

INTERNET JOURNALISM

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.7>

UDC 007:004.738.5:659.3-053.2

Social Networks as Emblematic of Children's Communication Interaction

Tetiana Leontieva

<https://orcid.org/0000-0002-7240-0260>

*PhD (Social Communications), Assistant of Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: leontievatatiana@ukr.net

ABSTRACT

In this article, the key attention is paid to the problem of the potential dependence of the children's audience on participation in social networks. Having defined as the purpose of the article the need to specify the elements of communication dependence of children on participation in social networks, a significant material of specific studies of the interests of the children's audience in social networks of both theoretical and applied nature, conducted by Ukrainian and foreign scientists, was elaborated.

It is emphasized that the Internet and such a significant factor in its functioning as social networks are an extremely useful social factor in the intellectual, social and cultural growth of children and young audiences. At the same time, social networks are such a mass communication environment, within which there is always a potential danger of attracting children and young audiences to dishonest, and often socially critical groups and communities. The deviant content of such social networks as Twitch, YouTube, Instagram, TikTok, Discord, Roblox was analyzed. A generalized algorithm for determining the key, emblematic characteristics of dangers for children in social networks is derived, recommendations are given for reducing the level of both children's dependence on social networks and absolute trust in the content transmitted by social networks.

KEYWORDS: child; communication; danger; deviant content; emblematic.

Соціальні мережі як емблематика²² дитячої комунікаційної залежності

Тетяна Станіславівна Леонтєва, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент, <https://orcid.org/0000-0002-7240-0260>

Резюме

Мета статті полягає у визначенні елементів комунікаційної залежності дітей від використання соціальних мереж. Застосовано синергетичний підхід до визначення ролі і місця соціальних мереж у загальнокомунікаційному полі, а також у межах зацікавленості соціальними мережами дитячої аудиторії. Опрацьовано наукову джерельну базу із застосуванням аналітико-синтетичного методу. Аналітичний метод використано для виявлення особливостей представлення контентів конкретних соціальних мереж у контексті потенційних зацікавлень дітей як учасників цих соціальних мереж. Індуктивний метод дав змогу проаналізувати наукові погляди на проблему небезпек для дітей, які є учасниками соціальних мереж. На матеріалі конкретних досліджень, проведених українськими та закордонними вченими, щодо зацікавлень дитячої аудиторії соціальними мережами, проаналізовано девіантний контент таких соціальних мереж як Twitch, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Discord, Roblox. Виведено узагальнений алгоритм визначення ключових емблемних²³ характеристик небезпек для дітей в соціальних мережах, дано рекомендації щодо зменшення рівня залежності дітей від соціальних мереж і абсолютної довіри до контенту, який соціальними мережами передається.

Ключові слова: девіантний контент; дитина; емблематика; комунікація; безпека.

1. Вступ

Світ масової комунікації, в який входить дитина, з соціальної, виховної, розважальної точок зору має багато переваг: він надає дитині важливу соціальну базу, не кажучи вже про переваги швидкого отримання будь-якої інформації. Масова комунікація не лише формує індивідуальні риси характеру молодшої людини, а й генерує первинні спільноти, які ґрунтуються на легкому онлайн контакті. Приватна сфера комунікаційних зацікавлень дитини, випестована за безпосередньої участі батьків, винесла назовні контент, який часто суперечить очкуванням батьків і може миттєво поширитися світом і швидко зруйнувати ретельно вибудований тим самим батьками характер виховання.

Про важливість соціальних мереж у житті молоді говорять і цифри Youth Internet Monitor (дивимось, наприклад, у Кея Кіма [1]). Популярність соціальних мереж свідчить,

²² Під “емблематикою” в масовій комунікації розуміємо чітке окреслення проблеми, яка актуалізується, і яка не повинна підлягати тематичній конвергенції та виходити за межі визначеної аудиторії.

²³ “Емблемні характеристики” соціальних мереж пов’язані з кордонами можливого представлення контенту для конкретної аудиторії.

