

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ОСОБИСТОСТІ

У статті розкривається роль засобів масової комунікації (ЗМК) у сучасному виховному процесі. Виокремлюються позитивні аспекти та наголошується на можливих негативних наслідках впливу ЗМК на становлення молодшої особистості.

Ключові слова: *засоби масової комунікації, процес формування особистості, виховний вплив, соціалізація особистості.*

В статье раскрывается роль средств массовой коммуникации (СМК) в современном воспитательном процессе. Вычленяются положительные аспекты, и акцентируется внимание на возможных негативных последствиях влияния СМК на становление молодой личности.

Ключевые слова: *средства массовой коммуникации, процесс формирования личности, воспитательное влияние, социализация личности.*

Nowadays mass media play a crucial role in shaping people's worldview, developing their tastes, moral values, lifestyles and habits. Mass media have become an integral part of the modern educational system of our society.

A considerable amount of literature has been published on the impact of mass media on IT society.

This article attempts to evaluate the impact of mass media on the development of personal identity and highlights their possible effects on shaping people's worldview.

According to some researchers the influence of mass media on people starts at an early age and continues during the whole life. The adolescents, who are not mature enough, are in the constant search for their moral and ethic values, they shape their own outlook, looking for the stance. So the impact of mass media on the personal development of young people is crucial for their upgrowth.

The task of adults in this situation is to explore the possibilities of mass media and use them effectively. They should also reduce their negative influence on young people.

The increase of cultural awareness and development of the behaviour patterns are the most significant aspects of the mass media impact.

Among the negative aspects of the mass media impact on the personal development the problem of violence occupies a leading position.

Mass media are a complex, multifaceted social institution that fulfils many functions, among which the socialization of a young person and raising their political awareness are paramount.

These days the youth are deeply interested in public life, consciously shaping their outlook.

One of the advantages of mass media is the capacity for keeping the audience aware of all the events happening in the world, thus satisfying a need for new information.

Due to the latest information and communications technology it has become possible to transfer information rapidly in space.

However, efficiency of mass media has its disadvantages. They are "chasing" for breaking news and a desire to pass ahead of the event.

You can trace the negative impact of television on the adolescents' sexuality.

Mass communications occupy a leading position as a powerful means of shaping personal identity, and therefore in recent years there has been an increasing interest in this topic.

Key words: *mass media, the development of personal identity, socialization, IT society.*

Постановка проблеми. ХХ століття по праву вважають століттям автомобілів, комп'ютерів, атомної енергії, інформатизації, освоєння космічного простору. Бурхливий розвиток інформаційних технологій у середині ХХ століття заклав основу формування суспільства абсолютно нового типу – інформаційного. Значення електронних засобів зв'язку, а саме найсучаснішої нової інформаційної техніки, супутникового і кабельного телебачення в житті сучасного суспільства важко переоцінити. Інформаційний бум, який в останнє десятиріччя став реальністю життя українського народу, сприяв включенню України в глобальний інформаційний простір та став одним з найважливіших факторів у формуванні особистості. У сучасному світі засоби масової комунікації(ЗМК) взяли на себе значну частину функцій з формування свідомості людей, виховання їх смаків, поглядів, звичок, уподобань. Масові комунікації стали невід'ємною складовою сучасної виховної системи суспільства.

Аналіз досліджень і публікацій. Серед вчених, хто займається дослідженням різних аспектів проблеми «молодь – засоби масової комунікації

(ЗМК)» слід виділити Н. Богомолу, В. Горохову, І. Звереву, В. Ільїна, Х. Ортега-і-Гассета. Окремі елементи теорії масової комунікації розкриті в роботах Ч. Кулі, В. Ліпмана, Г. Гарда, Г. Блумера і Г. Лассуела, В. Різуна та ін.

У роботах класиків соціології кінця XIX - початку XX ст., таких як Е. Дюркгейм, М. Вебер, А. Шютц, проблематика ЗМК як засобу формування особистості спеціально не піднімається або розглядається опосередковано, однак твори цих соціологів, безсумнівно, мають велике методологічне значення для розуміння характеру і природи сучасних ЗМК, їх позитивних та негативних аспектів виховного впливу на становлення сучасної особистості.

