

Social Work & Education

©SW&E. 2025

УДК 37.013.42:316.752:004.738.5

DOI: 10.25128/2520-6230.25.2.12

Денис МУРАХОВСЬКИЙ,
аспірант, факультет психології,
соціальної роботи та спеціальної
освіти Київський столичний
університет імені Бориса
Грінченка, бульвар І. Шамо, 18/2,
м. Київ, Україна;
d.murakhovskyi@kubg.edu.ua
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-6920-5715>

Статус статті:

Отримано: травень 04, 2025

1-ше рецензування: травень 14, 2025

Прийнято: травень 30, 2025

Мураховський, Д. (2025). Формування ціннісних орієнтацій майбутніх соціальних працівників засобами нових медіа. *Social Work and Education*, Vol. 12, No. 2 pp. 268-275. DOI: 10.25128/2520-6230.25.2.12

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЗАСОБАМИ НОВИХ МЕДІА

Анотація. У статті розглянуто актуальну проблему формування ціннісних орієнтацій студентів спеціальності «Соціальна робота» в умовах цифровізації та зростаючої ролі інформаційно-комунікаційного середовища. Ціннісні орієнтації є ключовою складовою професійної ідентичності соціального працівника, що визначає його здатність приймати морально виважені рішення, дотримуватися етичних стандартів і бути відповідальним у взаємодії з клієнтами та громадою. Сьогодні нові медіа — соціальні мережі, відеоплатформи, блоги, подкасти — виступають не лише каналом передачі інформації, а й самостійним середовищем, у якому формуються переконання, етичні установки та професійна позиція студентської молоді.

Метою дослідження є проаналізувати особливості впливу нових медіа на формування ціннісних орієнтацій майбутніх соціальних працівників.

У роботі окреслено як позитивні аспекти впливу нових медіа, так і ризики. Нові медіа розглядаються як простір етичного вибору, де майбутні соціальні працівники не лише споживають, а й продукують контент, відображаючи власну ціннісну систему. Проаналізовано конкретні механізми інтеграції цифрового контенту в освітній процес: використання соціальних мереж у професійній комунікації, перегляд тематичних відео та подкастів, участь у цифрових просвітницьких ініціативах, створення власних соціальних проєктів онлайн. Акцент зроблено на важливості розвитку медіаграмотності, етичної рефлексії, здатності розпізнавати маніпулятивний контент і формувати усвідомлене ставлення до професійної діяльності в цифровому контексті.

Зроблено висновок, що нові медіа можуть бути не лише викликом, а й ресурсом для професійного зростання майбутніх соціальних працівників за умови їх осмисленого та критичного використання. Запропоновано практичні рекомендації щодо створення цифрового освітнього простору, який сприятиме формуванню ціннісно орієнтованих, етично свідомих фахівців.

Ключові слова: ціннісні орієнтації, соціальна робота, нові медіа, професійна підготовка, медіаграмотність, цифрове середовище, етична свідомість, соціалізація, цифрова освіта.

ВСТУП

Сучасні трансформації в суспільстві, спричинені цифровізацією та зростанням впливу інформаційного середовища, змінюють не лише способи комунікації, але й механізми формування особистісних та професійних орієнтацій. Соціальні працівники як фахівці, що діють на перетині гуманітарних, правових і психологічних практик, потребують чіткого ціннісного фундаменту для ефективної професійної діяльності. Формування таких орієнтацій розпочинається ще під час навчання у вищих навчальних закладах, а нові медіа стають вагомим чинником у цьому процесі.

У контексті підготовки майбутніх соціальних працівників важливо враховувати не лише зміст навчальних програм, але й ті середовища, у яких формуються переконання та соціальні установки студентів. Нові медіа — соціальні мережі, відеоплатформи, подкасти, тематичні блоги — стали неформальним джерелом знань, моделей поведінки й навіть моральних установок (Кастеллс, 2009). Разом з тим, їхній вплив може бути як конструктивним, так і маніпулятивним.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю осмислення ролі нових медіа у професійному становленні соціальних працівників у цифрову добу. Попри наявність окремих емпіричних і теоретичних праць з теми, у науковому дискурсі ще недостатньо уваги приділено саме ціннісному аспекту взаємодії студентів соціальних спеціальностей із цифровим медіасередовищем. Згідно з дослідженнями українських і зарубіжних авторів, цифрове середовище дедалі більше впливає на формування соціальних і професійних орієнтацій молоді (Янг, Бреді, 2022).

