

УДК 378.147

## РОЗВИТОК МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Подліняєва Оксана Олександрівна, доцентка кафедри  
освітніх та інформаційних технологій  
КЗ “Сумський обласний ІІПО”,  
кандидатка педагогічних наук, доцентка

***Анотація.** Стаття присвячена питанням інтеграції медіаграмотності в освіту в умовах інформатизації суспільства. Розглядається феномен соціальних медіа з позиції філософсько-аксіологічного аналізу. У статті дається характеристика соціальних медіа як одного з характерних феноменів у складі електронної культури, виявляються їх типові ознаки і тенденції розвитку. Розглянуто потенціал соціальних медіа як простору формування та функціонування громадянського суспільства і досягнення суспільного консенсусу. Досліджуються ризики деструктивних впливів на комунікації в мережі Інтернет у перехідному суспільстві.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, мережева комунікація, соціальні медіа, соціальні мережі, електронна культура.*

**Постановка проблеми.** Сучасний світ надає людині нові можливості для взаємодії, щороку з'являються нові технологічні ресурси для електронної комунікації, яка, по суті, вже стала атрибутивною для інформаційної епохи. Соціальні медіа включають в себе всю сукупність засобів комунікації на основі інформаційних ресурсів, Інтернету і мобільного зв'язку, через які здійснюється створення спільного змісту.

Поняття «соціальні медіа» стає популярним із середини 2000-х років, що пов'язано з вивченням таких платформ, як Facebook, Twitter, YouTube, Wikipedia, LinkedIn, «ВКонтакте», Wordpress, Pinterest, Instagram. Сьогодні термін включає в себе безліч комунікативних платформ на основі Інтернету і мобільного зв'язку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження проблем соціальних медіа ведеться за різними напрямками: виділяють фахівців в області вивчення онлайн-ЗМІ, соціальних мереж, ігрових платформ, форумів тощо. В

галузі філософії соціальних медіа насамперед – традиційно – слід назвати роботи М. Маклюена, а також розробки Центру Медіафілософія і його керівника В.В. Савчука. Дослідження соціальних мереж ведуть Д. Хансен, Д. Шнейдерман, М. Сміт, П. Хеллер, Ч. Фукс та ін. Вивчення питань електронної культури (Studies of Digital culture (E-culture)) проводять В. Міллер, Дж. Мейсек, А. Рончі, проблемам інформаційної етики соціальних медіа присвячені праці Р. Капурро, Л. Флориди, аксіологія мережевої комунікації вивчається М. Кастельс, С. Роджерсон та ін.

**Мета статті** полягає в тому, щоб проаналізувати особливості соціальних медіа як джерел інформації.

**Виклад основного матеріалу.** Соціальні медіа є електронною культурою (digital culture, цифрова культура, cyberculture, onlineculture, e-culture). Електронна культура об'єднує в собі інформаційні системи, масиви даних, Інтернет, цифрову економіку, електронне навчання, соціальні медіа та інші феномени і процеси інформаційного соціуму. Електронна культура включає виробництво і використання продуктів інформаційних технологій, обплутаних владою мас-медіа, що формують онлайн-ідентичність. Іншими словами, електронна культура – це сфера діяльності людини і її результати, пов'язані з виникненням цифрових об'єктів і феноменів, симуляцій об'єктів «живої» культури, віртуальних просторів, процесів і явищ, створених за допомогою інформаційних технологій.

У сучасних умовах до соціальних медіа належать соціальні мережі, відеохостінги, месенджери, форуми, ігрові портали, блоги, файлообмінні системи та багато іншого, що дозволяє людині брати участь в створенні сукупного інформаційного контенту. Їх призначення і соціальні функції можуть бути різні: від пошуку знайомств до створення нових наукових знань. Однак всі вони сприяють появі єдиного інформаційного простору, в якому сучасна людина реалізує свої можливості.

Соціальні медіа в системі електронної культури характеризуються тим, що пов'язані з соціальною взаємодією членів інформаційного співтовариства і

створенням ними загального контенту. Його постійне зростання свідчить про те, що у людини поступово формується потреба участі в глобальній комунікації. Найчастіше це інформаційний спосіб життя (на фізичному і цифровому рівнях), на який «приречений» сучасна людина. Притому присутність на цифровому рівні в соціальному плані виявляється поступово більш значущою, ніж на фізичному.

