

Вадим ЯНЧАК,
здобувач другого(магістерського) рівня вищої освіти, спеціальності 231
Соціальна робота, спеціалізація «Соціальна педагогіка»,
Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка,
Алла РЕВТЬ,
кандидатка педагогічних наук, доцентка кафедри загальної педагогіки та
дошкільної освіти,
Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка

ВПЛИВ ЗМІ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ МОЛОДІ

У ХХІ ст. засоби масової комунікації є невіддільною частиною повсякденного життя мільйонів людей, впливаючи на їхні настрої, настанови і світогляди. На сучасному етапі розвитку суспільства масова комунікація стала необхідним елементом взаємодії людей, груп, інститутів, держав, у перебігу якої здійснюється передання інформації, цінностей, оцінок, значень, почуттів тощо, за посередництвом численних джерел: радіо, телебачення, преса, глобальна мережа Інтернет. Тому безпосереднє особистісне спілкування відходить на другий план, а інформаційна взаємодія з навколишнім середовищем стає для молодшої людини одним із найважливіших чинників становлення і розвитку її як особистості. Таким чином, для сучасного підростаючого покоління різко зростає значимість ЗМІ.

Досліджуючи ступінь впливу засобів масової комунікації на суспільство, важливо виокремити молодь як особливу соціально-демографічну групу, адже на відміну від інших вікових груп представники цієї перебувають на стадії становлення й пошуку власного «Я».

Молодіжне середовище найбільш схильне до процесів трансформації нових норм, традицій, оскільки через особливості свого віку та ставлення до життя, саме воно швидше за інших інтегрує нові ціннісні орієнтації і більше за інших потребує соціальної та культурної ідентичності людини в

соціокультурну спільноту. Відмінність у сприйнятті та засвоєнні норм і цінностей культури, порівняно з іншими соціальними та віковими групами,

сприяє трансформації системи цінностей і формуванню відповідних форм поведінки молоді. Цей процес підкріплюється і змінами в суспільстві, які, як правило, стимулюють і спричиняють виникнення нових ціннісних орієнтацій, посилюють протистояння між цінностями традиційної культури та тими, що з'являються знову [2].

Загальновизнано, що основним механізмом інтеграції молоді в суспільство є соціалізація. За сучасних умов соціалізаційний процес відбувається на тлі загальної деформації функцій основних інститутів соціалізації, витіснення одних інститутів іншими, зміни форм і способів соціального контролю та зниження цілеспрямованих впливів інститутів на формування молоді [1, с. 33].

Основні соціальні інститути, такі як сім'я, держава, освіта, ЗМІ та інші, покликані використовувати різні механізми соціального регулювання та контролю соціуму. Очевидно, що сьогодні зростає роль ЗМІ у функціонуванні всіх соціальних інститутів і в процесі управління суспільством загалом. Ця тенденція зумовлює посилення відповідальності перед аудиторією за формування і трансляцію норм і зразків поведінки, життєвих стратегій, ціннісних орієнтацій.

Саме ЗМІ є одним з індикаторів змін, що відбуваються в суспільстві, реалізуючи функції із:

- формування ціннісних орієнтацій, життєвих стратегій, зразків поведінки, звичок, уподобань;
- трансляції соціального досвіду, що впливає на спрямованість процесу соціалізації молодого покоління;
- регулювання соціальної взаємодії та контролю, пропагуючи норми, правила і зразки соціально схвалюваної поведінки;
- забезпечення згуртованості, взаємозалежності та взаємної відповідальності, ідентичності членів суспільства (інтегративна функція);
- задоволення індивідами, соціальними спільнотами і групами різних потреб, зокрема інформаційних, освітніх, комунікаційних, рекреаційних.

Доцільно зазначити, що ступінь і спрямованість реалізації кожної з цих функцій ЗМІ характеризує рівень розвитку певного соціуму.

Очевидно, що в соціальному регулюванні поведінки молоді важливу роль відіграють засоби масової інформації. Результати низки досліджень свідчать, що, як правило, значну частку вільного часу молодь відводить використанню різних форм засобів масової комунікації. Необхідно розуміти, що і свобода ЗМІ стає благом для розвитку суспільства лише тоді, коли вона поєднана з відповідальністю. Відповідальність ЗМІ проявляється насамперед в екологічності тієї інформації, яку вони створюють і тиражують [3].

Вочевидь, сучасні ЗМІ не завжди відповідально та вибірково підходять до вибору змісту трансльованої інформації, часто популяризуючи асоціальну поведінку. Наприклад, через кінематограф, реаліті-шоу, шоу-бізнес активно пропагуються девіантні форми поведінки, де головні герої демонструють шкідливі звички, антигромадські дії, нецензурну лексику, свободу і вседозволеність у міжособистісних і міжстатевих стосунках.

До сказаного варто додати, що сприйняття та інтеріоризація всіх трансльованих форм поведінки, включно з явно девіантними, може призводити до їх сприйняття молодим поколінням їх як норм. Ба більше, без особливих перешкод впроваджувати в реальному житті, враховуючи у власній системі ціннісних орієнтацій і життєвих стратегіях, що спричиняє не вдосконалення і саморозвиток, а деградацію особистості, чи навіть її руйнацію.

В умовах сучасних суспільних змін норми соціалізації, ідеали, зразки поведінки зазнають кардинальних змін. Тому засоби масової інформації як один із найважливіших соціальних інститутів мають транслювати аудиторії приклади ідеального типу особистості, соціально схвалюваної поведінки, норми і правила, що слугуватимуть орієнтиром для наслідування не тільки молодому поколінню, а й суспільству загалом.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кононович Д.О. Засоби масової інформації як агент соціалізації молоді в умовах сучасних викликів. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка : Педагогічні науки*. 2018. № 6 (320) червень. С. 32–38.
2. Король Л., Максимець С. Психологічні чинники впливу ЗМІ на формування особистості сучасної молоді. *Наука і освіта*. 2014. № 5. С. 157–162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NiO_2014_5_30
3. Степанов В.Ю. Вплив засобів масової інформації на свідомість молоді. URL:
https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura38/08.pdf