що вони давно перетворились на багатоцільову цифрову вітальню. Там відбувається взаємобмін і підтримка в усіх сферах, які цікаві молоді. Сьогодні поширені навчальні групи, обмін думками про певні хобі чи навіть спільне прослуховування музики. У буремні, неспокійні для суспільства та дитячої аудиторії часи друзі також можуть святкувати дні народження, іменини чи новий рік разом, створюючи власні віртуальні простори для спілкування з іншими. Для молоді є можливість спілкуватися різними способами – текстовий, аудіо- чи відеочат – добре проводити час разом, що робить соціальну платформу цікавою.

Однак в будь-якій соціальній мережі можуть мати місце зловживання. Особливо у великих групах з великою кількістю незнайомих людей може трапитися так, що молоді люди зазнають сексуальних домагань, знущань, погроз або шантажу. Соціальні мережі (наприклад, соціальна мережа Discord) можуть бути провідниками екстремістських ідеологій.

Різноманітність віртуальних світів та ігор, які пропонує, наприклад, соціальна мережа Roblox, також несе в собі ризики – тим більше, що використання такого контенту не має вікових обмежень. Оскільки багато ігор недостатньо перевіряються операторами, діти та молоді люди можуть зіткнутися з таким тривожним вмістом, як насильство, сексизм або расизм. Як і в інших великих онлайн-спільнотах, на просторах соціальної мережі Roblox можуть виникати також небажані контакти з незнайомцями. Окрема внутрішньоігрова валюта, яку можна використовувати для розблокування певного вмісту чи функцій, також може спокусити молодих користувачів інвестувати вже не віртуальні, а реальні гроші.

Метою цієї статті є визначення характеру комунікаційної залежності дітей від соціальних мереж. Для цього треба проаналізувати ставлення дітей до контенту соціальних. Соціальні мережі використовуються для управління як персональною ідентифікацією дитини, так і стосунками між дітьми, та виконують важливу функцію, особливо під час надзвичайних (нелатентних) ситуацій: Covid, а ось тепер – війна. І якщо раніше в центрі уваги дитини, яка користується соціальними мережами, був процес самовираження, то тепер соціальні мережі використовуються переважно для підтримки зв'язку з іншими. Таким чином, такі платформи, як Facebook, Youtube, Instagram, TikTok та інші є своєрідною цифровою пуповиною із зовнішнім світом дитини.

2. Теоретичне підґрунтя

Дослідження у сфері соціальних мереж як об'єктів зацікавлень з боку дітей та як об'єктів комунікаційних та соціалізуючих феноменів є білою плямою на дослідницькій карті медіадосліджень. У всій науковій аналітиці бракує даних соціологічного характеру, а поняття соціальних мереж надто звужено до тих ЗМІ, які орієнтовані на дорослих. Але ж особливу роль у впровадженні соціальних мереж відіграють діти та молодь, а поява соціальних мереж перевертає існуючі рольові відносини поколінь: дорослим часто бракує досвіду та практики роботи з новими медіа, тоді як діти формують неупередженого авангардного користувача або зовсім «цифрових тубільців». Природно, коли ви зростаєте з новими медіа, із соціальними мережами, то розвиваєте різні моделі мислення та по-іншому обробляєте інформацію.

Існують цілі сфери дитячих медіа, в яких ситуація з архівуванням і документуванням, а також дослідницька ситуація сприятлива – це, наприклад, дитяча література у формі електронних текстів та ілюстрацій до них. Серед центральних питань є такі:

- Як соціальні мережі відображають повсякденну культуру та поведінку дитини і як вони, своєю чергою, впливають на повсякденне життя та культурні знання дітей?
- Які зміни у способі реценції уможливають нові, доступні дітям медіатехнології?

- Як використовувалися та використовуються соціальні мережі для будь-якого виду пропаганди?
- Які небезпеки для дітей виходять із соціальних мереж?

Проблеми дитячої залежності від участі в соціальних мережах у згаданому контексті вивчали такі науковці: Т. Гуменюк [2], О. Долженкова [3], В. Захарченко [4], О. Ромах [5], Ю. Строчинська [6], В. Тищенко [3], А. Дхір [7], Д. Каптан [8], П. Каур [7], М. Мантумаки [7], Я. Пурванті [9], К. Сієверт [8], К. Стейнберг [8], А. Тандом [7] та ін.