Потреба виходу в інформаційне медіасередовище для минулого покоління є надлишковою, незвичній, вимушеної, для сучасного – невід’ємною, іманентною самому існуванню людини. Характер спілкування в різних соціальних медіа має свою специфіку і привертає різну аудиторію, яка тяжіє до спілкування вербального або візуального, глобального або локального, особистісного або знеособленого. В кожному з варіантів людина висловлює прагнення до пошуку зворотного зв’язку, встановлення контакту, взаємодії з навколишнім світом. На відміну від реального міжособистісного спілкування, комунікація через соціальні медіа орієнтована на залучення уваги до власного Я, зміцнення його соціального статусу в інформаційно перевантаженому просторі. Однак така форма комунікації в значній мірі пов’язана з симулятивністю, яка проявляється в штучності емоцій, реакцій, в ігровому характері спілкування, прагненні до провокації, в епатуванні оточуючих заради їхньої уваги.

Метою взаємодії в соціальних медіа стає контакт, залучення до інформаційного єдиного потоку. Для сучасної людини комунікація є найважливішим видом рекреації. Якщо соціальні мережі вимагали від людини текстового діалогу, то YouTube як форма спілкування за допомогою відео спрощує передану інформацію, наповнює її емоціями. Спілкування через передачу емодзі, картинок, відео файлів починає домінувати в потоці інформації, а іноді і сприяє витісненню вербальних і текстових форм.

Завдяки соціальним медіа інформаційний потік стає безперервним, єдиним полем, де кордони між учасниками розмиваються. Це середовище поступово розчиняє кордони Я і Іншого, особистого і громадського,

раціонального та ірраціонального, тілесного і цифрового, відпочинку і роботи. Породження нових медіапродуктів, новинних постів, коментарів виявляється взаємозалежним процесом, де кожен учасник хоче заявити про себе і при цьому орієнтується на свою аудиторію, якій хоче бути цікавим серед інших учасників-«конкурентів». Конкуренція і прагнення до популярності все більше виявляються властивими цій формі спілкування, уподібнюють її маркетингу.

Поведінка і активність людини в соціальних медіа відображають не тільки специфіку самих ресурсів, але особливості особистості. Якщо проаналізувати такі, то можна виділити кілька типів, що характеризують спілкування і активність в соціальних медіа. Через медіасередовище людина звертає свою інтенцію до кожного в пошуках уваги до себе і вираження своєї індивідуальності. Формами самовираження можуть бути як великі тексти в блогах з описом світоглядної позиції, так і короткі пости, відео або емодзі. Інформаційний слід, залишений суб'єктом, його творчість і спілкування несуть риси його особистості, унікальності. Крім того, соціальні медіа задають людині контури його самовираження, нав'язують стали модними патерни, стереотипи спілкування [4].

Чи можна вважати формою самовираження перепост популярного відео? Чи є відображення індивідуальності в багато разів пересилається універсальної листівці? особисті фото в соціальних мережах – це також одна з форм трансценденції для діалогу з Іншим, тільки діалог, як правило, обмежується стандартним «лайки». Така модель поведінки підкоряє людину єдиній системі, в якій треба створювати інформацію про себе і світ заради підтримки уваги, що стає сучасною формою об'єктивації людини, підпорядкування зовнішнім медійним правилам.

Сучасна людина отримала технічну заміну свого соціального існування, яка пропонує правила соціальної поведінки на соціальних платформах. Наприклад, як пише NewYorkTimes, Амазон диктує, як люди купують, Гугл – як отримують знання, а Фейсбук – як вони спілкуються [3].

Але, на жаль, і це ще не все, адже, по суті, вони дуже серйозно нав'язують не тільки як, але і що – контент також виявляється заданим ними. Наприклад, Гугл дуже чітко своїми алгоритмами виносить на перше місце одні типи інформації і знань, залишаючи інші за бортом уваги звичайного споживача. Перебільшуючи, можна сказати, що вони займають позицію не тільки «гігантів передачі», а й «гігантів думки», точніше сказати, що за рахунок свого домінування в фізичних процесах передачі вони стають домінуючим і в сфері контенту.

Перед нами ще одна небезпечна сторона сучасного медіапродукту. І їх число все зростає. Відомими є факти, як соцмережі, наприклад, Фейсбук, стежать за нами. Інформація звідти активно використовується для побудови успішних виборчих кампаній, що показали вибори в США, або забезпечили голосування по виходу Британії з ЄС.

