

## ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ

*В статье представлено экспериментальное исследование по содержанию наполнению материалов СМИ, которые являются предпочтительными для студентов. Подчеркнуто, что исследование содержания материалов прессы, радиоканалов, телепрограмм, сайтов показало их направленность на поощрение деструктивной модели поведения, на сужение интересов и потребностей молодежи, разрушение института семьи, на формирование анти-ценностей у молодежи.*

**Ключевые слова:** *ценностные ориентации, средства массовой информации, эксперимент.*

*The article presents an experimental study based on the content of media materials, which are preferred for students. It was stressed that the research of press materials, radio, television content showed the encouragement for destructive behaviors, the restriction of the interests and needs of young people, the destruction of family institution and forming of anti-values among the youth.*

**Key words:** *value guidelines, media, experiment.*

У сучасному глобалізованому світі уявлення та оцінювання соціальної дійсності залежать від загального соціокультурного контексту, на формування якого здійснюють визначальний вплив засоби масової інформації (ЗМІ) як доступні, масові та ефективні форми інформаційного обміну. ЗМІ формують мотиви, регулюють рівень чутливості суспільства до явищ та подій, впливають на визначення символів престижу, утворюють шкалу цінності людини. За допомогою ЗМІ тиражуються, примножуються образи і моделі поведінки. Вони відображають та формують систему ціннісних орієнтирів суспільства.

Особливий вплив ЗМІ здійснюють на особистість, в якій ще недостатньо життєвого досвіду для об'єктивного оцінювання побаченого або почутого, яка перебуває на стадії формування світогляду. У неї вибудовується система моральних цінностей, розвивається критичність мислення. Отже, постає питання: яким чином студентська молодь вибирає орієнтири у світі цінностей?

Значний внесок у розроблення проблеми ЗМІ як інституту соціалізації та чинника виховання ціннісних орієнтацій молоді людини, зробили такі науковці: І. Бех, Ю. Гальперін, О. Коберник, І. Кон (аналіз проблеми виховання молоді, принципи взаємодії соціальних інститутів, фактори та умови виховання); В. Гуров, І. Зверева, А. Толстих (аналіз різних змістових аспектів засобів масової інформації та комунікації); Л. Біла, І. Дубровицький, Л. Масол, Т. Сущенко (медійні форми діяльності з організації навчально-виховного процесу та дозвілля студентів).

## Розділ II. Проблеми розвитку обдарованості у позашкільних навчальних закладах

Мета статті полягає в тому, щоб розкрити результати дослідження щодо змісту матеріалів преси, радіоканалів, телепрограм, сайтів, що є важливими для студентів.

Визначення популярності та важливості друкованих видань, радіоканалів, телепрограм, сайтів ми здійснили за допомогою анкетування студентів Донецького національного університету імені Василя Стуса. Їм було запропоновано відповісти на такі запитання.

1. Скільки часу щодня у Вас займає перегляд телебачення; прослуховування радіо; читання газет і журналів; Інтернет?

2. Назвіть, які Ви обираєте: TV канали; радіостанції; газети та журнали; сайти.

3. Назвіть улюблені Ваші: телепередачі; радіопередачі; рубрики в журналах, газетах; фільми.

4. Хто впливає на Ваші погляди, цінності з: телевізійних персонажів; серед кіногероїв; інші варіанти?

5. Як Ви вважаєте, позитивно чи негативно впливає Інтернет на сучасну молодь?

А) так;

Б) ні;

В) важко відповісти.

Усього в анкетуванні брали участь 135 респондентів.

За результатами дослідження, серед друкованих видань, студенти віддають перевагу журналам. Газети читають всього 12 студентів. Переважно це – «Аргументи і факти» (5), «Вінницька газета» (3), «Вінниця 33-й канал» (3), «Дзеркало тижня» (1). Журнали, через названу їх значну кількість, ми згрупували так: *розважальні* (32 %), *для молоді* (39 %), *пізнавальні* (8 %), *інші* (21 % – переважно ті, які зараховують до «бульварної преси») (рис. 1).