3. Методи дослідження

Методологічну основу статті становлять загальнонаукові методи. Ключовим науковим методом, який ми застосовували протягом аналізу проблеми, став синергетичний підхід до визначення ролі і місця соціальних мереж у загальнокомунікаційному полі, а також у межах зацікавленості соціальними мережами дитячої аудиторії. Опрацювання наукової джерельної бази ґрунтувалося на застосуванні аналітико-синтетичного методу. Аналітичний метод використано при розкритті особливостей представлення контентів конкретних соціальних мереж у контексті потенційних зацікавлень дітей як учасників цих соціальних мереж. Індуктивний метод дав змогу здійснити загальний аналіз наукових точок зору, які існують щодо проблеми небезпек для дітей, які є учасниками соціальних мереж.

4. Результати та обговорення

Молоді люди народилися в цифровому середовищі, вони є вихідцями з цифрових технологій, які ввійшли в їхнє повсякденне життя. В інтернет-просторі є не тільки «друзі» дітей, але й «небезпечні особистості», що негативно впливає на розвиток молодих і вразливих людей. На такий функціональний контекст популярних для дітей соціальних мереж не недостатньо звертали увагу дослідники масової комунікації, Хоча звертали увагу психологи.

Звісно, технологічний розвиток, особливо інтернет, значно полегшив життя людей. Коли інформація є одним із найважливіших інструментів соціального формування дитини, головним завданням є те, щоб отримання та передача інформації працювали якомога простіше, швидше та ефективніше. Тим часом, поширюється все більше сучасних засобів масової комунікації, поведінка з якими перетворюється на дитячу гру. Як з точки зору об'єктивних, так і суб'єктивних ризиків ця гра може бути використана у спосіб, який є небезпечним для дитини. На додаток до традиційних ЗМІ, таких як радіо та телебачення, з'явилася велика кількість медіа-інновацій – зокрема, потокове передавання, ігри та соціальні мережі. Із закінченням стабільного періоду життя людства (через пандемію COVID-19, а тепер – через війну) такі теми, як використання медіа чи споживання медіа дітьми, відіграють дедалі важливішу роль.

Комунікаційна система, заснована на оцифрованій мережевій інтеграції багатьох способів комунікації, охоплює всі форми культурного вираження. Отже, соціальні мережі відіграють важливу роль у повсякденній діяльності, особливо для дітей. При цьому через величезну диференціацію в асортименті соціальних мереж батькам і педагогам навряд чи вдається мати уявлення про медіаспоживання дітей і грамотно класифікувати використовувані мережі. Оскільки медіа тим часом стали центральними інстанціями соціалізації поряд із домом, школою та групою однолітків, сучасне суспільство більше не може дозволити собі не супроводжувати дітей у спілкуванні з соціальними мережами.

Ентоні Пратканіс, експерт із переконання, та Еліотт Аронсон, всесвітньо відомий соціальний психолог, ще в 1992 р. у своїй книзі «Машина переконання» написали, що дослідники комунікації давно усвідомлюють зв'язок між справами, які обговорюють ЗМІ, та темами, які вважаються найбільш важливими для громадськості (дивимось реферативний

виклад цього видання: [10]). Зміст масової комунікації формує не лише інтереси та цінності аудиторії, а й значною мірою впливає на відчуття страху та безпеки людей (дивимось, наприклад, в української дослідниці Оксани Ромах [5]) – і починається це відчуття із заголовку, оскільки заголовок виступає ключовим елементом майбутнього змісту, і дитина може далі і не читати матеріал. Для дитини зміст посту може бути достатнім за умови прочитання лише назви – і виробники контенту це добре знають.

Навіть читання заголовків достатньо, щоб помилково або перебільшене почуття страху розвинулося у дітей. Як зазначають Анушрі Тандом, Пуніт Каур, Амандір Дхір, Міла Мантумаки в статті «Не виспалися через соцмережі? Дослідження проблеми зі сном через соціальні мережі та гігієни сну в соціальних мережах» [7], деякий час контент соціальних мереж, яким користуються діти, переважно стосувався девіантної поведінки. Цей контент – найпопулярніший, оскільки візуально привабливий і легко перекладається на «рідну мову» інтересів дитини, на основі дитячої моралі. У такий спосіб швидше досягається рівень реакції дитини, яку можна налякати: цей віковий сегмент аудиторії реагує і сприймає контент максимально просто і відверто на своєму найнижчому рівні реакції, а комунікаційні канали виступають для нього найкращим можливим партнером-реагентом [8].