Переможні реляції про щастя, що прийшло з інформаційними технологіями, перериваються дослідженнями про те, що:

- смартфони руйнують процеси уваги і мислення;
- Твіттер веде до ментальних відхилень;
- Фейсбук породжує депресію;
- Інстаграм взагалі є найгіршою за ментальними наслідками соціальною мережею;
- особливо небезпечні соціальні медіа для молоді [3].

Слід також нагадати про загальний занепад інформаційної достовірності сучасного світу. Дослідники виділяють наступні ознаки соціальних медіа:

1. Соціальні медіа є однією з форм електронної культури, що включає різноманітні комунікативні он-лайнні платформи для створення загального контенту, який характеризується дистанційною формою, відкритістю, високою швидкістю передачі інформації, гнучкими межами між суб'єктами і середовищами.

2. Соціальні медіа виступають основою сучасного соціуму, що формується стихійно, за принципом різноманітності, форсованого плуралізму.

Різноманітні форми поведінки, спілкування, стилі комунікації служать формами трансценденції, прагнення людини відчутти зв'язок зі світом, який в силу масовості і технократизації життя у чому послаблює реальну міжособистісну комунікацію.

3. За характером взаємодії існує кілька переважаючих типів, що характеризують спілкування і активність в соціальних медіа, а саме: естетично-гедоністичний, етичний, геймерський, нарцистичний, консьюмерістичний, професійно-діловий, провокативний.

4. Соціальні медіа характеризуються низкою суперечностей (антиномій):

- виявляються проявом громадянської самоорганізації і одночасно проявом прихованого управління громадянами;

- сприяють розвитку демократії і горизонтальних зв'язків і одночасно використовуються для дестабілізації політичних систем і як інструмент руйнування;

- активно зміцнюють позиції комунікації, роблячи її глобальною та одночасно ефемерною, симулятивною.

5. У сучасних соціальних медіа поступово послаблюється функція кооперації і соціальної підтримки на тлі зростання функцій рекреації, реклами-презентації, обміну ідеями і відносинами. [4].

Зазначимо також, що соціальні мережі поступово перетворилися зі платформ для спілкування в інформаційно-новинні системи. Так, наприклад, основною опцією та ключовою сторінкою в інтерфейсі мережі Facebook є стрічка новин News Feed, яку для себе конструює сам користувач. З іншого боку ця особливість має і негативні наслідки у вигляді так званих «бульбашок фільтрів», тобто явища обмеження інформаційного простору конкретного користувача в результаті персоналізованого пошуку та індивідуалізованої стрічки новин, зокрема і у мережі Facebook

Зрозуміло, що далеко не весь користувацький контент є якісним, оригінальним, актуальним і суспільно корисним, швидше навпаки, проте інформаційні технології, демократизуючи процеси інфотворення, сприяють

наповненню інформаційного простору новою (в тому числі, новою за якісними характеристиками) інформацією. Одночасно із розвитком соціальних медіа, відбувається наукове осмислення цього явища, зусиллями як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників [2].

Специфіка функціонування соціальних медіа у перехідних суспільствах пов'язана з низкою аспектів: з одного боку, в умовах обмеженої чи відсутньої свободи ЗМІ, несформованої незалежної преси, саме соціальні медіа набувають статусу альтернативних засобів масової комунікації; з іншого, виступаючи, за М. Кастельсом, як простір для розгортання суспільних практик [2], нові медіа стають важливим чинником формування громадянського суспільства. Водночас відкритість і принципова нецензурованість соціальних медіа створює умови як для проявів деструктивної поведінки учасників мереж, так і для цілеспрямованих маніпулятивних зовнішніх впливів. Таким чином, соціальні медіа формують особливий інформаційний простір і водночас виступають у якості інструментів, ефект застосування яких слід враховувати як в ході досягнення суспільного консенсусу, так і оцінюючи ризики розгортання конфліктів [2].

