

А. В. ТАРАСОВ, студент
(Криворізький державний педагогічний університет)

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Наукові праці МАУП, 2003, вип. 12, с. 124–125

Розглядаються засоби масової інформації (ЗМІ) як один з головних інститутів соціалізації юнаків. Показано негативні аспекти їх впливу на формування свідомості в юнацькому віці. Аналізується поведінка, що формується при копіюванні юнаками рольових моделей, пропонованих ЗМІ.

Розбудова української державності відбувається в непрості часи. Соціальні патології, які останнім часом перетворилися на справжній біль нашого суспільства, — корумпованість влади, зростання злочинності, нерідко безглуздої, поширення алкоголізму, наркоманії, зростання кількості самогубств, — свідчать про те, що ми переживаємо нині серйозну моральну кризу — кризу відповідальності, що проявляється на всіх рівнях: від окремої особи до державних структур. Насамперед від цього страждає молодь. Як свідчать соціологічні дослідження, характерною ознакою життєсприйняття молодих людей стали нігілізм; притуплення громадянських почуттів, відсутність ідеалів, аполітичність, неприйняття громадських норм і цінностей, непатріотичність [4, 3].

Все це зумовлено реальними причинами. Розглянемо один із факторів, що призвів до такої ситуації.

Юнацький вік в житті людини є тією останньою сходинкою, що веде в досить суворий світ дорослих прав та обов'язків. На цьому етапі закладаються основи "самопрограмування", близької і віддаленої перспектив, що мають визначати активність і досягнення в дорослому житті. Подальші життєві цілі та вчинки часто є певною "коррекцією" цих перших планів-мрій. Юнак стикається з різноманітними соціальними вимогами та рольовими моделями поведінки і активно осмислює їх, піддає критиці, виробляє власні "правила гри". Цей драматичний процес розгортається в тому внутрішньому світі, яким є досягнення его-ідентичності в юнацькому віці [5, 32].

Становлення "Я-концепції" в цей період — головний психічний процес. Юнак відкриває для себе свій внутрішній світ. Разом з усвідомленням своєї унікальності, неповторності, несхожості на інших приходить й почуття самотності. Звідси зростає потреба у спілкуванні й одночасно підвищується його вибірковість, потреба в усамітненні [2, 85]. Цей процес дістав назву особистої ідентифікації. Найбільш докладно цей процес розглядається у працях Е. Еріксона [2, 91].

Теорія життєвого циклу людини, як вважає Е. Еріксон, закріплює за юністю новий психосоціальний параметр, що має два полюси: позитивний (его-ідентичність) та негативний (рольове змішання). Психологічна сутність цього параметра полягає в тому, що юнаки намагаються інтегрувати численні рольові образи дитинства та підліткового віку в персональну ідентичність що являє собою "... суму внутрішнього досвіду, набутого на попередніх стадіях, коли успішна ідентифікація призводила до успішного урівноваження базових потреб індивідуума з його можливостями та обдарованістю" [5, 32].

Інакше кажучи, щоб зрозуміти фактори, що впливають на розвиток "Я-концепції" юнака, слід охарактеризувати основні інститути соціалізації. До таких належать батьківська сім'я, школа, товариства однолітків, ЗМІ. Найбільше впливають останнім часом на юнака засоби масової інформації. Ще В. О. Ключевський писав: "Розум сучасної молоді людини рано вичерпується засвоєнням чужих думок та втрачає здатність до самодіяльності та самостійності" [2, 19]. Значення ЗМІ

в сучасному інформаційному суспільстві недооцінювати важко. Різні соціальні інститути, використовуючи іноді свідомо психологічні прийоми, маніпулюють думками людей. Згадати хоча б шалену увагу до PR-технологій та бум рекламної справи [3, 62]. Об'єктом цього процесу є також і сучасна молодь.

Майже сорок років тому Е. Еріксон писав про негативний вплив на особистість надмірної ідентифікації юнака з ілюзорними взірцями (кінозірки та кіногерої, яких вони грають, відомі рок-музиканти). На жаль, це застереження актуальне ще й зараз [5, 32]. Сьогодні іноді доводиться бачити, як деякі юнаки копіюють поведінку відомих персонажів різних кінострічок (наприклад, "Брат-2", "Бригада" і т. ін.). Насторожує те, що цей зовнішній прояв базується на "філософії життя" головного героя...

Американський дослідник Ле-Мастерс склав список основних тем, відображення яких у ЗМІ суттєво відрізняється від рольових моделей поведінки, що намагаються прищеплювати вчителі та батьки. Ось деякі з них:

1. Ідеалізація соціальної інфантильності: герої популярних молодіжних серіалів намагаються створити ілюзію, що здобути "раннього багатства та слави можна за наявності деяких здібностей, зовнішньої привабливості та надзвичайної пробивної сили".

2. Насильство: до 14 років середній американський школяр бачить на телеекрані майже 18000 убивств.

3. Орієнтація на матеріальні цінності: робиться відверта спроба підмінити поняття щастя поняттям матеріального успіху, під яким розуміється володіння розкішним житлом та машинами. На екрані у великій кількості подають нам представників престижних професій і майже немає дрібних продавців, робітників, банківських клерків.

4. Статеві відносини подаються на суто фізичному рівні, хоча глядачів намагаються переконати, що це справжня "любов".

5. Гедонізм: показ нереального, проте на вигляд доступного світу розваг та втіх. Нескінчені серіали, що транслюються вдень, після занять дивиться значний відсоток школярів. Герої цих

фільмів постійно стикаються з одними й тими самими проблемами: зґвалтування, вживання наркотиків, необхідність абортів, безпліддя подружжя, позашлюбні діти, розлучення, психічні розлади і т. ін. Соціальна цінність таких образів досить дискусійна [5, 32].

Сприймання реального життя через екранні образи створює в юних глядачів хибні сподівання, що успіх прийде сам без копітких зусиль та праці [5, 32–33].

Школа як інститут соціалізації стикається з проблемою, що частина молодих людей, які хоч і не склали іспитів або взагалі не прагнули до їх складання, але посідають привілейоване місце в суспільстві та заробляють багато грошей. Нині добрі результати на іспитах, навчання у вищому закладі освіти та одержання диплому про спеціальну освіту не завжди забезпечують успіх у житті [1, 26]. Звідси цінності, що формує школа, ставляться під сумнів, як і впливовість цього інституту соціалізації.

Проте не всесильні навіть ЗМІ. Існує проблема індивідуального групового відбору, оцінки та інтерпретації інформації, що повідомляється. Скільки б часу люди не витрачали на сидіння біля блакитних екранів, вони дивляться не все підряд, а їхня реакція на побачене та почуте залежить від настанов, що панують в їх первісних групах (родина, однолітки і т. ін.). Тому соціальні інститути суспільства мають надавати альтернативні зразки поведінки, що передбачали б критичне сприйняття будь-якої інформації, зниження рівня механізмів несвідомого наслідування.



Література

1. Данилова Л. Формування особистості нового типу // Шлях освіти. — 2001. — № 3.
2. Кон И. С. Психология ранней юности. — М., 1989.
3. Королько В. До питання про соціальну роль та етику Паблік рілейшнз // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2000. — № 1.
4. Уайт П. Громадянські чесноти і шкільна освіта: виховання громадян демократичного суспільства. — К., 2002.
5. Шестопалова О. Криза ідентичності та адиктивна поведінка в юнацькому віці // Рідна шк. — 2000. — № 11.