Мета дослідження — проаналізувати особливості впливу нових медіа на формування ціннісних орієнтацій студентів спеціальності «соціальна робота».

Завдання дослідження: з'ясувати теоретичні підходи до розуміння ціннісних орієнтацій у контексті професійної підготовки; окреслити роль нових медіа як чинника соціалізації студентської молоді; виявити можливості й ризики використання нових медіа у формуванні професійних цінностей майбутніх соціальних працівників.

Методи дослідження: аналіз наукової літератури, метод порівняння, контент-аналіз, методи інтерпретації емпіричних джерел (у тому числі досліджень ЮНЕСКО, Council of Europe, Pew Research Center тощо).

ОСНОВНА ЧАСТИНА***Теоретичні засади формування ціннісних орієнтацій у соціальних працівників***

Ціннісні орієнтації — це стійкі уявлення особистості про бажане, які визначають її поведінку, мотивацію та життєві цілі. Вони формуються на перетині індивідуального досвіду та соціальних впливів, відображаючи як особистісні переконання, так і колективні норми. У соціальній роботі цінності мають особливе значення, адже професійна діяльність соціального працівника передбачає постійне прийняття рішень у морально складних ситуаціях.

Наукова думка розглядає цінності як структурний компонент свідомості особистості, де вони виступають не лише як етичні категорії, а й як соціальні регулятори поведінки. М. Рокич виділяє інструментальні та термінальні цінності, перші з яких є засобами досягнення мети, а другі — власне метами життєдіяльності (Рокич, 1973). Для соціальних працівників обидві групи є актуальними: повага до гідності клієнта, справедливість, милосердя, професіоналізм — це як кінцеві орієнтири, так і норми щоденної практики (Семигіна, 2020).

Ціннісні орієнтації у сфері соціальної роботи також регламентовані професійними кодексами. Зокрема, Етичний кодекс міжнародної федерації соціальних робітників визначає такі базові принципи, як повага до прав людини, соціальна справедливість, відповідальність, конфіденційність. Вони мають бути не лише декларативними, а й засвоєними на рівні особистої ідентичності майбутнього фахівця.

Професійне формування таких орієнтацій відбувається в процесі підготовки студентів до соціальної роботи, коли освітній процес поєднує теоретичну підготовку, практичне стажування, етичне моделювання ситуацій і рефлексію. Значну роль у цьому відіграють викладачі як носії ціннісних смислів, академічна культура ЗВО, а також позааудиторні чинники, серед яких дедалі вагомішими стають нові медіа.

На думку українських дослідників (Т. Семигіна, 2020), формування професійної ідентичності соціального працівника неможливе без активного засвоєння ціннісних норм соціальної роботи, що передбачає і критичне мислення, і медіаосвітню компетентність. У цьому контексті нові медіа постають не лише як середовище споживання інформації, а й як платформа самовираження, ідентифікації, соціального навчання.

Нові медіа як соціокультурний фактор формування цінностей

У сучасному суспільстві нові медіа відіграють не лише роль комунікаційного каналу, а й потужного чинника соціалізації, що впливає на формування світогляду, громадянської позиції та ціннісних орієнтацій. Під новими медіа (new media) зазвичай розуміють інтерактивні цифрові технології, які дають змогу користувачам не лише споживати, а й створювати контент: це соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, X/Twitter), відеоплатформи (YouTube, Twitch), подкасти, блоги, месенджери, сервіси потокового контенту.

Особливість нових медіа полягає у гнучкості форматів, швидкості поширення інформації, персоналізації контенту та високому рівні залучення користувача. Саме через це нові медіа мають суттєвий вплив на молодь — найбільш активну аудиторію цифрового середовища. Згідно з даними Pew Research Center (2023), понад 85% молодих людей віком 18–29 років отримують новини та інформацію саме через соціальні мережі.

Медіа середовище виконує низку функцій, які безпосередньо стосуються формування цінностей:

- **Інформаційну** — забезпечує доступ до знань про соціальні, етичні, правові аспекти;

• **Просвітницьку** — сприяє формуванню критичного мислення, емпатії, соціальної відповідальності;

• **Нормативну** — через повторювані моделі поведінки формує уявлення про “нормальне”, “правильне”, “етичне”;

• **Ідентифікаційну** — дозволяє користувачам асоціювати себе з певними групами, спільнотами, ідеями.