Отже, узагальнюючи і уточнюючи описані фахівцями конститутивні характеристики інтернет-комунікації, можна виділити ряд її визначальних рис, що характеризують, відповідно, інформаційні ресурси, створені, акумульовані, поширювані в інтернет-середовищі. Представлення інформації в Мережі формує гіпертекстовий документ, що відрізняється від традиційних текстів нелінійністю, нескінченністю, незавершеністю, відкритістю, зняттям протиставлення «автор – читач», доступністю для необмеженої кількості авторів, співавторів, читачів і співчитачів, інтерактивно пов'язаних з допомогою мультимедійного середовища мережі Інтернет, що можуть в реальному просторі та часі формувати, передавати, проглядати, продовжувати і змінювати, структурувати текст. Відтак, дискурс соціальних медіа характеризується демократичністю, оскільки гіпертекст принципово відкритий доповненню й навіть вимагає від свого споживача активного співробітництва.

Потенціал маніпулятивності дискурсу соціальних медіа зумовлений, серед іншого, його високою експресивністю. Ця риса пов'язана з одного боку, із індивідуалізованістю соціальних медіа, що покликані дати можливість користувачам створити власне представництво у віртуальній реальності, стати комунікатором для певної аудиторії, а також задовольнити свої потреби у самореалізації та самовираженні, відтак характеризуються принциповою суб'єктивністю подачі матеріалів та персоналізацією за рахунок формування в текстах особистісної позиції автора. З іншого боку, відкритість для впливів значним чином визначається візуальністю і навіть видовищністю соціальних медіа. Мультимедійність мережевих інформаційних ресурсів, що забезпечується новітніми технологіями багатоканальної передачі інформації, під час якої поєднуються різні знакові системи, дозволяє об'єднати у веб-документі графіку, текст, відео, аудіо, фотографію, анімацію, звукові ефекти, звуковий супровід і т.д., що розширює параметри тексту, змінює співвідношення статички і динаміки – від перегляду «усім світом» масових заходів – спортивних, культурних, політичних подій, до бойових дій, що їх сьогодні можна спостерігати у, по суті, прямому ефірі. Таким чином формується досвід спільного переживання, сильні емоційні зв'язки між реципієнтами та завищений рівень експресивності інтернет-комунікації в принципі.

Передумови для посилення девіантної комунікативної поведінки створює і анонімність та дистантність спілкування в Мережі: свобода вільно висловлювати думки без страху перед наслідками супроводжується зниженням до мінімуму відповідальності за поведінку, що призводить до поширення деструктивних моделей комунікації. Такими моделями, характерними для дискурсу соціальних медіа, що використовуються як приватними особами, так і професіоналами, є засмічування, створення надмірних інформаційних шумів – відомі в Мережі як «спам» чи «флуд»; провокації та дискредитація, для яких учасники інтернет-дискурсу використовують терміни «тролінг» і «флейм»; відверта агресія: віртуальній комунікації може бути притаманне психологічне

наси́льство – залякування, негативна оцінна лексика, що викликає в опонента образу, зачіпає самолюбство, гідність та честь. Дезінформація як умисне розповсюдження викривлених та усвідомлено хибних тверджень задля досягнення певної переваги становить небезпеку перетворення соціальних медіа на простір інформаційних війн та втягнення в них аудиторії. Водночас цей простір може бути плацдармом для випробувань нових технологій впливу, зокрема рекламних та політичних [2]. При цьому слід визнати, що підвищена маніпулятивність є, швидше, не визначальною характеристикою інтернет-дискурсу, а рисою мас-медійного дискурсу сьогодення загалом. З тим лише уточненням, що Інтернет надає додаткові технологічні, та, в силу описаних вище специфічних рис дискурсу соціальних медіа, психологічні можливості для маніпуляцій.

Якщо соціальні медіа відіграють у нашому житті таку велику роль, то дуже важливо усвідомлювати, як вони впливають на нас та наших дітей. Соціальні мережі сповнені цькування, провокацій і розпалювання конфліктів. Чи можливо за допомогою технологій чи інших засобів убезпечити перебування дітей у соціальних мережах?

Свого часу керівництво Twitter [1] визнало власну неспроможність подолати тролінг і зловживання на платформі. Грубе порушення етикету і цькування, на жаль, стали дуже поширеними в інтернеті, і Twitter - аж ніяк не єдиний ресурс, де процвітають тролінг і онлайн-хуліганство. За статистикою, майже половина молодих користувачів інтернету зазнають переслідування онлайн; ЗМІ рясніють історіями про кіберцькування, тож можна припустити, що для розв'язання цієї проблеми не вживають жодних заходів.

