

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ

Живучи в сучасному світі, ми постійно стикаємося із засобами масової інформації, які пронизують майже всі сфери нашого життя. Вивчення особливостей впливу засобів масової інформації на ціннісні орієнтації молоді є досить актуальною проблемою сьогодення, що викликає науковий інтерес у вчених різних галузей наукових знань. Такий попит дослідження останньої обумовлюється тим, що саме молодь є найактивнішою частиною суспільства, яка задає загальний тон його розвитку.

Огляд психологічних робіт в галузі мас-медіа висвітлено в дослідженнях Р. Харріса та Г.С. Мельника. Достатньо велика кількість досліджень ЗМІ так чи інакше торкаються ціннісної проблематики. Змістовий аспект цих робіт є досить широким: від загальних проблем ціннісних орієнтацій в контексті масових інформаційних процесів до ролі різних видів ЗМІ (телебачення, преси, радіо) у формуванні певних цінностей і ціннісних орієнтацій молоді (загальнолюдських, гуманістичних, політичних). Загалом, в науковій літературі ціннісні орієнтації визначаються як складний соціальний феномен, що характеризує спрямованість і зміст активності індивіда, що є складовою частиною системи відносин особистості. Цінності орієнтують діяльність індивіда, а також істотно впливають на процес становлення особистості. На думку В. А. Ядова [4] саме ціннісні орієнтації виступають критеріями прийняття життєвоважливих рішень в ситуаціях морального вибору. Це говорить про те, що означений феномен людської психіки детермінується не лише внутрішніми, а й зовнішніми факторами, провідне місце в останніх належить засобам масової інформації.

З приводу цього, можна сказати, що засоби масової інформації займають важливе місце в житті людини. Вони настільки міцно влаштувалися в повсякденному житті людини, що вона навіть уявити собі не може свого існування поза їх впливу. Це пояснюється тим, що саме засоби масової інформації надають безпосередній вплив на формування орієнтацій і ціннісної бази суспільства. Незважаючи на типові та індивідуальні відмінності між засобами масової інформації, вони формують єдину систему масової комунікації.

Нинішні дослідники абсолютно по-різному характеризують ЗМІ та їх вплив на людську свідомість. До позитивних впливів належить розвиток світогляду суспільства та задоволення трьох основних видів потреб (комунікативної, пізнавальної, ігрової). Окрім позитивного впливу, існує також і негативний, до якого відносять *широке розповсюдження різноманітної інформації сумнівного змісту* з притаманною стратегічною маніпуляцією.

Це говорить про те, що в даний час, щоб не потрапити в інформаційну залежність і захистити свій розум від навіювання, необхідно вчитися відрізняти «зерна від плевел», тобто розділяти інформацію на корисну, нешкідливу і шкідливу, здатну завдати шкоди свідомості, здатну негативно вплинути на ціннісні орієнтації особистості. Різноманітність видів ЗМІ, технологій в цій галузі помітно підсилюють їх вплив і сприяють проникненню в усі сфери нашого життя.

Відтак, можна сказати, що ціннісні орієнтації є своєрідними орієнтирами, які виступають, з одного боку, сполучною ланкою між соціокультурним середовищем і індивідуальною свідомістю людини, а з іншого – між її свідомістю, діяльністю і поведінкою. Вони є елементом вираження цілого комплексу потреб і інтересів, цілей і прагнень, світогляду і переконань людини, і відповідно до них індивід мотивує свою поведінку. Формування ціннісних орієнтацій людини здійснюється за рахунок впливу засобів масової інформації.

Список використаної літератури

1. Ануфрієва О. Тенденції взаємодії засобів масової інформації з молодіжною аудиторією / О. Ануфрієва // Соціальна психологія. – 2005.– №6. –120 с
2. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. М.: Политиздат, 1996. – 113 с.
3. Приходько Т. Ціннісні орієнтації у свідомості та поведінці сучасної молоді // Соціальні виміри суспільства. Вип. 2. - К., 1998 – 46 с.
4. Ядов В.А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. Л.: Наука, 2007. – 55 с.

*Науковий керівник: Каряка І. В.,
канд. псих. наук, доцент*