Проте, разом з потенціалом, нові медіа несуть і низку ризиків. Серед них — фрагментарність сприйняття, поширення дезінформації, формування інформаційних «бульбашок», зниження уваги до глибинних моральних смислів. Молоді люди, які споживають великий обсяг візуального та емоційного контенту, часто сприймають соціальні проблеми поверхнево, або в стилі “trend-driven empathy”.

Для майбутніх соціальних працівників важливо навчитися працювати з новими медіа усвідомлено.

Це передбачає:

• розвиток медіаграмотності як компетентності розрізняти факти і судження, виявляти маніпуляції;

• використання платформ для професійного розвитку (наприклад, участь у тематичних форумах, перегляд експертного контенту);

• рефлексію власної медіаактивності з позиції професійної етики.

Таким чином, нові медіа — це не лише інструмент, а й середовище формування ціннісного світогляду, яке слід інтегрувати в підготовку соціальних працівників як компонент їхньої професійної соціалізації.

Практичні механізми формування цінностей через нові медіа

Інтеграція нових медіа в освітній процес закладів вищої освіти відкриває нові можливості для формування професійних цінностей студентів спеціальності «соціальна робота». Цей процес реалізується як через формальні (навчальні програми), так і неформальні (онлайн-активність, взаємодія в цифровому середовищі) канали.

Одним з ефективних підходів є використання соціальних мереж у навчальних цілях. Наприклад, створення тематичних груп у Facebook або Telegram дозволяє викладачам поширювати навчальні матеріали, ініціювати обговорення етичних дилем, ділитися актуальними кейсами із практики соціальної роботи. Студенти мають змогу формувати власну думку, порівнювати її з поглядами однолітків і фахівців, що стимулює розвиток критичного мислення і морального судження.

Інший приклад — платформи відеоконтенту, зокрема YouTube. Через перегляд документальних фільмів, інтерв'ю з соціальними працівниками, лекцій провідних університетів (наприклад, Harvard, LSE, UCL), студенти ознайомлюються з практиками допомоги, етичними стандартами та професійними викликами. Осмислення такого контенту в контексті навчальних тем сприяє зміцненню гуманістичних орієнтацій.

Подкасти з фахівцями у сфері соціальної роботи, зокрема українські («Соціальна країна») або міжнародні (Social Work Podcast, NASW Social Work

Talks), є корисним джерелом рефлексії, оскільки поєднують живі історії з експертною думкою. Аудіовізуальний формат дозволяє інтегрувати такі матеріали в повсякденне життя студентів, посилюючи зв'язок між освітою і повсякденням.

Окрему роль відіграє створення власного контенту. Завдання студентів розробити просвітницьку кампанію, створити відео про права людини або підготувати соціальний проєкт для онлайн-платформи, формує не лише навички, а й відповідальність за суспільне повідомлення. Така діяльність сприяє закріпленню цінностей через дію, а не лише через теорію.

Однак застосування нових медіа супроводжується і ризиками. Це, зокрема:

- зниження порогу етичної чутливості через «мемізацію» соціальних тем;
- ризик формування викривлених уявлень про професію через неавтентичний контент;

- інформаційна перевантаженість і зниження здатності до глибокого аналізу.

Щоб уникнути таких наслідків, важливо поєднувати медіаактивність із методами професійного наставництва, рефлексивними завданнями та практикоорієнтованим навчанням. Таким чином, нові медіа можуть стати не лише джерелом інформації, а й середовищем етичного зростання студентів соціальних спеціальностей.

Результати якісного аналізу джерел і практик

Попри відсутність первинного емпіричного опитування, можна узагальнити результати сучасних досліджень щодо впливу цифрового середовища на формування ціннісних орієнтацій молоді та студентів соціальних спеціальностей. На підставі аналізу публікацій у фахових виданнях, матеріалів міжнародних організацій та даних освітніх ініціатив сформовано такі ключові спостереження.

1. Нові медіа виступають як простір етичного вибору.