Науковці Н. Сафіулін, М. Данилевська, М. Куликов, В. Ольшанський у своїх роботах досліджують вирішальні фактори та вагомі компоненти процесу формування особистості.

Особливий інтерес представляють роботи Е. Гідденса, Ю. Габермаса, Н. Лумана, Т. Лукмана, П. Бергера, Ж. Бодріяра, в яких з різних теоретико-методологічних позицій досліджується проблематика виховної ролі ЗМК в умовах сучасності.

Метою даної статті є розкрити роль засобів масової комунікації у сучасному виховному процесі, висвітлити їх позитивні аспекти та зазначити можливі негативні наслідки впливу на формування особистості.

Виклад основного матеріалу. До початку інтенсивного розвитку засобів масової комунікації формування особистості, на думку більшості педагогів та психологів [3;4;6], відбувалося під безпосереднім впливом системи освіти та виховання, тиском соціального середовища, що оточувало дитину. Від тепер за силою впливу ЗМК не мають собі рівних і займають одне з провідних місць після сім'ї та школи. Вони настільки міцно затвердились у повсякденності, що уявити сьогодні виховний процес, та й існування людства без них цілком неможливе.

Засоби масової комунікації беруть участь у формуванні економічної, політичної, правової, духовної, моральної свідомості особистості.

За висновками науковців [4;6] вплив ЗМК на людину розпочинається в ранньому віці і продовжується все життя. Слід пам'ятати, що неповнолітня, молода людина, ще не остаточно сформована особистість, яка знаходиться в стадії наполегливих пошуків власного ціннісного життєвого шляху, вибудовує власний внутрішній світ, шукає свою життєву позицію. Тому питання впливу ЗМК на свідомість молоді має принципове значення для їх становлення.

Молодь – це така соціальна група, яка у своєму житті максимально використовує ЗМК і «жадібно» черпає інформацію різного змісту.

Безглуздо сперечатися про користь і шкоду ЗМК у сучасному процесі формування особистості. Існуючий стан у сфері виховання педагог змінити не в силах. Завдання дорослих у цій ситуації визначити позитивні можливості ЗМК і максимально використати їх у процесі формування особистості та якомога точніше передбачити негативні аспекти впливу й спрямувати роботу дорослих на їх подолання або забезпечити мінімальність негативізму.

У зв'язку з цим особливий інтерес для дорослих, особливо педагогів, представляє аналіз як позитивних, так і негативних моделей соціальної поведінки, які розповсюджуються через канали ЗМК.

Серед позитивних аспектів впливу ЗМК на процес формування особистості можна назвати підвищення загальної культури молоді та формування зразка поведінки.

Молоде покоління формує свої думки і смаки практично на сто відсотків завдяки журналам, телебаченню та Інтернету.

Засоби масової комунікації, зокрема телебачення, впливає на поведінку молоді, має істотний вплив на характер їх спілкування зі світом, є взірцем вчинків, які не потрібно винаходити самому, оскільки вони дані в готовому вигляді. Пропагуючи певні цінності, воно здатне формувати у людей відповідні установки. ЗМК пропонують характерні для сучасної масової культури ідеальні зразки та норми поведінки, які проектується на молодіжну субкультуру і тим

самим засвоюються підлітками, формуючи їх ціннісні орієнтації та реальну поведінку.

Серед негативного аспектів впливу на формування особистості варто, в першу чергу, виділити проблему насильства. Практично у всіх сучасних серіалах, фільмах, і навіть мультфільмах наявні елементи або сцени насильства.

Результати досліджень соціологів [3;6]свідчать, що перегляд сцен насильства у телепрограмах, сайтах і фільмам пов'язаний з подальшою агресією. Психологами, соціологами [5;7] було доведено, що теленасильство може стати причиною короткочасного порушення і так званих "ефектів моделювання". Варто згадати відомий 15-серійний художній фільм режисера Олексія Сидорова «Бригада». Після показу майже у кожній школі чи районі міста, з'явилися молодіжні групи, які називали себе прізвиськами «героїв» серіалу, і, що найстрашніше, чинили дебоші, грабежі, розбої, які копіювали саме поведінку героїв цього фільму.

