

ВПЛИВ МАС-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

С.Ж. Верезомська, кандидат історичних наук, доцент

Полтавський університет економіки і торгівлі, Полтава, Україна

Мас-медіа на сучасному етапі розвитку соціуму, який зазвичай характеризують як «інформаційне суспільство» набула особливої та надзвичайної ваги в управлінні різними соціокультурними процесами.

Виступаючи головним джерелом трансляції в широкі маси різнобічно-представленої інформації про сучасний світ засоби мас-медіа стають потужним інструментом формування ціннісних орієнтирів, життєвих настанов та моделей поведінки у різних сферах суспільства стаючи таким чином одним із впливових каналів соціалізації особистості.

Формування ціннісних орієнтирів як процес протікає впродовж всього людського життя, проте на початкових його етапах - в дитинстві, юності й молодості, під час формування основного потенціалу особистості, відбувається найбільш активно. Одним із найбільш впливових чинників, що впливають на побудову системи цінностей сучасної молоді, поряд із сім'єю, колом друзів, освітніми закладами, сьогодні стали різноманітні й всеохоплюючі канали мас-медіа.

Молодь, у порівнянні з іншими віковими категоріями, краще й швидше засвоює та ширше використовує у своєму житті нові інформаційні технології тому й виступає одним із головних цільових користувачів мас-медійної продукції. Широке використання сучасними молодими людьми глобальної мережі Інтернет, яка об'єднала традиційні канали подачі інформації зробивши доступним практично у будь-якому місті й цілодобово перегляд новин, кінофільмів, читання газет та прослуховування радіопередач з практично будь-якої країни світу призвела до фактичного стирання кордонів національних медіапросторів. Завдяки такому процесу медіа-глобалізації відбувається відхід від історичних, традиційних і національних цінностей на користь універсальних та космополітичних.

Під постійним впливом великого масиву інформації про «актуальні» образи, «успішні» моделі поведінки та вчинки людей у глобалізованому соціумі відбувається формування смаків, інтересів й ціннісних орієнтирів сучасної молоді.

Одним із головних критеріїв соціальної реалізованості особистості у сучасному світі стало досягнення «життєвого успіху» під яким все

більше розуміється уніфіковано-стандартизований образ престижної «сучасної» людини як комплексу ідеальної зовнішності й певної моделі функціонування у соціальному оточенні. Образ фізично привабливої, сильної, безжальної до «ворогів» молодої людини, лідера, який вмiло маніпулює своїми підлеглими для досягнення власних інтересів все більше пропагується в комп'ютерних іграх, кінофільмах, телешоу та інших медіа-продуктах цільовими споживачами якої є саме молоде покоління.

Сприймання подібних медійних ідеалів за зразок призводить молодь до заниження як власної самооцінки так й до зменшення поваги до усіх хто не відповідає подібним критеріям.

Саме враховуючи потужний вплив сучасної мас-медіа на формування ціннісних орієнтирів сучасної молоді важливо було б використати цей потенціал для підвищення соціокультурного рівня молоді, популяризації типу продуктивної, творчої особисті, інноваційна діяльність, якої може стати запорукою успішного соціально-економічного розвитку нашої країни.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Browne K. The mass media and socialization [Електронний ресурс]. - Інтернет- публікація, 2011
2. Danet B. The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online [Електронний ресурс]. - Інтернет-публікація, 2010.
3. Warren J. Blumenfeld Examining Media's Socialization of Gender Roles [Електронний ресурс] - Інтернет-публікація, 2013

Екзистенційні та комунікативні питання управління: матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції, м. Суми, 23-25 січня 2014 р. - Суми: Сумський державний університет, 2014. - Ч.1. – С. 102-104.