Маршалл МакЛюен у вже класичній книзі «Розуміння медіа» запевняв, що основний канал комунікації (усний, письмовий, електронний) змінює сприйняття аудиторією світу залежно від віку людини [4]. Відоме своєрідне «глобальне село» МакЛюена в епоху безпосередності примушують прийняти формулу згаданих вище Ентоні Пратканіса і Еліотта Аронсона про те, що будь-які особисті бажання в житті з'являються залежно від того, якими є комунікаційні спонукання до цих бажань. У 2016 р. група українських учених під керівництвом професора Віктора Огнев'юка розробила освітню програму «Дитина». В документі зазначено, що «основними компонентами пізнавальної активності є мотиваційний, когнітивний та діяльнісний. Мотиваційний компонент формується на основі потреби в знаннях, зацікавленості до пізнавальної діяльності. Даний компонент є основою для формування когнітивного, що передбачає оволодіння розумовими діями та операціями. Останній компонент виражає спрямованість пізнавальної активності в теоретичній та практичній діяльності» [12].

Соціальні мережі не обов'язково відображають реальність, але мають тенденцію до подачі «спотвореного образу», який може не відповідати інтересам дитини. Однак слід згадати ще один важливий нюанс впливу соціальних мереж на дитину. Йдеться про те, що у певних випадках соціальні мережі є чинником цілісної комунікаційної системи. Для прикладу можна взяти релігійну проблематику. Спочатку у формі дитячих книг (наприклад, адаптація Біблії для конкретної дитячої аудиторії залежно від віку), потім з технічними новаціями (радіо- чи телевізійні передачі), а пізніше – з використанням інтернету (наприклад, в мережі YouTube можна знайти мультимедійні студії Clara Studio.Tv або Малюваки Family) здійснюється цілеспрямована пропозиція дітям стати учасниками певного дійства конкретного тематичного (наприклад, конфесійного) спрямування.

Наприкінці 2021 р. вийшла стаття індонезійських учених «Вплив цифрового маркетингу та інновацій на успішність школи». Тут цікава не сама канва дослідження (вона є предметом іншого наукового тематичного інтересу), а висновок, якого дійшли автори. Вони впевнені у тому, що «інновації мають значний вплив на продуктивність вчителів, цифровий маркетинг не має істотного впливу на продуктивність вчителів, цифровий маркетинг має значний вплив на інновації» [9].

І це справді так. Класичний (і вже заїжджений) приклад 1938 р., коли, слухаючи радіоверсію п'єси Герберта Веллса «Битва світів», тисячі американців були до смерті налякані та в паніці покинули свої домівки, засвідчив, що на аудиторію більше впливають

почуття та емоції, а раціональні аргументи – лише додаток до них. Емблематична лінгвістика дитячої комунікаційної залежності²⁴ щодо способів представлення контенту є тим більше очевидною, оскільки, як твердить директор Книжкової Палати України Микола Сенченко в статті «Від ери Гутенберга до ери Цукерберга»: «віртуальний світ дає змогу "переїхати" в колосальних масштабах, адже немає жодних обмежень, що примушують споживачів робити перерву. Шоу Netflix чи стрічки TikTok невтомні» [13, с. 4].

Діти не мають попереднього соціального досвіду – або принаймні мають мінімальний. А ось уявлення дорослих про своє дитинство спотворюються і трансформуються особистими спогадами, тоді як у дітей є свій власний погляд на реалії (дивимось у українських дослідниць Валентини Пономарьової та Вікторії Захарченко [4]). Ця обставина не лише добре вписується в процес прискореного глобалізованого світу, де діти свято і сліпо вірять авторам контенту, вона сприяє тому, що дитина шукає наставника в навігації соціальних мереж. Як результат – соціальні мережі, орієнтовані на дитячі маси, принципово вбудовують думки в будь-яку подачу. Якщо дитина шукає цільовий контент, вона зможе побачити, що існує незліченна кількість способів знайти цей контент – навіть в межах однієї соціальної мережі. Будь-які групи з будь-якими поглядами (в тому числі релігійні) застосовують так звану «техніку сліпих груп»: функціонально створені, такі групи працюють на посилення загальних почуттів, емоцій і – головне – утворення і вкорінення у дітей сталих асоціацій. Звичайний трюк: у цих групах модератори груп позначають учасників як «наших» і «ворогів». Подібні прийоми є частиною машини переконань, адже хитрий модератор може доволі швидко створити тимчасові сліпі групи, заявивши, наприклад, «ми – сміливі, давайте вип'ємо пігулки і подивимось, що буде далі», або «ми – самостійні, маємо об'єднатися проти старих батьків», або «ми – юні християни, навіщо терпіти біля себе ... (конкретизація конфесії)» тощо (дивимось детальніше: [6]). Отже, не дискусія важлива для нас, не її результат, а просто – давайте об'єднуватись. Адже мета – завжди сліпо слідувати подібним пропозиціям.