Кібербулінг – це поняття-парасолька, яке покриває різні види поведінки в інтернеті. Чому потрібно виділяти ці види? Кожен з них має особливості нанесення шкоди та до кожного виду можна застосувати різні способи та елементи захисту та профілактики.

Вісім типів кібербулінгу – класичні типи, вони перевірені практикою, продовжують існувати, але це не значить, що інших різновидів немає, тому що

весь час з'являється щось нове [5]. Проте, особливість кібербулінгу в тому, що весь час з'являються нові виклики, розвиваються технології, розвиваються стосунки, з'являються нові загрози. Але є вже ті, що добре вивчено, і цим досвідом варто скористатися.

Почнемо з «найлегших» – перепалок або флеймінгу (англ. flaming – пекучий, гарячий), коли дитина в запалі обмінюється з іншими дітьми чи з іншою дитиною якимись гнівними постами чи повідомленнями. Це, як правило, коротке повідомлення, за якими потім можна розвигатися ціла війна. Але загалом всі ці перепалки є більш-менш нормальною ситуацією самовираження, повсякденною. Існують певні правила, які ми можемо запропонувати дітям, аби зменшити цей ризик залучення до кібербулінгу та, відповідно, завдання шкоди. І перше з них – саморегуляція як опір флеймінгу, зокрема

Нападки, тролінг і погрози. Нападки (харазмент, англ. harassment – домагання) – це постійні словесні атаки, знущання, які виснажують дитину. Зазвичай, вони набувають форми постів в соцмережах або повідомлення у групах месенджерів. Нападки – це конкретні діставання, образи, спрямовані на конкретну людину, щоб її спровокувати. Провокування в кіберпросторі ще називають тролінг (від англ. troll – міфічна істота з жахливим виглядом або підловлювання). А нападки за допомогою смс отримали назву сталкінг (англ. stalking – крокування, переслідування). На відміну від флеймінгу, це навмисне дошкуляння з наміром заподіяти жертві психологічної шкоди. Нападки більш односторонні, чим флеймінг. Нападки можуть містити конкретні погрози. Погрози, які несуть небезпеку життю, потрібно сприймати як привід до цього поставитися не просто як до необхідності профілактики негараздів спілкування, а дуже серйозно – звернутися до поліції.

Основне правило протидії даному типу кібербулінгу: профілактика і «заготовки» на майбутнє. Діти можуть надмірно емоційно реагувати на погрози, повністю підкорюючись вимогам, оскільки не здатні точно оцінити імовірність настання того, чим залякують. Найкраща профілактика – це коли ми

створюємо «заготовки»: обговорюємо майбутнє та створюємо для цього майбутнього якісь моделі поведінки.

Утім, надія на те, що засилля тролів все ж можна зупинити, існує. Науковці стверджують, що користувачі з антисоціальною поведінкою, як правило, зосереджуються на кількох форумах або дописах. Вони багато пишуть, але тільки під обмеженою кількістю дописів, на відміну від інших користувачів, які беруть участь у різних дискусіях.

Аналізуючи подібну поведінку, команда дослідників розробила алгоритм, який швидко виявляв антисоціальні дії користувачів. Замість пошуків лайливих або жаргонних висловів, програма зосереджується на послідовності дій користувача і, здається, вона однаково ефективно працює на різних платформах. Дослідники наголошують, що цей алгоритм не має на меті замінити модераторів сайтів і автоматично блокувати користувачів після кількох перших дописів. Замість цього фахівці сподіваються, що програма допоможе модераторам попереджати користувачів з агресивною поведінкою на ранньому етапі і дати їм зрозуміти, що їхні дії не залишаться безкарними [1]. Подібні алгоритми допомагають автоматично відтворювати роботу людських модераторів.

Звичайно, для боротьби з тролінгом застосовують і більш традиційні методи, поширюючи, приміром, інформацію про те, які зловживання відбуваються в інтернеті і як їм протистояти. Цікаво, що дехто пропонує боротися з тролями їхньою зброєю. Прикладом цього є кампанія Zero Trollerance [7]. Активісти застосували ботів Twitter проти користувачів, які постили образливі дописи. Такі користувачі отримували глузливі пропозиції пройти курс «самодопомоги», щоби припинити цькувати інших.

