

УДК 316.614.5

*Галина Лещук, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціальної педагогіки  
Тернопільського національного університету імені Володимира Гнатюка*

### ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДЛІТКІВ

*У статті зроблено спробу проаналізувати вплив засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків; охарактеризовано загальні особливості, труднощі та суперечності підліткового віку; розкрито суть поняття соціалізації особистості; дано характеристику основних видів та функцій сучасних засобів масової інформації; проаналізовано особливості їх розвитку та взаємозв'язку із процесами соціалізації та соціального виховання особистості в умовах сучасного суспільства.*

*Ключові слова:* соціалізація, фактори соціалізації, засоби масової інформації, підлітковий вік, комунікація.

*Літ. 7.*

*Галина Лещук, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики  
Тернопольского национального университета имени Владимира Гнатюка*

### ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРОЦЕСС СОЦИАЛИЗАЦИИ ПОДРОСТКОВ

*В статье сделана попытка проанализировать влияние средств массовой информации на процесс социализации подростков; охарактеризовано общие особенности, трудности и противоречия подросткового возраста; раскрыта суть понятия социализации личности; дана характеристика основных видов и функций современных средств массовой информации; проанализированы особенности их развития и взаимосвязи с процессами социализации и социального воспитания личности в условиях современного общества.*

*Ключевые слова:* социализация, факторы социализации, средства массовой информации, подростковый возраст, коммуникация.

*Halyna Leshchuk, Ph.D. (Pedagogic), Docent of Social Pedagogic Department  
Ternopil National University by V. Hnatyuk*

### THE INFLUENCE OF THE MASS MEDIA ON THE SOCIALIZATION OF TEENAGERS

*An attempt to analyse influence of mass media on the process of socialization of teenagers is done in the article; general features, difficulties and contradictions of teens are described; essence of concept of socialization of personality is exposed; description of basic kinds and functions of modern mass medias is given; the features of their development and intercommunication are analysed with the processes of socialization and social education of personality in the conditions of modern society.*

*Keywords:* socialization, factors of socialization, mass media, adolescence, communication.

**Актуальність проблеми.** Сучасний об'єктивний характер суспільного прогресу в галузі педагогічної діяльності веде до того, що на зміну монопольному статусу школи у сфері виховання особистості, її формування і розвитку приходить всебічна взаємодія всіх інститутів соціалізації, зокрема, й засобів масової інформації (ЗМІ). Глобалізація сучасного інформаційного світу спричинила утвердження медіакультури практично в усіх галузях людського життя – виробництві, соціальній сфері, освіті, комунікації, мистецтві.

У сучасному світі зв'язки між молодим поколінням та глобальною медіасистемою дуже суперечливі. З одного боку, молодь має широкі можливості для розширення кругозору, включення в освітній процес на основі сучасних

інформаційних технологій, знайомства з іншим культурами. З іншого – комерційні засади більшості медіаструктур (мережа Інтернет, супутникове та кабельне телебачення, радіо) створюють умови для безперешкодного доступу широкого кола молоді до антигуманної, антидуховної, аморальної інформації. Крім того, певні деструктивні наслідки некритичного ставлення до інформаційного потоку, зниження якості медійного продукту, можливості широкої маніпуляції свідомістю людей загострюють відносини суспільства із ЗМІ, вимагають значної уваги до інформаційно-комунікаційного простору всіх соціальних та освітніх інститутів. Медіа фактично являє собою систему неформальної освіти та просвітництва різних груп населення, суттєво впливає на засвоєння соціальних норм, формування ціннісних орієнтацій особистості.

**Аналіз основних публікацій.** Значний внесок у розробку проблеми засобів масової інформації як інституту соціалізації та фактора виховання ціннісних орієнтацій молоді людини внесли такі науковці як: І. Бех, Ю. Гальперін, Л. Гордін, І. Кон, В. Ксенофонов, В. Москаленко, О. Первишева, Л. Сніжко (аналіз проблеми виховання молоді, принципи взаємодії соціальних інститутів, фактори та умови виховання); В. Гуров, І. Левшина, І. Зверева, В. Лізанчук, А. Толстих, А. Харчев, С. Хлебик (аналіз різних змістових аспектів засобів масової інформації й комунікації); Л. Біла, І. Дубровицький, Г. Камаєва, Л. Масол, Т. Суценко, О. Педіско, (медійні форми роботи з організації навчально-виховного процесу й дозвілля старшокласників).

