

future patriot Ukraine citizen formation is determined, taking into account the challenges and priorities of the present time. The author gives an analysis of recent research and publications devoted to the younger pupils' socialisation peculiarities in extracurricular work on national and patriotic education. The article states that junior school life is one of the most important stages in the personality formation, full of further socialisation of the developing generation, the most favourable period for the patriotism upbringing. The author defines the definition of extracurricular work, defines its purpose. The article focuses on the fact that patriotic education of younger pupils in extracurricular work contributes to the students' knowledge deepening of the history and culture of the nation, its traditions, and the formation of patriotic views, beliefs and feelings. The author describes the effective forms and methods of work on national and patriotic education in the elementary school extracurricular activities: heroic and patriotic, and military and sporting events, thematic actions, public wholesome and social significant actions. It is concluded that extracurricular activity is an important social factor, it has significant opportunities for the development of informal relationships and individual abilities, and also provides a space for children's ingenuity and imagination.

Key words: socialization, extracurricular activities, patriotic education, elementary school.

Стаття надійшла до редакції 26.04.2018 р.

Прийнято до друку 25.05.2018 р.

Рецензент – д.п.н., проф. Ваховський Л. Ц.

УДК 070:316.614-053.6

Д. О. Кононович

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК АГЕНТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Роль масової комунікації в соціалізації молоді, формуванні її світогляду незаперечна, особливо в століття загальної інформатизації. У кожній державі засоби масової інформації (далі – ЗМІ) є або конструктивним, або деструктивним засобом формування масової свідомості, ціннісних орієнтацій, політичних і загальногромадянських установок молодого покоління.

ЗМІ є найважливішим засобом впливу на самосвідомість людей. Їх статус обумовлений функціями, які вони покликані виконувати, забезпечуючи громадян достовірною та актуальною інформацією про найбільш важливі події.

Вивчення ЗМІ як соціального інституту та агенту соціалізації носить міждисциплінарний характер. Здебільшого ЗМІ розглядають як потужний

агент впливу на розвиток сучасного суспільства, особливо в молодому віці, коли відбувається становлення неповнолітніх тощо. Місце ЗМІ у структурі соціалізаційних процесів розглянуті та досліджені багатьма науковцями, наприклад, такими, як: В. Бадрак, Л. Вольська, Л. Городенко, В. Зінчук, А. Мойсеєнко, І. Пенчук, О. Петрунько, О. Шерман та ін.

Вагомий внесок у розробку проблеми ЗМІ як інституту соціалізації та фактору виховання ціннісних орієнтацій молодого людини внесли такі науковці як: І. Бех, Л. Гордін, І. Зверева, І. Кон, В. Москаленко, О. Первишева, Л. Сніжко, Н. Чутова [6].

З огляду на особливий вплив ЗМІ на соціалізацію особистості постає проблема чіткого визначення різних аспектів цього впливу. Тому, метою статті є вивчення впливу ЗМІ на соціалізацію молоді в сучасних умовах.

ЗМІ беруть участь у вираженні і формуванні громадської думки про ті чи інші політичні інститути, про економічну, політичну, культурну та інші сфери життя суспільства, реалізують освітню функцію. Остання найтіснішим чином пов'язана з функцією соціалізації.

Соціалізація розуміється як процес становлення особистості, засвоєння соціального досвіду, в ході якого формується найбільш загальні, стійкі риси особистості. Соціалізація має на меті формування соціально активної особистості, дії якої регулюються соціальними нормами та інтересами суспільства. Даний процес забезпечує міцність, збереження суспільства і передачу його культури наступним поколінням [5, с. 21–22].

Крім того, ЗМІ здійснюють функцію критики і контролю в суспільстві, спираючись при цьому на громадську думку і на закон.

ЗМІ виступають також інструментом діалогу між різними соціальними групами.

З офіційної точки зору під ЗМІ розуміється періодичне друковане видання, радіо-, теле-, відеопрोगрама, інша форма періодичного поширення масової інформації [4, с. 261].

З соціологічної точки зору ЗМІ є інформаційно-пропагандистським комплексом, який, з одного боку, є політичним інструментом, з іншого – одним з найбільш ефективних засобів збереження і поширення культури суспільства, засобом соціалізації молодого покоління [4, с. 253].

ЗМІ впливають на соціалізацію всіх статево-вікових і соціально-професійних верств населення. Цей вплив визначається наступними причинами:

1. ЗМІ виконують рекреативну роль, оскільки сучасна людина більшу частину свого вільного часу проводить з різними ЗМІ, які допомагають їй відпочивати, забути, піти від повсякденності, відволіктися від роботи.