Змусити кіберхуліганів відчувати на власній шкурі наслідки своїх дій – дуже ефективний спосіб боротьби з онлайн-цькуванням. Його нерідко використовують організації, які працюють із молоддю. Наприклад, британська благодійна організація Childnet [6], яка часто відвідує школи і організовує тренінги та ігри для учнів. Діти розігрують сценки про секстінг, в яких вони

опиняються в ролі жертви – учня, чії інтимні фотографії або повідомлення поширили в мережі. Секстінг є поширеною формою знущання серед сучасних підлітків, але рольові ігри змушують дітей відчутти, що відчуває об'єкт переслідування.

Окремо виділяються такий вид кібербулінгу, як наклепи (розповсюдження неправдивої інформації). Перший описаний випадок суїциду від кібербулінгу був пов'язаний із наклепом. Тому важливим є відповідне правило: стабілізація та репутація. Особливість полягає в тому, щоб дати дитині простір, можливість висловитися, виговоритися. Але окрім того, що ми стабілізуємо дитину, ми можемо щось зробити в інформаційному просторі. Оцінити, що краще – проігнорувати чи спростовувати, усвідомлюючи ризик того, що виправдання можуть тимчасово підсилити ефект від наклепу. Ми, дорослі, можемо виступити третьою стороною на захист репутації дитини, сказати: це все неправда. Можемо подумати, як зробити ці наші спростування поширеними принаймні в такому ж обсязі, в якому розповсюдилася неправда.

Кіберпереслідування – це дії з прихованого вистежування та переслідування тих, хто потрапляє в зону зацікавленості нападника (він потай, анонімно стежить для того, щоб організувати побиття, зґвалтування, інше нанесення шкоди здоров'ю). На відміну від погроз, які залишаються в кіберпросторі, переслідування переходить в реальний простір. Пізніше для цього виду атак з сексуальними намірами використовують назву грумінг. Це вже привід для кримінальної справи. Однозначно те, що переслідування не можна ігнорувати. Відповідне правило: контакт для швидкого звернення по допомогу. Потрібно не чекати, поки щось таке трапиться, треба організувати контакт з правоохоронцем.

Самозванство та фішінг. Ще один вид кібербулінгу пов'язаний з викраденням даних і присвоюванням чужої кіберособистості, перевтіленням. Коли хтось виступає від імені дитини, пише те, що дитина б не написала. Не можна повідомляти свої паролі, тому що їх можуть використати для перевтілення. В даному випадку діє наступне правило: технічна медіа

грамотність. Дітям треба сказати що, по-перше, потрібно зафіксувати факт, зберегти докази того, що відбулося самозванство. Загалом сьогодні потрібна двофакторна ідентифікація в соціальних мережах, постійна перевірка та зміна паролів, що робить персональну сторінку краще захищеним. Хоча повної гарантії не дає ніхто. Дітей цьому варто навчати: і як захиститися, і як діяти у випадку зламу захистів.

Ізоляція (бойкот) – непрямий кібербулінг. Бойкот в реальності – обструкція, ізоляція або ексклюзія, коли людину виключають із того спілкування, до якого вона прагне. Правило: спостереження та моніторинг проблем. Це найважча форма для корекції, тому що, як правило, прихована та її важко довести. Проблема полягає в тому, що дорослі, як правило, про це не знають. Якщо ж ізоляція в кіберпросторі продовжує шкільний булінг, поєднується з ним, то ми, принаймні за допомогою моніторингу, з якого ми починали, можемо це побачити. Яскравою ознакою буде, якщо ви бачите, що є дитина, яка взагалі не спілкується з іншими, а сидить десь там окремо, і це відбувається постійно. Це тривожна ознака, потрібно розібратися в цій ситуації, чому так відбувається. А змінити ситуацію можна шляхом систематичних дій з реалізації загальношкільної антибулінгової програми, в якій організують заходи, здатні змінити соціально-психологічний клімат через спільні справи.

Фахівці відзначають, що батьки та вчителі часто не звертають уваги на наслідки цькування підлітків в інтернеті. Цю проблему зазвичай важко помітити: діти приховують її від дорослих, а коли і розповідають про це, їх не завжди сприймають серйозно.