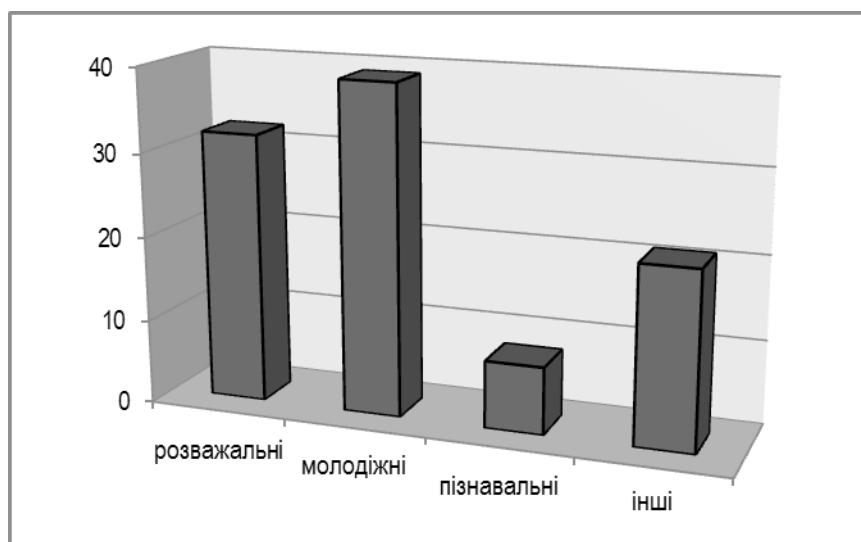


Рис. 1. Рейтинг преси

Більш популярні серед респондентів радіоканали MFM Station (23 %), «Авторадіо» (19 %), Kiss FM (18 %), NRJ (15 %), «Люкс FM» (11 %) (рис. 2).

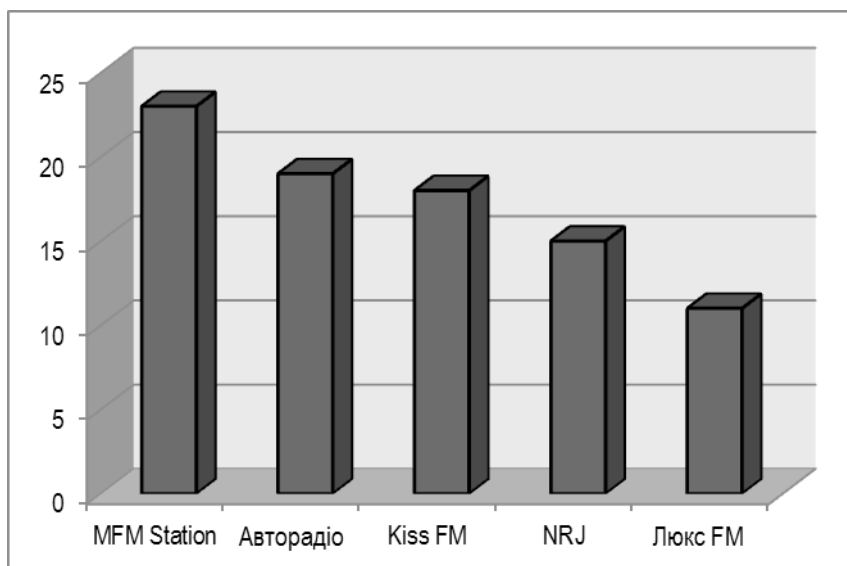


Рис. 2. Рейтинг радіоканалів

Ієрархія телеканалів, що мають найбільшу аудиторію серед респондентів така: «Студія 1+1» (аудиторія – 54 %), СТБ (46%), «Інтер» (32 %), музичні канали (18 %) (рис. 3). Аудиторія таких телеканалів, як «Перший», «Новий», серед опитаних становить усього 5–11 %. Це означає, що інформація цих телеканалів практично не бере участь у процесі формування світоглядних та поведінкових настанов студентів.