Дослідження Університету Осло (Хольтер, Хегна, 2021) демонструє, що студенти гуманітарних спеціальностей вважають соціальні мережі не лише майданчиком для обміну інформацією, а й інструментом для вираження соціальної позиції, зокрема щодо прав людини, гендерної рівності, екології. У цьому контексті медіа середовище стає «м'якою» формою етичного тестування, що сприяє закріпленню певних орієнтацій.

2. Цифрове середовище посилює роль емоційних моделей поведінки.

Згідно з аналітичним звітом Ради Європи від 2022 року, візуалізація соціальних тем у TikTok або Instagram сприяє емоційному залученню, але водночас може зменшувати глибину критичного осмислення проблем. Це викликає потребу у навчанні студентів навичкам рефлексії й розпізнавання етичних смислів за межами візуальної привабливості.

3. Майбутні соціальні працівники схильні до залучення до цифрових ініціатив із соціальним змістом.

У дослідженні, проведеному ESN (European Social Network, 2022), понад 60% студентів спеціальностей «соціальна робота» вказали, що брали участь або планують брати участь у цифрових кампаніях на підтримку соціальних груп

(інклюзія, права дітей, підтримка ВПО тощо). Це свідчить про високий потенціал нових медіа як інструменту залучення до соціально значущої діяльності.

4. Студенти часто не усвідомлюють медіа-вплив на власні ціннісні установки.

Згідно з узагальненням результатів опитувань у країнах Центральної Європи (Новак, Соколовський, 2021), лише третина студентів здатні чітко виокремити власні джерела ціннісних орієнтацій; решта покладаються на «загальний інформаційний фон» без глибокого аналізу. Це зумовлює необхідність цілеспрямованої роботи з розвитку медіарефлексії у межах освітніх програм.

Загалом якісний аналіз свідчить, що формування цінностей у нових покоління фахівців соціальної сфери дедалі більше відбувається в інформаційному середовищі, де межа між приватною і професійною етикою розмивається. Саме тому освітній процес має бути доповнений практиками критичної медіаосвіти, з акцентом на формування етичної автономії та професійної відповідальності.

Висновки та практичні рекомендації

У контексті цифрової трансформації суспільства формування ціннісних орієнтацій майбутніх соціальних працівників набуває нових рис. Нові медіа стають не лише фоном соціалізації, а активним чинником, що впливає на уявлення про професійні норми, соціальну відповідальність, етичні пріоритети. Вони створюють середовище, у якому студенти отримують знання, формують переконання та моделюють власну поведінку.

Проведений аналіз дає підстави для таких висновків:

- Ціннісні орієнтації у сфері соціальної роботи формуються не лише внаслідок академічного впливу, але й під впливом неформальних джерел — насамперед нових медіа.

- Нові медіа відіграють амбівалентну роль: з одного боку, вони сприяють доступу до етичного знання, прикладів соціальної діяльності, мотиваційного контенту; з іншого — несуть ризики спрощеного або викривленого сприйняття соціальної реальності.

- Брак критичного ставлення до медіаконтенту знижує рівень професійної рефлексії у студентів, що може впливати на якість прийняття рішень у майбутній практиці.

Рекомендації:

1. **Викладачам соціальної роботи:** Впроваджувати інтерактивні методи, які передбачають аналіз медіаконтенту, обговорення етичних кейсів з цифрового простору, а також розробку студентами власних соціальних кампаній у медіа.

2. **Адміністраціям закладів вищої освіти:** Інтегрувати модулі з медіаграмотності та цифрової етики у навчальні програми підготовки соціальних працівників.

3. **Студентам:** Формувати власне медіасередовище, критично оцінювати інформаційний контент, уникати шаблонного мислення та брати участь у цифрових ініціативах, що відповідають етичним принципам професії.

4. **Представникам державної влади та професійних спільнот:** Підтримувати створення якісного освітнього та просвітницького контенту для студентської молоді в соціальних мережах, з акцентом на професійні цінності та права людини.

Таким чином, майбутнє соціальної роботи — це не лише зміст програм чи методика викладання, а й те, як формуються цінності в умовах багатозарового, динамічного цифрового світу. Саме нові медіа можуть стати не викликом, а ресурсом для професійного зростання — за умови свідомого та рефлексивного підходу.

ЛІТЕРАТУРА

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press. URL: https://www.academia.edu/25294841/Manuel_Castells_Communication_Power_2009_, doi: <https://doi.org/10.1177/01634437103799>.