Спираючись на результати дослідження, яке проводили студенти академії у жовтні 2012 року, виявлено, що в середньому щодоби на одному телеекрані показують не менше 20 сцен насильства, але всупереч сформованій думці, згідно з якою молодь прагне дивитися агресивні сцени, 80% опитаних учнів шкіл віком від 12 до 16 років ставиться до подібних сцен байдуже або їх зовсім не переглядають.

Вагоме значення для формування підлітків мають рекламні ролики, які широко використовують усі засоби масової комунікації. Вона викликає інтерес, швидко запам'ятовується, емоційно сприймається, вимагає від глядача неодноразового повернення до їх перегляду.

Аналіз ефірного часу, окремих телеканалів, проведений студентами академії, виявив, що з трьох годин перегляду телепрограм – реклама займає від 41 до 68 хвилин. З цього часу лише від 43 секунд до 1 хвилини 25 секунд відведено на соціальну рекламу та рекламу, спрямовану на пропаганду здорового способу життя, налагодження позитивних стосунків між людьми, екологічне виховання. У

той же час на рекламу шкідливих, особливо для молодого організму, спиртних напоїв, цигарок, пива, продуктів харчування відводять від 1 хвилини 50 секунд до 2 хвилин 45 секунд. При такому натиску пропаганди комерційно-вигідного продукту в рекламі важко встояти не тільки підлітку, але й достатньо сформованій особистості.

Інформаційно-комунікативна система в цілому і, особливо, найновіші засоби телекомунікації набувають особливого значення в контексті розбудови громадянського суспільства. ЗМК – це складний, багатогранний соціальний інститут, який виконує чимало функцій, особливе місце серед яких відводиться соціалізації молодій особистості, а також є інструментом виховання політичної культури.

З інтенсивним розвитком телебачення, новітніх засобів комунікації, індивід з ранніх років життя соціалізується та імітує дорослих набагато швидше, ніж передбачалося. Телебачення, журнали, Інтернет – це вікна, завдяки яким діти дізнаються про світ дорослих, який тепер неможливо від них приховати.

Спираючись на соціальні дослідження [1;6;7], загальновизнано, що сучасна молодь активно цікавиться суспільним життям країни, свідомо формує свою громадську позицію. ЗМК у цьому процесі можуть виступати як ефективний засіб позитивного впливу на свідомість молоді (демонструючи позитивні приклади розквіту країни, соціальної активності молоді, пропагандуючи моральність членів суспільства) так і гальмівним механізмом для окремої людини й цілого суспільства (пропаганда закордонних «переваг» життя, демонстрація «буднів золотої молоді»).

Завдяки ЗМК діти дуже швидко стають схожими на дорослих, прагнуть «приміряти» їх ролі у поведінці з однолітками. Варто додати, що сукупний вплив мас-медіа на дітей сягає пікової точки тоді, коли передачі демонструються з розважальною метою, а діти сприймають їх зміст, як реальний.

Можна простежити протиріччя в ціннісних установках молодих людей: з одного боку, на рівні свідомості, декларується прагнення до особистої

незалежності, гарним і стабільним міжособистісним відносинам, до створення сім'ї й отримання гідної роботи, з іншого боку, проглядається чітка орієнтація молоді на західні стандарти життя. ЗМК в даному контексті відіграють істотну роль у формуванні ціннісних установок молодих людей, бо використовують у своїх трансляціях західні передачі та фільми, успішно рекламуючи західний спосіб життя і сприйняття світу.

Однією з переваг ЗМК є спроможність «тримати» глядачів в курсі всіх подій, що відбуваються у світі, таким чином, задовольняючи потребу у новій інформації.

Завдяки новітнім технічним засобам масової комунікації стає можливим швидке переміщення інформації у просторі. Глобалізм інформатизації змінює, в першу чергу, моральні, культурні, екологічні, правові, політичні аспекти життєдіяльності суспільства.

Сучасні технічні засоби вражають своєю оперативністю, максимально скорочуючи час між подією та повідомленням про неї. Прямі репортажі з місця подій по радіо і телебаченню створюють унікальні можливості співучасті. Тому горизонти буденності неабияк розширилися завдяки відстеженню подій у всіх країнах світу, а це сприяє інтернаціоналізації буденного життя, формуючи ідеологію «громадянського світу».