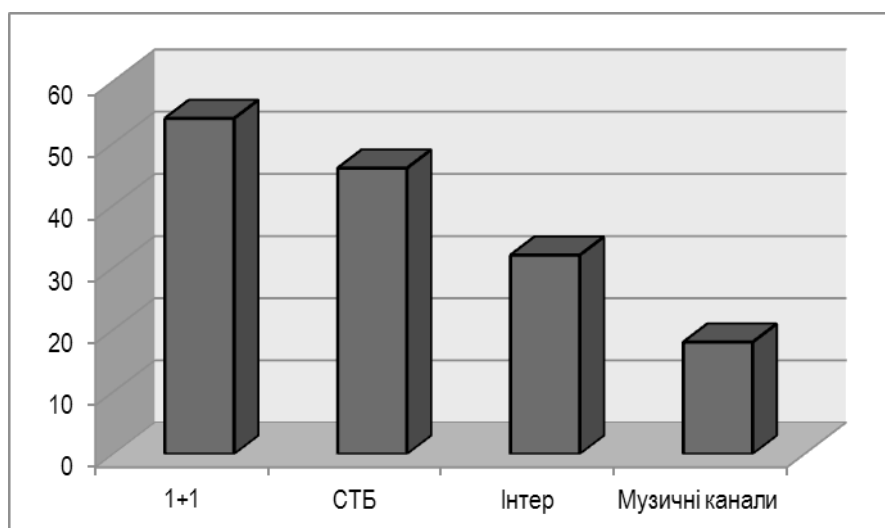


Рис. 3. Рейтинг телеканалів

Розглянемо концептуальні засади та змістовне наповнення вибраних студентами ЗМІ.

«Студія 1+1» – один із провідних виробників телевізійної продукції в Україні, в репертуарі якого життєві історії, інтелектуальні змагання, риторико-політичні двобої, співочі турніри. Він продукує понад 25 програм, серед яких майже 10 (пропагандисти користі, грошей та багатства, як вищих життєвих цінностей), ведуть у жанрі «розважально-захоплюючих»

## Розділ II. Проблеми розвитку обдарованості у позашкільних навчальних закладах

програм. Особливе місце за масовістю загальної молодіжної аудиторії займають програми «Голос країни», «Українські сенсації», «Світ навиворіт».

СТБ – український загальнонаціональний телевізійний канал. Як і раніше найпопулярнішими залишаються проекти власного виробництва телеканалу. Найбільше зростання серед весняних проектів продемонстрували «Слідство ведуть екстрасенси», «Холостяк», «Я соромлюся свого тіла», «Детектор брехні», «Все буде смачно». Окремо необхідно відзначити зростання «Вікна-новини» 22<sup>00</sup>, що єдині серед новинних програм телеканалів ТОП-6 з'явилися і стали популярними відносно минулого року. Також у 2016 р. телеканал вперше запустив дитячі сезони популярних проектів «МастерШеф. Діти» і «Україна має талант. Діти», що стали беззаперечними лідерами своїх слотів.

«Інтер» – загальнонаціональний мовник. За концепцією – це сімейний канал, що враховує потреби соціальних та вікових груп населення. Він випускає понад 22 програми, приблизно 5 із них мають пізнавальне і духовне спрямування, а решта – пропагують ідеї та стереотипи, що нехарактерні для нашого суспільства.

Музичні канали – узагальнена назва множинності розважальних каналів, що транслюють відеокліпи та передають новини з життя зірок.

«MFM Station» – за власними характеристиками – «сучасне стильне радіо, де щодня звучить різноманітна якісна музика, незамінна для тих, хто чорно-білим будням віддає перевагу яскравому святу».

«Авторадіо» – розважальний радіоканал, де грає популярна музика, диско, поп, рок різних років, а також сучасні хіти вітчизняних та зарубіжних виконавців. Концепція радіостанції така: «найкращі хіти та найсвіжіша інформація для тих, хто за кермом».

Kiss FM – перша танцювальна радіостанція в Україні. Позиціонує себе законодавцем моди для мільйонів людей, яких поєднує бажання, не жити сіро.

NRJ – модна, динамічна, сучасна радіостанція, яка «йде в ногу з часом». Ефір радіо NRJ – це ідеальний мікс з найактуальнішої, найкращої, якісної та «гарячої» музики. Лише топові пісні сучасності – лише 100 % хіти! Технологічні ефірні проекти, ігри, шоу, зроблені за європейською моделлю радіомовлення.

