такі курси: акторська майстерність, сценічна мова, ведучий у кадрі, психотренінг, арт-творчість, вокал, мультиплікація, історія телебачення, радіо, кіно і мультиплікації. Крім занять в аудиторії, медіастудія пропонує колективні телевізійні зйомки дитячих програм різного спрямування: «Ігротека» (колективні ігрові техніки), «Подорожуй із ВЕСЕЛКОЮ TV» (інтелектуальні екскурсії до різних міст), «Я хочу тобі сказати» (рефлексія на актуальні питання сучасності, розвиток почуттєвої культури), «Пізнавальна програма ВЕСЕЛКА TV» (розвиток світогляду дітей), «Ве-

селкова майстерня» (арт-творчість і розвиток креативності), «Ток-шоу MLAD AND STAR» (розвиток комунікативних умінь, риторики, підготовка до взаємодії з дорослими), «Соціальні проекти» (розвиток емпатії, громадянської позиції, навчання ефективному співіснуванню у світі людей), а також створення авторських різновікових індивідуальних проектів у вигляді інтернет-блогів (своєрідної форми віртуалізації дитячих комунікативних практик, бо після розміщення відеоконтенту підтримується ще й комунікативний зв'язок у чат-спілкуванні). Таким чином, під час участі у різних опціях підготовки програм студії дитина постає у різних соціальних медіаролях – як виконавець, актор, автор ідеї, сценарист, режисер, ведучий.

Під час занять та зйомок кожний студієць також отримує медіаімунітет у протистоянні шкідливим впливам медіасередовища, критичний досвід розуміння, оцінювання й аналізу медіаінформації, розуміння соціальних та культурних змістів і підтекстів медіаповідомлень, основу естетичного смаку до медіаінформації (за Л. Найденовою – формує власні «медіафільтри»), розвиток комунікативних навичок, він навчається творчому самовираженню за допомогою медіа, експериментуванню із різноманітними засобами технічного та змістовного використання медіа, колективній співтворчості. Завдяки такому комплексному впливу відвідувач студії із часом стає більш сміливою, упевненою, комунікабельною дитиною, має значний словниковий запас, уміє висловлювати свої думки, не боїться публічних виступів. Таким чином, саме педагогічні та соціально-психологічні впливи посідають значне місце у процесі медіасоціалізації у студії, а їх ефективно застосування стає умовою просоціального розвитку особистості [1, с. 28].

Особливе місце у програмі медіаосвіти у студії посідає психологічний тренінг. Заняття із дітьми всіх вікових груп мають різне змістове наповнення та спрямовані на розвиток спочатку пізнавальних процесів (пам'ять, увага, мислення, сприйняття, уява), а потім і комунікативних навичок. Вони спрямовані на зниження тривожності, імпульсивності, страхів, агресії, формують за допомогою комплексів вправ уміння адаптуватися до життя, позитивне ставлення до свого «Я», розвивають упевненість у собі, емоційно-вольову сферу, спрямовані на зняття психологічної напруги. У процесі групових ігор, вправ і арт-терапії у дітей формується розуміння і переживання своїх емоційних станів, відбувається профілактика стресів і засвоєння прийомів психічної та фізичної саморегуляції, розвиваються навички роботи в парі, групі, команді, подолання конфліктних ситуацій. Загалом робота комплексного психологічного тренінгу спрямована на особисте зростання дитини. Психотехніки, які вико-

ристовуються у роботі, пов'язані з керуванням дітьми власним страхом, управлінням своєю і чужою агресією та емоціями, тренуванням уміння сказати «ні», формуванням поважного ставлення до свого та чужого часу, вивченням власної унікальності тощо. У процесі занять проводяться тестування із застосуванням особистісно орієнтованих методик, що створює ситуацію психологічного комфорту під час занять і зйомок.

Інформаційно-освітнє середовище студії діє як відкрита система. Вона об'єднує інтелектуальні, організаційні та технічні ресурси, враховуючи головні ідеї стратегічного розвитку медіавпливів (за Л. Найденовою) [8]:

1) молодший шкільний вік – вторинність (штучність) інформаційного світу, отримання задоволення від реального світу, своїх реальних дій у ньому, розуміння необхідності вибірковості, дозування контакту з медіа, обережності під час взаємодії із медіа;

2) підлітковий вік – створення середовища повноцінного реального розвивального спілкування дітей щодо їхніх медіапрактик і медіаподобань для забезпечення розуміння розмаїття і взаємозв'язків світу медіа як культурного досягнення людства (носія цінностей, норм, зразків), розвиток навичок самоуправління взаємодією із медіа, управління ризиками і ресурсами, що надають медіа.