**Мета статті** полягає у дослідженні особливостей впливу сучасних засобів масової інформації на соціалізацію підлітків як особливої маргінальної групи населення.

**Виклад основного матеріалу.** Прослідкувавши історичні віхи дослідження поняття “соціалізація особистості”, нами було встановлено, що існувало дуже багато підходів до його трактування. У гуманітарні науки термін “соціалізація” прийшов з політекономії, де його початковим значенням було “усуспільнення” землі, засобів виробництва. Автором терміна “соціалізація” в гуманітарних науках є американський соціолог Ф. Гідінгс, котрий у 1887 р. у праці “Теорія соціалізації” вжив його в значенні, близькому до сучасного, – “розвиток соціальної природи або характеру індивіда, підготовка людини до соціального життя” [3].

У процесі розвитку наук про людину сформувалася сукупність поглядів на соціалізацію, що об’єднує такі ідеї:

- 1) про нерозривний зв’язок з освітою та вихованням;
- 2) про зв’язок соціалізації з адаптивними процесами;
- 3) про соціальні контакти як один із змістовних аспектів соціалізації;
- 4) про значення самосвідомості, соціальної орієнтації та розвитку мови для ефективної соціалізації [3].

У контексті цих ідей соціалізація розглядається як набуття людьми соціального досвіду та ціннісних орієнтацій, потрібних для виконання соціальних ролей.

Треба зауважити, що аж до 60-х рр. ХХ століття, говорячи про соціалізацію, вчені зазвичай мали на увазі розвиток людини в дитинстві, підлітковому віці та юності. Лише в останні десятиріччя дослідники наблизилися до розуміння соціалізації як явища, характерного і

для дорослого віку. Відповідно, сучасні науковці розглядають соціалізацію як процес, що здійснюється упродовж усього життя людини, поділяючись на *первинну* (соціалізація дитини) та *вторинну* (соціалізація дорослих). Це відбувається тому, що умови життя людини, а отже, й вона сама, постійно змінюються, вимагають входження у нові соціальні ролі та змін статусу, іноді докорінних. Але якщо під час соціалізації дитини головною є соціальна адаптація (приспособлення до суспільного середовища), то для соціалізації молоді та навіть соціально зрілої людини основну роль відіграє інтеріоризація (формування внутрішньої структури людської психіки, процес переведення елементів зовнішнього світу у внутрішнє “я” особистості) [1].

Підлітковий вік – вік критичного, швидко зростаючого логічного мислення, прагнення до пізнання всього, що оточує, активності, ініціативності, сміливості, мужності, а також етично-емоційного розвитку. Підлітковий період називають “важким віком”, “переломним періодом”. Його специфіка полягає у зміні поведінкових характеристик: від майже повної слухняності, властивої малим дітям, підлітки переходять до стриманої слухняності, а то й відкритої непокори батькам. Якщо раніше вони дивилися на світ очима своїх батьків, то тепер у підлітків вибудовується система цінностей і поглядів на світ, що частково співпадає з позицією батьків, а частково – з поглядами однолітків. У цей період закінчується формування основ особистості.

Труднощі соціалізації в підлітковий період пов’язані з трьома головними обставинами: розбіжністю між високим рівнем домагань підлітків і низьким соціальним статусом, який заданий їх віком; розбіжністю між старим стилем батьківства, орієнтованого на те, що для матері син і дочка завжди залишається дитиною, і новими потенційними можливостями підлітків, заданих їх психофізіологічним дорослішанням; протиріччям між посиленою орієнтацією на самостійність і зростаючою залежністю від думки і поведінки однолітків.

Можна також виділити наступні джерела проблем в соціалізації підлітків:

1. Суперечність між активним розвитком інтелектуальних і фізичних сил та жорстким лімітом часу, економічних можливостей для задоволення зростаючих потреб.
2. Недооцінка різноманітних життєвих ситуацій та можливостей приводить до виникнення песимістичних настроїв. Це вік як безкорисливих жертв, так і різноманітних зловживань.

3. Підлітковому віку притаманна природна дисгармонія. Бажання і прагнення підлітків розвиваються раніше, ніж воля і сила характеру.

4. Абстрактні ідеали та життєві плани.

5. Труднощі соціальної та психологічної адаптації до умов життя (без опіки батьків) і бажання швидше звільнитися від цієї опіки.