Якщо врахувати, що подібні групи активно формуються в соціальних мережах, існують безперечні небезпеки того, як великі натовпи особливо вразливих молодих людей можуть бути переконаними зробити майже все, навіть насильницькі дії – включно щодо себе. Відсутність страху здатна спонукати до негативних вчинків. Для прояву таких вчинків, які об'єктивно не мають під собою жодної основи, достатньо комунікаційного заклику.

Сучасність характеризується тим, що інтернет дає змогу масам спілкуватись з масами (дивимось у професора Володимира Різуна: «існування багатьох мас і є відносно демократичною основою життя суспільства та людини» [14, с. 21]). Але що таке маса? Яким чином масова комунікація доходить до конкретної дитини і через які потаємні, невидимі ниточки здійснюється заклик до дії?

Таїландський дослідник дитячої зацікавленості масовою комунікацією Піраюз Чароенсукомгонгкол в опублікованому 2018 р. дослідженні «Вплив соціальних медіа на соціальне порівняння та заздрість у підлітків: модеруюча роль батьків, які порівнюють дітей, і конкуренція в групі серед друзів» висловив цікаву думку про те, що практично будь-хто може стати активним учасником масової комунікації, сформулювати думку, породити страх чи навіть створити помилкове відчуття безпеки. Інтернет – це простір для багатьох сумнівних і навіть жорстоких осіб і організацій, але безпосередньо соціальні мережі на правду

²⁴ Емблематична лінгвістика пов'язана з технологією вживання змісту засобами простої людської мови, зрозумілої конкретній аудиторії. Емблематична лінгвістика може свідчити про стійкий характер моделей лінгвістичної свідомості дітей і, крім того, підкреслювати прагматичну важливість елементів граматичної системи щодо надчутливих культурних змін у світосприйнятті дітей через масовокомунікаційну практику.

можуть бути (автор вважає, що більшою мірою це стосується мереж Facebook чи TikTok) ще більш ризикованими: немає впевненості в тому, що на сайтах соціальних мереж друзі друзів молодшої людини становлять більшу загрозу, але не будуть викриті [15].

Звісно, через свої смарт-пристрої дитина може стикатись з насильницьким контентом і небезпечними людьми. Ось чому кібербезпека та інша безпека є важливим чинником заходів захисту дітей від девіантного контенту. Важливою частиною таких заходів є свідоме використання медіа, а особливо – в середовищі вразливої аудиторії, яка піддається більшому ризику стати жертвою такого контенту.

Згадаємо найбільш кричущий приклад патогенного впливу неконтрольованого контенту на дітей та підлітків, що його було розміщено в соціальних мережах. Розпочнемо з так званих «груп смерті», що з явилися в інтернеті 2016 року (йдеться насамперед про російську мережу «VK», але пізніше ця група проявила себе і в інших соціальних мережах. Ігри, які прямо закликали до суїциду, відверті тексти про користь і «силу» самогубства, інструкції щодо здійснення суїциду тощо, – це все призвело до створення в дитячому та підлітковому сегментах аудиторії соціальних мереж культу смерті та самогубства. Через, здавалось, невинні комп'ютерні ігри («Розбуди мене о 4:20», «Червона сова», «Море китів» та ін.), які ширились мережею, просувався ідеалізм, гереїзм, незворотність суїциду. А ще – технологія його здійснення – падіння з висоти.