Із розповсюдженням сучасних пристроїв для трансляції відеоконтенту на зміну споживання телебачення прийшло користування соціальними мережами. Із підлітками студії організовує і досить нову форму участі дітей у них – створення відеоблогів. Усі соціальні мережі нині активно працюють над можливостями використання споживачами відеоконтенту. Наприклад, останнім часом у соціальних опитуваннях можна спостерігати тенденцію вивчення ситуації стосовно джерел у пошуку новин, контенту розважального характеру користувачами. Узагальнені результати підтверджують припущення, що віднині соціальний відеохостінг YouTube став одним із провідних каналів поповнення інформації, міжнародним глобальним відеоканалом № 1, зокрема й серед підліткового середовища (існує навіть новий медіасленг – «ютубер»). Глава компанії Сьюзен Войчицькі (Susan Wojcicki) під час презентації нових функційних можливостей YouTube повідомила статистичні дані, які свідчать про те, що кожна п'ята людина у світі користується YouTube, а користувачі мережі більше однієї години на день витрачають на перегляд відео через мобільні пристрої (дані з сайту: osvita.mediasapiens.ua за 23 червня 2017 р.). Україна входить у топ-10 країн Європи за кількістю переглянутих годин на відеоресурсі YouTube (більше ніж Польща, Німеччина). Як бачимо, сьогодні доросла лю-

дина вже не входить в Інтернет, а практично з нього «не виходить» (за винятком польотів у небо або занурення до водних глибин). Діти і підлітки копіюють подібну поведінку й проводять у мережі Інтернет значну частину вільного часу: там вони знайомляться, спілкуються, розважаються, навчаються, обирають товари, отримують перший досвід у бізнесі тощо, тобто соціалізуються. Яскраво проявляється саме гедоністична, дозвілєва роль соціальних відеомереж. Але діти постають у цьому процесі не просто споживачами, «вони є людьми» (Р. Пацлаф) [9], активними користувачами, тобто суб'єктами взаємодії. Соціальні мережі – це нові екранні медіа. Вони щоденно створюють можливості для застосування медіаграмотності у вигляді самостійної медіатворчості. У нас «на очах» виникає ціла субкультура відеоблогерства, яка цікавить і дітей, і підлітків. Відеоблог може стати для дитини засобом самовираження і самопрезентації перед іншими людьми, формою для вдосконалення мистецтва спілкування і розкриття своїх талантів, до речі, відеоблогерством можна навіть заробляти собі на життя. Зауважимо, що самопрезентація у вигляді відеоблогерства може задовольняти й інформаційні потреби, сприяти досягненню інтелектуальних цілей особистості, формуванню образу «Я». Це залежить від соціально-психологічного супроводу і керування цією діяльністю дорослими. Діти також можуть розміщувати у відеоблогах власні твори, інколи створені вперше (вірші, малюнки, музичні твори), отримуючи невелику аудиторію серед підписників. Це також важливо для формування впевненості, психологічної підтримки, бо кожна людина прагне схвалення, а дитина особливо. Відеоблог може стати для підлітка формою уваги від інших, бо може знайти людина, яку зацікавлять думки та захоплення окремої дитини. З одного боку, такі схвалення, доброзичливість, інтерес мотивують дитину до розвитку, з іншого – ведення відеоблогу розвиває креативність, уяву, вміння ділитися почуттями, викладати думки та їх відстоювати, бачити у щоденній реальності цікаве. Також бажання зробити відеоблог оригінальним та унікальним мотивує дитину до освоєння професій, пов'язаних з аудіовізуальними мистецтвами (освоєння графічних редакторів, монтажних відеопрограм, складання та презентація текстів і сценаріїв тощо). Щодо підлітків треба підкреслити: їм важливо знати, що на світі є схожі на них люди, комусь також подобаються якісь конкретні ігри, заняття, жарти тощо, адже вони живуть і вчаться через імітацію, повторення. Завдяки виконанню будь-якої ролі (б'юті-блогера, «ботаніка», кухаря, винахідника, користувача) у підлітка з'являється можливість суттєво підвищити самооцінку, стати більш активним, упевне-