6. Прагнення знайти “свої” ідеали як щось відмінне і протилежне цінностям старшого покоління.

7. Егоцентризм і “відчуття стадності” у поєднанні з усвідомленням власної винятковості.

8. Бажання самим робити свій вибір, але відповідальність за нього не нести [4].

Різні підходи до визначення суперечностей становлення особистості, що відображають різноманітні грані, структурні елементи формування, розвитку і самореалізації особистості молодої людини, дають підстави для конкретизації формулювання основної суперечності соціалізації та виховання підлітків. Основною суперечністю у процесі соціалізації підлітків є суперечність між суспільними відносинами, що об’єктивно ускладнюються, все зростаючими вимогами, що пред’являються суспільством до соціалізації та підростаючого покоління, і недостатньо ефективними соціально-економічними, ідеологічними, політико-виховними засобами впливу на людину.

Соціалізація проходить під впливом величезної кількості різноманітних умов, які так чи інакше відображаються на розвитку людей. Ці умови прийнято називати факторами. Фактори (або чинники) соціалізації можна об’єднати в чотири групи (за А. Мудриком).

Перша – *мегафактори* (мега – дуже великий, всесвітній) – космос, планета, всесвіт, які тією чи іншою мірою через інші групи факторів справляють вплив на соціалізацію всіх мешканців Землі.

Друга – *макрофактори* (макро – великий) – країна, етнос, суспільство, держава, які впливають на соціалізацію мешканців у певних країнах (цей вплив опосередкований двома іншими групами факторів).

Третя – *мезофактори* (мезо – середній, проміжний) – умови соціалізації великих груп людей, об’єднаних місцевістю і типом поселення, в яких вони живуть (регіон, місто, селище); за приналежністю до аудиторії тих або інших засобів масової комунікації (радіо, телебачення тощо) і за приналежністю до тих або інших субкультур.

Мезофактори впливають на соціалізацію як прямо, так і опосередковано через четверту групу – *мікрофактори*. До них належать фактори, що

безпосередньо впливають на конкретних людей, котрі з ними взаємодіють: сім’я, сусідство, групи ровесників і співробітників, різні громадські, державні, релігійні та приватні організації, мікросоціум [3].

Засоби масової інформації є одним із основних факторів соціалізації, покликаний у всьому цивілізованому світі регулювати та забезпечувати основні права та обов’язки демократично вільної людини. Унаслідок науково-технічної революції засоби масової інформації увійшли буквально до кожного дому, вони здійснюють практично постійний вплив на учасників будь-якого суспільства.

ЗМІ відносяться до такого виду соціального спілкування, котрий за своєю природою та сутністю є сферою активізації суспільного виховання, творчого становлення й розвитку людини, всіх її духовно-моральних сил, що забезпечується культурним прогресом суспільства в цілому. Саме через засоби масової інформації (друковані засоби, відео-продукцію, телебачення, Інтернет, радіомовлення) відбувається процес становлення та популяризації цінностей та моделей поведінки, що домінують на певному етапі розвитку суспільства.

*Засоби масової інформації* – це органи, створені для відкритої, публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різних відомостей кількісно великим розосередженим аудиторіям [2].

Характерні риси ЗМІ:

- публічність, тобто необмежене і надперсональне коло споживачів;
- наявність спеціальних технічних приладів, апаратури;
- непряма, розділена в просторі та в часі взаємодія комунікаційних партнерів;
- односторонність взаємодії від комунікатора до реципієнта, неможливість зміни їх ролей;
- непостійний, дисперсивний характер їх аудиторії, яка утворюється від випадку до випадку в результаті загальної уваги, виявленої до тієї або іншої передачі або публікації [6].

ЗМІ в будь-якому сучасному суспільстві в тій або іншій формі виконують ряд спеціальних функцій. Найважливішою з них є функція освіти та соціалізації.

Інформаційна діяльність ЗМІ дозволяє людям адекватно судити про різні події і процеси лише в тому випадку, якщо вона виконує і освітню функцію. Ця функція виявляється в повідомленні громадянам знань, що дозволяють адекватно оцінювати й упорядковувати відомості, що отримуються із засобів масової інформації та

інших джерел, правильно орієнтуватися в складному і суперечливому потоці інформації.