2. ЗМІ виконують релаксаційну роль, яка тісно пов'язана з рекреативною. Вони стають своєрідним джерелом поповнення дефіциту міжособистісних контактів, альтернативою при складнощах в спілкуванні з оточуючими.

3. ЗМІ на даний момент фактично представляють систему

неформальної освіти, що виконує просвітницьку роль для різних верств населення. Наприклад, молоді люди сьогодні рідко ходять до бібліотек, так як всю інформацію для особистого користування і навчання можна знайти в Інтернеті. Проблеми такого утворення, по-перше, полягають в тому, що воно безсистемне, поверхове і уривками, мозаїчно. По-друге, отримана інформація не завжди коректна, авторитетна або адекватна, так як ЗМІ не претендують на академічність і часто повідомлення робляться людьми, далекими від наукової сфери.

4. ЗМІ значно впливають на засвоєння людьми різного віку широкого спектру соціальних норм і ціннісні орієнтації особистості. Це проявляється, наприклад, у формуванні матеріальних і соціальних потреб великих соціальних груп і окремих індивідів.

5. Посилюється тенденція перетворення ЗМІ в сферу самореалізації людини. Відносно телебачення це проявляється в передачах з прямою участю телеглядачів, ток-шоу, реаліті-шоу, де звичайні люди стають повноправними учасниками телевізійного процесу, а іноді самостійними «зірками». У сфері Інтернету – це, безсумнівно, блоги, форуми, сторінки в соціальних мережах, викладка інформації (відео, фото, графіка, малюнки і т.д.).

В цілому можна говорити про те, що ЗМІ відіграють велику роль у формуванні людини як особистості і як члена суспільства.

У той же час не можна залишити без уваги ті факти, що велика кількість часу, що витрачається на телевізор, або пристрасть до комп'ютерних ігор в певних випадках робить дітей більш агресивними, збільшує деструктивну складову в поведінці. З одного боку, за допомогою ЗМІ молоді люди стають більш поінформованими, пристосованими до умов навколишнього їх суспільства, з іншого – вони формують з них споживачів, які обмежені жорсткими рамками суспільства споживання і масової культури.

Соціалізуючий ефект ЗМІ розглядався в рамках декількох теорій, зокрема соціального навчання. Згідно з її сучасним варіантом, одержувачі інформації ЗМІ сприймають символічні репрезентації поведінки як основу для побудови своєї власної поведінки [4]. При цьому аудиторія не потребує ні в підкріпленні, ні в заохоченні, щоб вести себе за запропонованою поведінковою моделі, яку вона ефективно переймає. Це відбувається наступним чином: навчання через спостереження – індивіди засвоюють нові моделі поведінки, які представляють ЗМІ; придушення – показуючи, що за певну поведінку слідує покарання, можна зменшити ймовірність того, що особистість буде вести себе аналогічно; розгальмовування – демонстрація заохочення за загрозове або заборонене поводження, її часто буває досить, щоб підвищити ймовірність того, що глядач буде вести себе саме таким чином.

Отже, згідно з цією теорією, ЗМІ відіграють найважливішу роль в соціалізації, так як надають певні моделі поведінки, які при певних умовах стають еталоном для аудиторії.

Ще одна теорія, яка досить повно розглядає значення засобів масової комунікації в процесах соціалізації – теорія культивування, або культивування, яка була розроблена Джорджем Гербнера [4]. Згідно з його уявленням, постійний перегляд телевізійних повідомлень, по-перше, призводить до вироблення у аудиторії спотворених уявлень про соціальну реальність. По-друге, телебачення, впливаючи на свідомість аудиторії, формує в неї різні соціальні ролі і цінності, тобто важливою функцією телебачення є впровадження культурних моделей.

Таким чином, засоби масової комунікації є одним з найважливіших факторів соціалізації, формуючи соціальні норми і цінності аудиторії. У зв'язку з цим необхідно зрозуміти, який вплив ЗМК надають на сучасну молодь, наскільки вони конструктивні.

Вплив ЗМІ на соціалізацію молоді доцільно розглядати через призму функцій, які вона покликана виконувати.

Так, до соціальних функцій засобів масової інформації можна віднести: спостереження за зовнішнім середовищем, зв'язування воєдино фрагментів зовнішнього середовища (з метою формування більш адекватного уявлення про навколишній світ), передача соціальних норм новим поколінням, розваги, відхід від реальності, редукція тривоги, гра як спосіб отримання задоволення в вигаданому світі.