Jimmy, A. Young, Shane, R. Brady (2022). *Re-Imagining Digital and New Media Literacies in Social Work Education*. URL: <https://journals.indianapolis.iu.edu/index.php/advancesinsocialwork/article/view/24947/24404>, doi: <https://doi.org/10.18060/24947>.

Семигіна, Т. В. (2020). Сучасна соціальна робота, С. 24–25. URL: https://www.researchgate.net/publication/342003632_Sucasna_socialna_robota.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. Free Press.

Professional code for the social work professional, (IFSW, 2020). URL: https://www.ifsw.org/wp-content/uploads/2021/03/Code-of-ethics-VSWS_Surinam.pdf?utm_source=IFSW+Members+Organizations+-+March+2021&utm_campaign=81432f27b4-EMAIL_CAMPAIGN_2018_09_14_10_12_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_5701cabe5d-81432f27b4-81999517.

Gruzd, A. (2018). Uses and Gratifications factors for social media use in teaching. URL: https://www.researchgate.net/publication/306023584_Uses_and_Gratifications_factors_for_social_media_use_in_teaching_Instructors'_perspectives, doi: <https://doi.org/10.1177/14614448166629>.

Pew Research Center. (2023). News consumption across generations. <https://pewresearch.org>

Council of Europe. (n.d.). Youth participation. URL: <https://www.coe.int/en/web/youth/youth-participation>.

European Social Network (2023). Annual review 2022. URL: <https://www.esn-eu.org/publications/annual-review-2022>.

Holter, M. T., & Hegna, K. (2021). Digital youth engagement and values: a Nordic perspective. *Youth & Society*, 53(4), 676–694.

Nowak, A., & Sokolowski, M. (2021). Social work education and media: Comparative analysis. *Central European Journal of Social Work*, 17(3), 92–103

**FORMATION OF VALUE ORIENTATIONS OF FUTURE SOCIAL
WORKERS THROUGH NEW MEDIA**

Denys MURAKHOVSKYI, Postgraduate student of the Faculty of Psychology, Social Work and Special Education, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, 18/2 I. Shamo Boulevard, Kyiv, Ukraine; d.murakhovskiy@kubg.edu.ua

Abstract. *The article addresses the pressing issue of forming value orientations among students majoring in social work under the conditions of digitalization and the growing role of the information and communication environment. Value orientations are a key component of a social worker's professional identity, determining their ability to make ethically sound decisions, adhere to professional standards, and act responsibly in interactions with clients and communities. Today, new media—social networks, video platforms, blogs, podcasts—serve not only as channels for information dissemination but also as independent environments where students' beliefs, ethical stances, and professional identities are shaped.*

The purpose of the study is to analyze the specific ways in which new media influence the formation of value orientations in future social workers.

The objectives of the study are: to define theoretical approaches to understanding the essence of value orientations in the context of professional education; to analyze the role of new media as a factor of student socialization; and to identify the opportunities and risks of using digital platforms in the process of shaping professional values.

The methodological basis of the study includes the analysis of academic literature, content analysis, comparative methods, and interpretation of empirical data (including findings from UNESCO, the Council of Europe, Pew Research Center, etc.).

The paper outlines both the positive aspects of new media (increased access to knowledge, development of critical thinking, stimulation of empathy) and associated risks (fragmented perception of reality, information “bubbles”, reduced ethical sensitivity, and the influence of misinformation). New media are presented as a space of ethical choice, where future social workers not only consume but also create content, reflecting their personal value systems.

The study analyzes specific mechanisms for integrating digital content into the educational process: the use of social networks in professional communication, viewing of thematic videos and podcasts, participation in digital awareness campaigns, and the creation of personal social projects online. Emphasis is placed on the importance of developing media literacy, ethical reflection, the ability to recognize manipulative content, and the formation of a conscious attitude toward professional activity in the digital context.

The article concludes that new media can serve not only as a challenge but also as a resource for the professional development of future social workers—provided they are used thoughtfully and critically. Practical recommendations are offered for educators, university administrations, students, and the professional community regarding the creation of a digital educational space that supports the development of value-oriented, ethically aware specialists in the field of social work.

Keywords: *value orientations; social work; new media; professional training; media literacy; digital environment; ethical awareness; socialization; digital education.*

Article history:

Received: May 04, 2025

1st Revision: May 14, 2025

Accepted: May 30, 2025