Чому взагалі люди цькують одне одного? Існують соціологічні та психологічні пояснення цього. З одного боку, для агресора – це гра у владу: за допомогою знуцання він намагається самоствердитися, встановити ієрархію і домінувати. Психологічні причини можуть бути найрізноманітніші: комплекс неповноцінності у дитинстві чи спроба завдати іншим страждань, яких зазнав сам. Психологи стверджують, що головне - це виховання здатності співчувати. Образливі дописи, як правило, пишуть анонімно. Чим більше ми зможемо

вивести онлайн-комунікацію на міжособистісний рівень, тим делікатнішим стане наше спілкування в інтернеті.

Деякі сайти пропонують користувачам переглянути своє повідомлення, перш ніж натиснути кнопку «відправити».

Розвитку відповідальної поведінки в мережі заважає відомий психологічний феномен, що називається «ефект спостерігача». Люди, які стають свідками надзвичайної ситуації чи насильства, не намагаються допомогти постраждалому, залишаючись осторонь. Цікаво, що чим більше людей спостерігають за ситуацією, тим менше шансів, що хтось допоможе жертві. Дослідники вважають, що ця особливість людської психології є головною перешкодою на шляху приборкання кіберцькування.

Здається, що спонукати людей переосмислити свою агресивну поведінку в мережі, а також не ігнорувати кіберцькування, коли вони стають його свідками, цілком можливо. Сприяти цьому може все, що допомагає привернути увагу до людської особистості, яка стоїть за аватаром. Комп'ютерні програми для боротьби з тролінгом не замінять відвертого спілкування з людьми, зокрема, із самими кіберхуліганями.

Медіаманіпуляціям і кібервпливам треба протиставити нашу допомогу дитині, тому що грамотно технологічно зроблені маніпуляції можуть дати сильний поштовх нестабільному стану дитини.

**Висновки.** Отже, стрімка інформатизація всіх сфер людського життя наприкінці XX-го початку XXI-го століття сприяла не тільки створенню і розвитку інноваційних способів подання, зберігання і пошуку інформації, а й формуванню нового унікального соціокультурного та лінгвістичного середовища і реальності, що активно формується з розвитком мережі Інтернет. Характерна для них оперативність, полілогічність, персоналізованість і відсутність обмежень дає соціальним медіа істотні переваги та робить їх, водночас полем застосування маніпулятивних технологій. Водночас недостатньо оціненими сьогодні залишаються адаптивні можливості соціальних медіа, пов'язані із здатністю поєднувати комунікацію і авто-

комунікацію, що принципово змінює психологічні умови для користувача як особистості. Ця особливість, поєднана із полілогічністю дискурсу соціальних медіа, дозволяє висувати припущення про принципову здатність його учасників до саморефлексії, вироблення свого роду «інформаційного імунітету» як способу подолання дисфункцій та протидії маніпулятивним технологіям.

### Список використаних джерел

1. Баранюк К. Як зупинити тролінг в інтернеті? URL: [https://www.bbc.com/ukrainian/vert\\_fut/2016/03/160330\\_vert\\_fut\\_what\\_is\\_the\\_best\\_way\\_to\\_stop\\_internet\\_trolls\\_vp](https://www.bbc.com/ukrainian/vert_fut/2016/03/160330_vert_fut_what_is_the_best_way_to_stop_internet_trolls_vp) (Дата звернення: 14.05.2019).
2. Половинчак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=446:sotsialn\\_i-media&catid=8&Itemid=350](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=446:sotsialn_i-media&catid=8&Itemid=350). (Дата звернення: 10.11.2019).
3. Почепцов Г. Социальные медиа: благо или опасность. URL: [https://ms.detector.media/trends/1411978127/sotsialnye\\_media\\_bлаго\\_ili\\_opasnost/](https://ms.detector.media/trends/1411978127/sotsialnye_media_bлаго_ili_opasnost/) (Дата звернення: 10.11.2019).
4. Baeva L.V. Social Media as a Form of Transcendence. Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki, 2018, no. 4, pp. 102–110. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-media-kak-forma-transtsendentsii> (Дата звернення: 10.11.2019).
5. Kowalski, Robin M., Limber, Susan P., Agatston, Patricia W. Cyber bullying: bullying in the digital age. –Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2008. – 218 p. <https://epdf.tips/cyber-bullying-bullying-in-the-digital-agee9323effe339ef870ff7d3becbceba4916183.html/> (Last accessed: 21.05.2019).
6. Childnet International. URL: <https://www.childnet.com/> (Last accessed: 21.05.2019).
7. Zero Trollerance. URL: <https://zerotrollerance.guru/> (Last accessed: 21.05.2019).