При цьому, звісно ж, не можна заперечувати, що технологічний розвиток є вагомим частиною корисних можливостей, які надає інтернет. Інтернет має історичне значення з точки зору демократичної системи, вираження думок і свободи слова – а про важливість таких чинників демократії треба розповідати дітям змалку (якщо, звісно, батьки вважають за потрібне впроваджувати демократичні засади соціального статусу дитини і якщо йдеться про демократичне суспільство).

Часто для дитини соціальні мережі є і обличчям, і голосом реальності. Вплив соціальних мереж на дітей є величезним [15], і будь-яка молодіжна аудиторія може вибирати між інформацією та інформаторами; ця молодіжна аудиторія навіть використовує всесвітню мережу, щоб знайти певні джерела інформації або – у більш старшому віці – створювати власні контенти, брати участь в обговоренні певних тем з тими, чії думки вони вважають достовірними.

Українська дослідниця Тетяна Гуменюк, аналізуючи блогерство як чинник медіапростору, вважає, що саме суспільство є павутиною невеликих груп, об'єднаних мережею особистих зв'язків і взаємозалежностей, які забезпечують захист особистості від необмеженого впливу соціальних мереж [2, с. 40-43]. На цьому принципі і побудована модель обмеженого впливу соціальних мереж на аудиторію.

Українські дослідники Олена Долженкова та Валентина Тищенко вважають, що комунікація впливає на людей у два етапи [3, с. 93-97]. Відповідно до наведених припущень, перший етап – заохочення до вивчення контенту широким колом аудиторії. Другий етап, на якому повідомлення має бути підтверджено персонально конкретною людиною, скерований на сегрегацію аудиторії. Цю теорію також можна вважати обґрунтованою з психологічної точки зору, адже життя кожної людини супроводжує хтось, до чийої думки вони зазвичай прислухаються.

Будь-які концепції соціальних мереж, представлені нині в науці, не відіграють центральної ролі в дискусії про комунікаційні ландшафти, але мають несподівану актуальність у контексті небезпек, які соціальні мережі несуть дітям, – наприклад, під аспектами захисту від девіантного контенту можемо розуміти не тільки контроль батьків, а й внутрішній, порівняльний контент соціальних мереж. Цей аспект функціонування соціальних мереж ставить питання про те, які зусилля були докладені науковцями щодо аналізу комунікаційних ландшафтів соціальних мереж, як соціальні мережі досягли впливу на молодих людей, життєві світи яких все більше контролюються цими соціальними мере-

жами, інституціоналізуються та роблять молодь все більш ізольованою від реального світу (дивимось у німецької дослідниці Інги Фрайдріх [16]).

Комунікаційний ландшафт при цьому може спонукати поставити ще одне запитання: чи є стан дітей – учасників соціальних мереж справді дитячим? Дослідження «Чи TikTok токсичний? Погляд молоді на постцифрові естетично-культурні практики в соціальних мережах», яке провели німецькі вчені Деря Каптан, Кіра Сіверт, Стефані Ховахл та Клаудія Стейнберг і опублікували у березні 2022 р. [8], засвідчило, що діти беруть із соціальних мереж те, що їм потрібно: вони це знаходять самостійно. Можливості для пошуку в інтернеті у дітей є там, де їх немає в очах дорослих.

Виокремимо такі елементи дитячої залежності від інтернету:

- часті безпричинні зміни настрою;
- хвороблива і неадекватна реакція на поради чи прохання;
- відчутна опозиційність до батьків та родичів;
- погіршення пам'яті і уваги;
- напади страху, тривоги;
- обмеження спілкування з друзями, батьками, родичами;
- вивертність, брехливість, неохайність, що були раніше не характерні.

5. Висновки

Отже, ще раз підкреслимо не стільки складність, скільки неминучість проблеми безпеки перебування дитячої аудиторії в інтернеті. Необмежене та неконтрольоване поширення інформації та безліч інтерфейсів, на які можна поділити цю інформацію, можуть бути не тільки полем змістової небезпеки, але також можуть виконувати захисну функцію. За допомогою різноманітних масовокомунікаційних засобів можна миттєво попередити дитину про можливі небезпеки й убезпечити дитину від них. Багато ресурсів – як в Україні, так і міжнародних – вже пропонують можливість такого захисту, при цьому безпека дитини мала б стати пріоритетом передачі спеціалізованого контенту: треба подбати про те, щоб позбавити дітей інформації, яка їй мало, або взагалі не стосується. Цілком можливо налаштувати програми, які могли б негайно передавати сповіщення про небезпеку.