Водночас оперативність має й негативні сторони: «гонитва» за новинами, прагнення випередити події. Це загрожує формуванням в аудиторії неадекватних очікувань. Крім того, оперативна інформація не завжди аналітична і тому, зазвичай, поверхова.

Слід зазначити також, що сучасні мас-медіа характеризуються високим рівнем інформаційної насиченості. ЗМК не тільки суб'єкт, але й об'єкт суспільного життя, оскільки вони є частиною сучасної дійсності з її протиріччями, конфліктами, які в тій чи іншій мірі ними відтворюються. Тому потоки інформації складаються з багатьох суперечливих повідомлень, що призводить до формування у молодій людини мозаїчності картини дійсності.

Результати досліджень[2;4;6] свідчать, що засоби масової комунікації в структурі дозвілля молодих людей поступаються лише спілкуванню з друзями.

Аналіз основних мотивів перегляду фільмів і передач, сайтів засвідчив, що учні дивляться ТВ, переглядають сторінки Інтернету для того, щоб зняти емоційну напруженість, розважитися.

У той же час глибинний аналіз науковців [3;5]показує, що такий спосіб проведення дозвілля є для молодих людей джерелом емоційної розрядки. ЗМК є джерелом вульгарної інформації, порнографії. У телебаченні, на сайтах Інтернет транслюється безліч еротичних фільмів, передач, навіть цілих телеканалів, які розбещують сучасну молодь. Жахливо те, що цю вульгарність, нечисть ми бачимо скрізь: по телебаченню, в газетах, журналах, мережі Інтернет. Можна простежити негативний вплив телебачення на статеве життя підлітків. Цінності, норми і стереотипи статевого життя, які транслюють ЗМІ, дуже часто далекі від реальності, орієнтують молодих людей на хаотичні статеві зв'язки й стимулюють і без того підвищену підліткову сексуальність.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Засоби масової комунікації займають одне з провідних місць за силою виховного впливу на процес формування особистості, у зв'язку з чим потягом останніх десятиліть викликають інтерес сім'ї, педагогів та інших інститутів суспільства.

Актуальним стають проблеми визначення позиції педагогів у роботі з дітьми, можливоступеня втручання дорослих-професіоналів у процес вивчення та сприйняття підлітками навколишнього світу, виховання поглядів, переконань, вироблення норм, правил поведінки, формування ціннісних орієнтацій, свідомості молодого покоління за допомогою засобів масової комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Костенко Н. Парадигми та фактичності нових мас-медіа / Н. Костенко / Розділ IV. Масова комунікація // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – №6. – С. 127-151.

2. Коломієць В. Міжнародні інформаційні системи: підручник / В.Ф. Коломієць; за ред.. проф.. В.П. Гондюла. – К, Вид.-поліграф. Центр «Київський університет» 2001 – 458 с.

3. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід / пер. з англ. Джеймс Лалл; РЕд. О. Гриценко, Н. Гончаренко.– К. : К.І.С., 2002 – 264с.

4. Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. Назаров. – М.: Едиториал УРСС, 2002 – 240с.

5. Сидоренко Е.В. Тренингвлияния и противостояния влиянию / Е. Сидоренко. – СПб.: Речь, 2004 – 256с.

6. Українське суспільство: десять років незалежності (соціологічний моніторинг та коментар науковців) / За ред. д. ек. н. В.М. Ворони та д. соц. н. М.О. Шульги – К.: Інститут соціології НАН України, 2001 – 662 с.

7. Хаптаев Ф.Р. Роль ЗМІ у соціальній роботі. [Електронне джерело]. Режим доступу: <http://www.spf.bsui.ru>.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Прізвище, ім'я, по батькові *Репко Інна Петрівна*

Місце роботи *Комунальний заклад «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради*

Посада *проректор з науково-педагогічної роботи;
професор кафедри педагогіки і психології*

Науковий ступінь *кандидат педагогічних наук*

Вчене звання *доцент*

Службові:

адреса *м. Харків, 61050, Пров. Руставелі, 7*

телефон *8(057)732-38-30*

E-mail *hgpi @ Kharkov. com*

Домашні:

адреса *м. Харків, 61163 прос. Тракторобудівників,
52-д, кв.121*

телефон *8(057)364-36-70*

Назва статті *Роль засобів масової комунікації у
формуванні особистості*