ним. Завдяки відеоблогерству дитина набуває навичок самопрезентації як важливого комунікативного вміння, що знаходить своє відображення у широкому діапазоні використання моделей поведінки в різних соціальних ситуаціях. Така стратегія нагадує прагнення сподобатися через самопросування дитиною своєї компетентності й експертності, пояснення на власному прикладі. Отже, самопрезентація у блогосфері також має зв'язок із медіасоціалізуючим впливом та соціально-психологічним супроводом.

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні соціалізація дитини відбувається як медіасоціалізація, а це має певні глобальні ризики для її розвитку. Щоб запобігти самосоціалізації дитини, необхідно втручання і керування процесом батьками, які на цей час ще не готові до відповідальної поведінки у цьому питанні, та соціуму у вигляді впровадження форм як формальної, так і неформальної медіаосвіти. Найбільш ефективні медіапрактики потребують поширення, однією із них може бути програма медіасоціалізації у дитячій медіастудії. Зміст програми соціально-психологічного супроводу медіасоціалізації розрахований на дітей різного віку, включає необхідні для їхнього розвитку соціально-психологічні чинники, створює ситуацію особливого медіапростору для розвитку особистості дитини, її медіатворчості та самореалізації. Прикладом такої соціальної самопрезентації дитини перед іншими може стати захоплення медіадіяльністю у формі відеоблогерства. Таким чином, завдяки заняттям у студії відбувається розвиток і медіасоціалізація дитини, підвищення медіакультури та медіакомпетентності батьків.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гарькавець С. Соціально-психологічні впливи та процес соціалізації особистості в умовах трансформаційних змін / С. Гарькавець // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2014. – Т. 1 (1). – С. 27–30.
2. Голубева О.Є. Соціально-психологічні механізми творчого сприймання дітьми анімації / О.Є. Голубева // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 34 (37). – С. 258–268.
3. Керделлан К. Дети процессора: как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых / Кристин Керделлан, Габриэль Грезийон; пер. с фр. А. Лушанова. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 272 с.
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) // MediaSapiens. – 23 червня 2017 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/.
5. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, О. Волошенко, Л. Кульчинська. – К. : АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.
6. Медіаосвіта та медіаграмотність : [підруч.] / ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенко ; за наук. ред. В.В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
7. Баришполец О.Т. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів : [монографія] / О.Т. Баришполец, О.Л. Вознесенська, О.С. Голубева, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдьонова, Н.І. Череповська. – К. : Міленіум, 2014. – 348 с.
8. Найденова Л.А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі / Л.А. Найденова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.academia.edu/4698433/МЕДІАОСВІТА_В_УКРАЇНІ_ОСОБЛИВОСТІ_РЕАЛІЗАЦІЇ_СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ_МОДЕЛІ.
9. Пацлаф Р. Застывший взгляд. Физиологическое воздействие телевидения на развитие детей / Райнер Пацлаф; пер. с нем. В. Бакусева. – М. : Evidentis, 2003. – 224 с.
10. Петрунько О.П. Медіасоціалізація, або соціалізація з медіа замість соціалізації з дорослими / О.П. Петрунько [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sptechology.ucoz.ua/mediasocializacija.pdf>.
11. Романюк Е. Книгоиздательство: рост украинских тиражей на 60% и снижение доли русскоязычных книг (инфографика) / Е. Романюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hubs.ua/news/knigoizdatel-stvo-rost-ukrainskih-tirazhej-na-60-i-snizhenie-doli-russkoyazychny-h-knig-infografika-105246.html>.
12. Слюсаревський М.М. Медіаорієнтаційна функція освіти як відповідь на виклики інформаційної доби / М.М. Слюсаревський // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 33 (36). – С. 3–17.
13. Чміль Г. Візуалізація реального в сучасному культурному просторі / Г. Чміль, Н. Корабльова. – К. : Ін-т культурології НАМУ, 2013. – 256 с.
14. Ткач Т.В. Психологічні засади проектування освітнього простору особистості : [навч. посіб.] / Т.В. Ткач. – Мелітополь : МІДМУ «КПУ», 2015. – 62 с.