Звичайно, ЗМІ не можуть забезпечити систематичне і глибоке засвоєння різноманітних знань. Це завдання спеціальних освітніх установ – шкіл, університетів тощо. Та все ж мас-медіа, супроводжуючи людину упродовж всього її життя, у тому числі й після завершення навчання, значною мірою впливають на сприйняття нею соціальної інформації. При цьому у людей можуть формуватися і псевдораціональні структури свідомості, що спотворюють реальність при її сприйнятті.

Освітня роль ЗМІ тісно пов'язана з їх соціалізаційною функцією і по суті переростає в неї. Проте якщо освіта припускає систематичне набуття знань і розширює пізнавальні й оціночні можливості індивіда, то соціалізація означає сприйняття і засвоєння людиною загальноприйнятих норм, цінностей і зразків поведінки. Вона дозволяє індивіду адаптуватися до соціальної дійсності. У демократичному суспільстві вона реалізується через масове впровадження заснованих на дотриманні закону і прав людини цінностей, навчання громадян умінню мирно вирішувати конфлікти, не ставлячи під сумнів суспільний консенсус з основоположних питань державного устрою, а також знання законів ринкової економіки і уміння, які дозволяють вирішувати виникаючі перед громадянами побутові задачі [5].

Аналізуючи вплив ЗМІ на процес соціалізації, треба мати на увазі те, що безпосереднім об'єктом дії потоку їх повідомлень є не стільки окремий індивід (хоча і він теж), скільки свідомість і поведінка великих груп людей, що являють собою аудиторію того чи іншого конкретного засобу масової комунікації – читачі однієї газети, слухачі певної радіостанції, глядачі тих або інших телеканалів, користувачі різних сайтів. ЗМІ можна розглядати як стрижень соціалізації у зв'язку з тим, що вони впливають на соціалізацію практично всього населення країни.

Засоби масової комунікації фактично є системою неформальної освіти для різних верств населення. Як джерело інформації й освіти ЗМІ найінтенсивніше використовують люди старшого віку. Але всі користувачі ЗМІ набувають вельми різноманітних, суперечливих, несистематизованих відомостей про типи поведінки людей і спосіб життя в різних соціальних верствах, регіонах, країнах [7].

Особливий вплив ЗМІ соціалізацію підлітків визначається декількома обставинами.

По-перше, ЗМІ виконують рекреативну функцію, оскільки багато в чому визначають як індивідуальну так і групову форму проведення дозвілля людей. Ця роль реалізується по відношенню до всіх людей постільки, поскільки відпочинок на дозвіллі з книгою, в кіно, перед телевизором чи комп'ютером відволікає їх від повсякденних турбот і обов'язків.

З рекреативною тісно пов'язана релаксаційна функція ЗМІ. Для досить великої кількості людей різного віку перегляд телепередач, прослуховування музичних записів, читання стають своєрідною компенсацією дефіциту міжособистісних контактів, відволікаючим фактором при виникненні ускладнень в спілкуванні з оточуючими. Все це набуває специфічного відтінку, коли мова йде про підлітків. Нерідко вони, знаходячись наодинці, включають магнітофон, телевизор, відео, комп'ютер для того, щоб зняти відчуття самотності. Втім, цим же способом вони можуть відгороджуватися від батьків, щоб не чути їх сварок, розмов на обридлі теми і т.д.

Особливо слід зазначити те, що набирає силу тенденція перетворення ЗМІ в сферу самореалізації людини. До традиційного листування читачів з газетами і журналами додалися передачі радіо і телебачення з прямою участю слухачів і глядачів, чати на різноманітних сайтах. Розвиток електронних систем породив абсолютно новий вигляд комунікації і самореалізації – віртуальна взаємодія людини з цікавими їй співрозмовниками, що дозволяє їй знайти однодумців і виразити себе в спілкуванні з ними, що є особливо актуальним для підлітків.

Засоби масової інформації створюють умови, зокрема, для збагачення словникового запасу, оволодіння широким колом інформації. Але в той же час об'єктивно вони формують слухача, глядача, тобто споживача (сьогодні, наприклад, навіть словник підлітка формується часто як словник споживача). Чи стане він активним суб'єктом культурних та соціальних взаємостосунків, залежить від багатьох додаткових умов, зокрема від підготовленості людини до взаємодії із ЗМІ.

Супутникове телебачення, відео, комп'ютери стають все більш масовими, практично не контрольованими джерелами впливу на людину. Крім того, часто вони доступні вихователям в значно меншій мірі, ніж самим вихованцям. Результатом буде все наростаюча розбіжність між картинками світу, що існують у старших і молодших, – зі всіма похідними з цього наслідками.