Функція спостереження за зовнішнім середовищем реалізується щоразу, коли молодь отримує зі ЗМІ інформацію про події, що відбуваються в світі, природно під тим кутом зору, які розставляють редактори телевізійних каналів, режисери та ведучі новин, передач і т. п. Можна сказати, що в якомусь сенсі телевізор є для підростаючого покоління своєрідним вікном у великий світ і малий світ. І те, що бачать в цьому вікні наші юні громадяни, формує у них відповідні подання про те, як влаштований навколишній світ.

Оскільки у молодих людей можливостей тестування реальності значно менше, ніж у дорослих, а їх власний життєвий досвід не дозволяє їм критично осмислити те, що пропонують ЗМІ, тому що формується уявлення про навколишній світ нерідко включає в себе не зовсім реалістичні, а іноді і очевидно казкові фрагменти. Результатом таких уявлень може стати зниження самооцінки, внаслідок неможливості досягти того способу життя, який вони бачать на екрані телевізора, або, навпаки, поява агресивності в поведінці і т.д. Всі ці деталі визначають як вироблення стійких стратегій поведінки, так і психологічний стан особистості, її самооцінку, здатність справлятися зі стресом і, в кінцевому підсумку, її соціально-психологічне здоров'я [1, с. 156].

Становлення глобального інформаційного суспільства, перш за все, означає пріоритет інформації і знань в процесі виробництва і розподілу благ. На зміну матеріальних цінностей приходять цінності неекономічного, швидше за духовного порядку. Основою успішності стає не наявність приватної власності, а володіння інформацією і знаннями, можливість їх придбання.

Вплив засобів масової інформації істотно позначається на акселерації, яка характеризує розвиток молоді в даний час. Вона, зокрема, полягає в прискоренні темпів психічного розвитку [5, с. 239].

У той же час, соціалізуючий вплив засобів масової інформації, як правило, обмежений зовнішньою сферою мотивації, просте накопичення або збільшення інтенсивності потоків інформації саме по собі ще не призводить до бажаних результатів в сенсі підвищення рівня культурної свідомості та зміни установки на поведінку [6, с. 11].

Для цього потрібно, щоб інформація увійшла складовою частиною в більш значиму соціальну інформацію і утворила б нерозривне ціле з іншими стимулами і індикаторами свідомої діяльності.

Результати дослідження О. Лаже свідчать, що у тих, хто використовує одні й ті ж канали комунікацій, виробляються свої погляди на сучасну дійсність, що включають в себе безліч індивідуальних відмінностей. В даному випадку канали масових комунікацій виконують функцію не тільки технічних засобів, а й соціального контролю над комунікативною поведінкою індивідів [3, с. 129].

ЗМІ можуть бути інструментом забезпечення підтримки соціальної рівноваги, виконуючи, таким чином, стабілізуючу функцію в суспільстві. Необхідно також враховувати виховну і освітню функції ЗМІ. Крім того, сьогодні ЗМІ є однією з головних форм дозвілля.

Однак вплив ЗМІ суперечливий. Одним з найбільш негативних способів впливу ЗМІ на людину є маніпулювання її свідомістю і поведінкою.

Термін «маніпуляція» в перекладі з латинської означає надавати допомогу, управляти зі знанням справи. Однак в наш час цей термін знайшов дещо інший сенс. Під ним розуміється мистецтво управляти поведінкою людей за допомогою непомітного впливу на їх свідомість і підсвідомість.

Будь-яка маніпуляція – це завуальоване насильницьке нав'язування особистості будь-яких суджень, оцінок, почуттів і вона служить, перш за все, не розвитку свідомості, а механізмом для управління свідомістю і поведінкою людини.

Молодь як специфічна соціальна спільність володіє набором якостей та специфічних властивостей, особливостей психічного розвитку, які сприяють вразливості до зовнішніх маніпулятивних впливів [2, с. 21].

На думку ряду вчених, маніпулювання масовою свідомістю наряду з екологічними катастрофами, військовими конфліктами, демографічними лихами може перетворитися в глобальну проблему XXI століття.

Маніпулювання веде, перш за все, до втрати індивідуальності, а в даному випадку індивід ще більш схильний до маніпуляції. Маніпуляція масовою свідомістю здійснюється через формування його змістовної складової, впливаючи на знання, уявлення, норми, цінності, що розділяються більшістю суспільства. Боротися з маніпулюванням суспільною свідомістю можна тільки безперервним інформуванням

громадян про цілі та засоби маніпуляції.