Крім того, важливим є той факт, що вплив соціальних мереж є двостороннім, отже, саме соціальні мережі можуть навчити дитину відповідальної суспільної поведінки – поведінки не проти суспільства, а на користь суспільства, поведінки не проти себе, а за формування відповідальної особистості. Йдеться про децентралізацію повідомлень соціальних мереж, і в цьому аспекті дефрагментація контенту, адаптованого під цільове скерування, підштовхування дитини до однозначного розуміння подачі, видається нам вкрай небезпечним чинником тиску на дитину, примусу до безальтернативного бачення явища і, можливо, прийняття рішень, включно із трагічними.

Узагальнимо наші міркування у вигляді двох ключових висновків.

По-перше, вплив регульованого середовища соціальних мереж на дитину та необхідність надання дитині вільного простору є неефективним щодо небезпек для дитини.

По-друге, інтерпретація дитиною реалій обмежується комунікаційними пропозиціями соціальних мереж, а тому реальний світ отожднюється з комунікацією, яка існує в поза-реальному статусі. Критичне прочитання реалій дитиною розвивається через занадто високий ступінь довіри до ось цього позареального контенту і романтизує проблему свободи. В соціальних мережах діти, молоді люди перебувають, як правило, без впливу дорослих. Тому ті, хто не дихає духом книги, а надихається іграми-лапавками, пальчиковими віршами і gum twist'ом, розпізнає їх як сучасні, корисні для себе комунікаційні форми і, отже, сьогоднішні *віртуальні* безкоштовні простори на кшталт TikTok і Co через надмі-

рне захоплення цими просторами юною аудиторією наближається до таких, здавалося б, банальних, але доволі небезпечних *реалістичних* вимірів думок, бажань і поведінки дітей.

References

1. Kim Key. The Best Parental Control Software for 2022 <https://www.pcmag.com/picks/the-best-parental-control-software>.
2. Humeniuk T. K. Modern blogger media space: the ukrainian context. Information, communication and knowledge management in a globalized world. Proceedings of the Fifth International Scientific Conference, June 23–24, 2022, Kyiv. KNUKiM Publishing Center. 2022. P. 40-43.
3. Dolzhenkova E., Tyshchenko V. Use of information from media news about disasters for forecasting extraordinary situations in Ukraine. Bulletin of Mykhailo Ostrogradsky KrNU. Issue 1/2020 (120). 194 p.
4. Ponomaryova V., Zakharchenko V. Psychology of child-parent relationship research. Problems and tasks of modernity and approaches to their solution. 2021, Volume 8, pp. 233-236.
5. Romakh O.V. The mass-media context of the feeling of fear and anxiety (based on sociological surveys) // Dialog: Media-studios. – Odesa: Astroprint, 2015. – Vol. 20. – pp. 206-215.
6. Yulia Stochynska. Death challenge in TikTok. How to protect teenagers from the negative influence of social networks? available at: <https://pereiaslav.city/articles/129146/smertelnij-chelendzh-u-tiktok>. 02/19/2021.
7. Tandon A., Kaur P., Dhir A., Mäntymäki M. Sleepless due to social media? Investigating problematic sleep due to social media and social media sleep hygiene Comput. Hum. Behav. 113. July 2020.
8. Derya Kaptan, Kira Siewert, Stephani Howahl, Claudia Steinberg. Ist TikTok toxisch? – die Sicht von Jugendlichen auf postdigitale ästhetisch-kulturelle Praktiken in sozialen Medien. Forum Kinder. 2022. № 3. P. 13-24.
9. Purwanti Yanti, et. al. The Influence Of Digital Marketing & Innovasion On The School Performance, available at: <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/2551/2188>
10. Summary of Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion By Anthony Pratkanis and Elliot Aronson. Independently published. Chicago, Illinois 2022. 36 p.
11. McLuhan Marshall. Understanding media. 5th edition. Kyiv. Kuchkovo Pole Publishing House. 2019. 464 p.
12. Child: Educational program for children from two to seven years old. Science driver project V.O. Ognev'yuk Kyiv. Min. education and Sciences of Ukraine, Kyiv. University named after B. Hrinchenko. 2016. 304 p.
13. Senchenko Mykola. From the era of Gutenberg to the era of Zuckerberg. Bulletin of the Book Chamber. 2022. No. 6. P. 4 (3-6).
9. Yulia Stochynska. Death challenge in TikTok. How to protect teenagers from the negative influence of social networks? available at: <https://pereiaslav.city/articles/129146/smertelnij-chelendzh-u-tiktok>. 02/19/2021.
14. Rizun V. Masy. K. VOC "Kyiv University". 2003.
15. Charoensukmongkol Peerayuth. The Impact of Social Media on Social Comparison and Envy in Teenagers: The Moderating Role of the Parent Comparing Children and In-group Competition among Friends. Journal of Child and Family Studies. 2018. № 27. P.69-79.