Виховання як відносно соціально контрольована

соціалізація упродовж тривалого часу використовувало лише друковані засоби масової комунікації. У другій половині ХХ століття стали використовувати можливості кіно і головним чином телебачення (в основному в процесі навчання). Система соціального виховання до недавнього часу не ставила перед собою цілей підготовки підростаючих поколінь до взаємодії зі всіма засобами масової комунікації; усвідомленого використання інформаційних технологій у виховних цілях; впливу через ЗМІ на життєдіяльність і становлення людини. Більш менш успішне досягнення цієї мети припускає використання можливостей ЗМІ для осмисленого і планомірного створення з їх допомогою умов для розвитку і духовно-ціннісної орієнтації людини, її самозміни і самореалізації.

Насамперед, слід мати на увазі відродження просвітницького і навчального компоненту в друкованих і електронних ЗМІ як загальнодержавних, так регіональних і муніципальних. З одного боку, це може, як показує і вітчизняний, і зарубіжний досвід, доповнювати інституційну освіту (у школах, коледжах, вузах тощо). З іншого боку, просвітницькі і навчальні теле- і радіопередачі, рубрики і статті в газетах і журналах, публікації в мережі Інтернет можуть пропонувати глядачам, читачам, слухачам матеріали, які не можуть і не повинні бути присутніми в освітніх програмах, але дозволяють розвинути, задовольнити незліченні інтереси і захоплення. Тобто, засоби масової комунікації можуть створити ефективні можливості для самоосвіти і самореалізації людини в практично необмеженому діапазоні.

**Висновки.** Таким чином, ЗМІ відіграють вагомий роль в розвитку людини в процесі

соціалізації і особливо значуще місце займають серед факторів соціалізації підлітка. У останні десятиліття засоби комунікації зазнають істотних змін унаслідок пришвидшенні науково-технічного прогресу: розповсюдження супутникового зв'язку, кабельного радіо і телебачення, мережі Інтернет, електронних текстових комунікаційних систем (відео, екранних і кабельних текстів), а також індивідуальних засобів накопичення і друкування інформації (касет, дискет, дисків, принтерів). У зв'язку з цим розширюється коло впливу та перелік функцій, виконуваних ЗМІ. Взаємодіючи на основі прямих і зворотних зв'язків з аудиторією, соціальними інститутами, ЗМІ вирішують ряд завдань, що сприяють діяльності цих інститутів, включенню в суспільні процеси аудиторії. Це визначає суспільне призначення, функції ЗМІ в суспільстві.

1. Гарасимів Т.З. *Особистість та проблеми її соціалізації* / Т.З. Гарасимів // Форум права. – 2009. – №3. – С. 156 – 161.

2. Луман Н. *Реальність масмедіа* / Н. Луман // Отечественные записки. – 2000. – № 4. – С. 431.

3. Мудрик А. В. *Соціалізація человека* / А.В. Мудрик. – М.: Академия, 2006. – 304 с.

4. Парунова Ю.Д. *Соціалізація особистості в умовах трансформаційних процесів сучасного суспільства: Автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.03 [Електронний ресурс] / Ю.Д. Парунова; Тавр. нац. ун-т ім. В.І. Вернадського. – Сімферополь, 2006. – 20 с.*

5. Филатова О.Г. *Социология массовой коммуникации* / О.Г. Филатова – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.

6. Хаттаев Ф.Р. *Роль СМИ в социальной работе.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 05.08.2013: – < <http://www.spf.bsu.ru> > – Загол. з екрану. – Мова рос.

7. Шарков Ф.И. *Социология массовой коммуникации* / Ф.И. Шарков, А.А. Родионов. – М.: ИД Социальные отношения, 2003. – 378 с.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2014



“Мені тринадцятий минало...”. Фрагмент.  
Художник І.С. Їжакевич. Гризайль

Мені тринадцятий минало,  
Я пас ягнята за селом.  
Чи то так сонечко сіяло,  
Чи так мені чого було?  
Мені так любо, любо стало,  
Неначе в бога.....  
Уже прокликали до паю,  
А я собі у бур'яні  
Молюся богу... І не знаю,  
Чого маленькому мені  
Піді так приязно молилось,  
Чого так весело було?

[Орська кріпость 1847]