Ще одна серйозна проблема, з якою зіткається сучасна молодь – це великі інформаційні перевантаження, які нерідко призводять до нервових розладів, особливо у молоді, тому що несформована психіка часом не витримує подібного натиску. З одного боку ЗМІ, зокрема Інтернет, дають можливість долучитися до культури, мистецтва, літератури різних країн [5, с. 255]. Незаперечним фактом є те, що Інтернет є найбільш колосальним в історії людства джерелом інформації. І його можливості (такі як оперативність, доступність зв'язку) дозволяють використовувати Інтернет не тільки як засіб пізнання навколишньої дійсності, а й як засіб спілкування [3, с. 131].

Таким чином, в сучасних умовах значно зростає значення ЗМІ. Володіючи ціннісно-орієнтуючою, культурно-освітньою функціями, ЗМІ відіграють провідну роль у формуванні світогляду молодих людей.

Стрімкий розвиток технологій у галузі ЗМІ породжує нові форми індустрії дозвілля, сприяє створенню умов для розвитку нових практик споживання, оволодіння широким колом інформації, що стимулює аналітичні потенції особистості. Водночас технології формують аудиторію глядача, слухача як пасивного споживача інформаційного продукту, внаслідок чого виникає загроза знецінення моральних, гуманістичних вартостей, зростання рівня девіацій, розповсюдження псевдо цінностей. І ці процеси дедалі прискорюються, висуваючи ЗМІ на позицію провідного агента соціалізації, який потребує постійних соціально-педагогічних досліджень їх функціонування і розвитку.

Результати дослідження впливу ЗМІ на соціалізацію молодої людини та формування її особистості свідчить про гостру потребу оновлення змісту соціально-педагогічної роботи, зокрема введення в неї нових компонентів, пов'язаних з запобіганням маніпуляціям свідомістю молоді.

Список використаної літератури

- 1. Гарасимів Т. З.** Особистість та проблеми її соціалізації / Т. З. Гарасимів // Форум права. – 2009. – №3. – С. 156–161.
- 2. Елишев С. О.** Молодежь как объект манипуляции / С. О. Елишев. – СПб : Канон, 2015. – 319 с.
- 3. Лаже О. В.** Особливості функціонування засобів масової комунікації як агента соціалізації особистості / О. В. Лаже // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2014. – №61. – С. 127–132.
- 4. Лукашевич М. П.** Соціологія. Загальний курс / М. П. Лукашевич, М. В. Туленков // Підручник. – К. : Каравела, 2004. – 456 с.
- 5. Мудрик А. В.** Социализация человека / А. В. Мудрик. – М. : Академия, 2006. – 304 с.
- 6. Чутова Н. П.** Впливовість мас-медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді (на прикладі Дніпропетровського регіону): автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / Н. П. Чутова. – Запоріжжя, 2010. – 16 с.

Кононович Д. О. Засоби масової інформації як агент соціалізації молоді в умовах сучасних викликів

У статті аналізується роль ЗМІ в соціалізації молоді. Дається аналіз засобів масової інформації як інституту сучасного суспільства. Аналізуються фактори, що впливають на зростання ролі ЗМІ в соціалізації особистості. Розглядаються форми впливу засобів масової інформації на масову свідомість. Дана характеристика основних видів та функцій сучасних засобів масової інформації; проаналізовано особливості їх розвитку і взаємозв'язку з процесами соціалізації і соціального виховання особистості в умовах сучасного суспільства. Також автор зосереджується на особливостях та специфічних властивостях молоді як соціальної групи, що робить її ідеальною метою для дій маніпуляторів. Виявляється роль мас-медіа в сучасному суспільстві і в процесі соціалізації молоді.

Ключові слова: молодь, засоби масової інформації (ЗМІ), соціалізація молоді, агент соціалізації, інформаційний простір, маніпуляція масовою свідомістю.

Кононович Д. А. Средства массовой информации как агент социализации молодежи в условиях современных вызовов

В статье анализируется роль СМИ в социализации молодежи. Дается анализ средств массовой информации как института современного общества. Анализируются факторы, влияющие на возрастание роли СМИ в социализации личности. Рассматриваются формы воздействия средств массовой информации на массовое сознание. 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. Выявляется роль масс-медиа в современном обществе и в процессе социализации молодежи.

Ключевые слова: молодежь, средства массовой информации (СМИ), социализация молодежи, агент социализации, информационное пространство, манипуляция массовым сознанием.

Kononovych D. Mass Media as an Agent of Youth Socialization in Conditions of Modern Challenges

The article analyses the role of the mass media in socializing the youth. The author analyses the mass media as an institute of the contemporary society and analyses the factors influencing the increasing role of the mass media in personality socialization. Description of basic kinds and functions of modern mass medias is given; the features of their development and intercommunication are analyzed with the processes of socialization and social education of personality in the conditions of modern society. The author focuses on the features and specific properties of youth as a social group that make it an ideal target for the actions of manipulators.