16. Friedrich Inga. Identitätsentwicklung Jugendlicher in Zeiten von Facebook, WhatsApp, Instagram und TikTok. Evangelische Hochschule Nürnberg Heilpädagogik. 16.05.2022.

Submitted 19.12.2022

Список літератури

1. Kim Key. The Best Parental Control Software for 2022 URL : <https://www.pcmag.com/picks/the-best-parental-control-software>.

2. Гуменюк Т. К. Сучасний блогерський медіапростір: український контекст. Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі. Матеріали П'ятої міжнародної наукової конференції, 23–24 червня 2022 р. Київ. Видавничий центр КНУКІМ. 2022. С. 40-43.

3. Долженкова Е., Тищенко В. Использование информации из новостей сми о катастрофах для прогнозирования чрезвычайных ситуаций в Украине. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Випуск 1/2020 (120). С. 194.

4. Пономарьова В., Захарченко В. Психологія дослідження дитячо-батьківських відносин. Problems and tasks of modernity and approaches to their solution. 2021, Том 8, С. 233-236.

5. Ромах О.В. Мас-медійний контекст відчуття страху і тривожності (на базі соціологічних опитувань) // Діалог: Медіа-студії. – Одеса: Астропринт, 2015. – Вип. 20. – С. 206-215.

6. Строчинська Юлія. Смертельний челендж у TikTok. Як уберегти підлітків від негативного впливу соцмереж? URL : <https://pereiaslav.city/articles/129146/smertelnij-chelendzh-u-tiktok>. 19.02.2021.

7. Tandon A., Kaur P., Dhir A., Mäntymäki M. Sleepless due to social media? Investigating problematic sleep due to social media and social media sleep hygiene Comput. Hum. Behav. 113. July 2020.

8. Derya Kaptan, Kira Siewert, Stephani Howahl, Claudia Steinberg. Ist TikTok toxisch? – die Sicht von Jugendlichen auf postdigitale ästhetisch-kulturelle Praktiken in sozialen Medien. Forum Kinder. 2022. № 3. P. 13-24.

9. Purwanti Yanti, et. al. The Influence Of Digital Marketing & Innovation On The School Performance URL : <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/2551/2188>

10. Summary of Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion By Anthony Pratkanis and Elliot Aronson. Independently published. Chicago, Illinois 2022. 36 p.

11. Маклюен Маршалл. Розуміння медіа. 5-е видання. Київ. Видавництво Кучкове поле. 2019. 464 с.

12. Дитина: Освітня програма для дітей від двох до семи років. Наук. кер. проекту В.О. Огнев'юк. Київ. Мін. осв. і науки України, Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. 2016. 304 с.

13. Сенченко Микола. Від ери Гутенберга до ери Цукерберга. Вісник Книжкової Палати. 2022. № 6. С. 4 (3-6).

14. Різун В. Маси. К. ВПЦ “Київський університет”. 2003. 118 с.

15. Charoensukmongkol Peerayuth. The Impact of Social Media on Social Comparison and Envy in Teenagers: The Moderating Role of the Parent Comparing Children and In-group Competition among Friends. Journal of Child and Family Studies. 2018. № 27. P.69-79.

16. Friedrich Inga. Identitätsentwicklung Jugendlicher in Zeiten von Facebook, WhatsApp, Instagram und TikTok. Evangelische Hochschule Nürnberg Heilpädagogik. 16.05.2022

Надійшла до редакції 19.12.2022