Люкс FM – музично-розважальний радіоканал. Найкращу характеристику йому дасть зміст програм: «Зарядка», «Все пучком», «Чумачеча десятка», «Хороші новини», «Міцний горішок».

Ознайомлення з друкованими виданнями для молоді показало, що коло пропонованих тем є досить обмеженим, серед яких життя поп-зірок, розваги, одяг, косметика, музика, секс. У журналах публікують відверті ілюстрації, зміст матеріалів, які спрямовано на провокування в молоді непокори та неповаги до батьків та старшого покоління, популяризацію позашлюбних стосунків та схвальні відносини до сексуальних меншин.

Сьогоднішнє наповнення вітчизняного інформаційного простору цілком відповідає західним реаліям 50–60-х рр. XX століття. Інформаційні потоки практично приватних ЗМІ транслюють деструктивні настанови, що моделюють поведінку людини, необмежену умовностями та правилами. «Проходження нової моралі призвело до різкого зниження народжуваності, руйнування інституту родини та низькому рівні відтворення населення» – вважає Н. Маркова [3].

Проведене російськими науковцями дослідження «Вплив інформаційних технологій на скорочення народжуваності в країні» дало підставу зробити такий висновок: «здійснюється цілеспрямована обробка масової свідомості молоді, результатом якої стане ще більш серйозний демографічний колапс, ніж той, що маємо сьогодні» [5].

Для вивчення впливу на молодь регіональних засобів масмедіа, ми звернулись до їх представників, а саме до:

- Наталії Юріївни Доляк, заступника головного редактора ІТА «ВІТА» (м. Вінниця);
- Сергія Анатолійовича Драчука, керівника телерадіокомпанії ТРК «Вінниччина»;
- Юлії Вікторівни Петровської, тележурналістки каналу СТБ (м. Київ);
- Олени Юріївни Самойленко, головного редактора газети «Університетські вісті» (Донецький національний університет імені Василя Стуса);
- Наталії Сергіївни Шевлягіної, радіожурналістки Радіо Лада ФМ (м. Ладижин, Вінницька область).

За результатами інтерв'ю з'ясовано, що формування змісту даних ЗМІ здійснюється на підставі вивчення попиту на ту чи іншу тематику, ведеться соціологічне опитування аудиторії з метою з'ясування оцінювання програм і публікацій. Переважно ЗМІ розраховано на молодь, хоча є публікації для людей старшого віку. Щодо впливу на ціннісні орієнтації, то інтерв'юєри вважають, що пріоритет у цьому належить родині, адже лише в родині особистість має отримувати моральні настанови, а ЗМІ можуть тільки допомагати батькам. Це зобов'язує батьків та навчальний заклад навчити студента читати газети, дивитися соціальні програми, а ЗМІ – надавати такі матеріали, що допоможуть студенту розвиватися гармонійно, формувати світогляд та ціннісні орієнтації. Матеріали моральної спрямованості важливі, але вони не залучають широку аудиторію, незважаючи на намагання їхніх авторів, тому що люди здебільшого очікують на розважальні передачі та вважають, що функція ЗМІ є переважно розважальною. І ще, важливо в аспекті нашої проблеми те, що її вирішення переходить в економічну площину.

Останні роки характеризуються значним впровадженням у життя студентської молоді науково-технічних досягнень в сфері інформаційних та комунікаційних технологій. Це явище неможливо не оцінювати позитивно. Незважаючи на те, що можливості, надані суспільству Інтернетом, дійсно грандіозні, помітний і широкий спектр породжуваних нею небезпек.

Як Ви вважаєте, позитивно чи негативно впливає Інтернет на сучасну молодь? На це запитання 50 % студентів дали позитивну відповідь, 39 % не змогли відповісти і лише 11 % студентів вважають, що Інтернет негативно впливає на їх здоров'я. Отже, більшість опитаних не розуміє позитивних і негативних впливів Інтернету.

Також студенти відмітили, що відвідують такі сайти: чати і форуми (39 %); сайти ЗМІ (29 %); сайти віртуальних знайомств (17 %); сайти, що містять фото і відео еротичного змісту (15 %); віртуальні музеї (12 %).

Найбільш популярні серед респондентів виявилися сайти: пошукових систем (92,6 %); що містять музику та фільми (89,6 %); з готовими доповідями і рефератами (88,1 %); віртуальні енциклопедії та книги (65,2 %) (рис. 4).

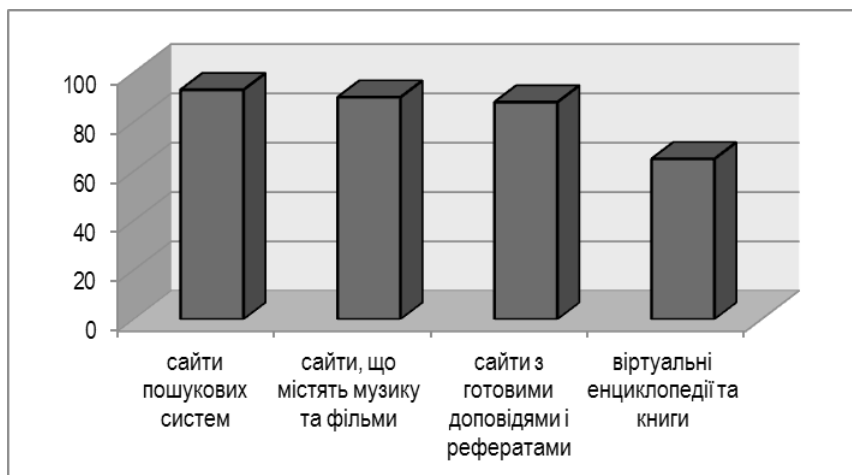


Рис. 4. Рейтинг найбільш відвідуваних сайтів

Таким чином, дослідження змісту матеріалів преси, радіоканалів, телепрограм, сайтів показало їх спрямованість на заохочення до деструктивної моделі поведінки, на звуження інтересів і потреб молоді, руйнування інституту родини, на формування анти-цінностей у молоді. Протистояти такому засиллю зможе грамотна урядова молодіжна політика та розвинена мережа медіа-засобів позитивного змістовного спрямування. Запобігти цьому може медіа-грамотність, що допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, Інтернету, допомагає їй краще оволодіти медіа-культурою загалом і сформувати відповідні цінності у власній системі цінностей.

### Використані літературні джерела

1. Бех І. Д. Виховання особистості [текст] : у 2 кн. : навч.-метод. вид. / І. Д. Бех. – Кн. 1: Особистісно зорієнтований підхід: теоретико-технологічні засади. – Київ : Либідь, 2003. – 280 с.
2. Коберник О. М. Формування морально-ціннісних орієнтацій учнів у процесі розв’язування життєвих задач [текст] / О. М. Коберник // Науковий вісник Донбасу. – 2011. – № 4.
3. Маркова Н. Е. Ценностные установки молодежи современной России [текст] / Н. Е. Маркова // Народонаселение. – № 2. – 2003.
4. Яницкий М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система [текст] / М. С. Яницкий. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2000. – 204 с.
5. [www.djerelo.org](http://www.djerelo.org)

### Bibliography

1. Bekh I. D. Vykhovannia osobystosti [tekst] : u 2 kn. : navch.-metod. vyd / I. D. Bekh. – Kn. 1: Osobystisno zoriientovanyi pidkhid: teoretyko-tekhnolohichni zasady. – Kyiv : Lybid, 2003. – 280 s.
2. Kobernyk O. M. Formuvannia moralno-tsinnisnykh oriientsii uchniv u protsesi rozv'yazuvannia zhyttievnykh zadach [tekst] / O. M. Kobernyk // Naukovyi visnyk Donbasu. – 2011. – № 4.
3. Markova N. E. Tsennostnye ustanovky molodezhy sovremennoi Rossyy [tekst] / N. E. Markova // Narodonaselenye. – № 2. – 2003.
4. Yanytskyi M. S. Tsennostnye oryentatsyy lychnosty kak dynamycheskaia systema [tekst] / M. S. Yanytskyi. – Kemerovo : Kuzbassvuzyzdat, 2000. – 204 s.
5. [www.djerelo.org](http://www.djerelo.org)