

ПЕДАГОГІКА

УДК 378+37.034

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ

О. Ю. Пермякова, Л. А. Мартинець

Анотація. У статті розглянуто теоретичні основи проблеми впливу засобів масової інформації на формування ціннісних орієнтацій студентів. Визначено засоби масової інформації в системі комунікацій особистості. Розкрито особливості ціннісних орієнтацій студентів. Представлена модель впливу засобів масової інформації на формування ціннісних орієнтацій студентів.

Ключові слова: модель, індивідуалізація, адаптація, соціалізація, ціннісні орієнтації.

Постановка проблеми. Зміни, що відбуваються сьогодні в суспільстві, стосуються не тільки системи економічних відносин, але й безпосередньо позначаються на моральному та духовному кліматі, на міжособистісних зв'язках і відносинах. В умовах соціальних змін суспільство втрачає свої колишні ціннісні орієнтири, що приводить до утворення ціннісного «вакууму». Тому, не є дивним, що на історичну арену виходять люди, що володіють новими уявленнями про добро й зло, про те, що морально, а що аморально, що припустимо, а що категорично заборонено, що підлягає схваленню, а що безумовному осуду суспільною думкою. Система їх життєвих цінностей багато в чому не збігається з тією, на вироблення якої ще зовсім недавно була спрямована діяльність всієї ідеології суспільства.

Такий період перетворення громадської свідомості для покоління сучасної студентської молоді повністю збігся з глибокими змінами в свідомості, з періодом становлення, підготовкою до самостійного життя, професії. На думку О. Коберника, проблема морально-ціннісного розвитку особистості загострюється також внаслідок поширення низькопробних взірців культури, які негативно впливають на нестійку психіку молодих людей, збуджують її, викликають відповідні поведінкові реакції. Все це посилює навантаження на психіку зростаючої особистості, деформує її духовну сферу, гальмує позитивну соціалізацію [1]. Отже, виникає питання, яким чином студентська молодь вибирає орієнтири у світі цінностей?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розробку проблеми засобів масової інформації (ЗМІ) як інституту соціалізації та фактора виховання ціннісних орієнтацій молоді людини внесли такі науковці як: І. Бех, Ю. Гальперін, О. Коберник, І. Кон (аналіз проблеми виховання молоді, принципи взаємодії соціальних інститутів, фактори та умови виховання); В. Гуров, І. Зверева, А. Толстих (аналіз різних змістових аспектів засобів масової інформації й комунікації); Л. Біла, І. Дубровицький, Л. Масол, Т. Сущенко (медійні форми роботи з організації навчально-виховного процесу й дозвілля студентів).

Мета статті – розкрити теоретичні основи проблеми впливу засобів масової інформації на формування ціннісних орієнтацій студентів.

Виклад основного матеріалу. Сучасні мас-медіа є засобом комунікації. На відміну від безпосереднього спілкування між людьми, ЗМІ є засобом опосередкованого спілкування. Окремі види ЗМІ мають свої можливості та обмеження в цьому контексті.

Преса, радіо, Інтернет і телебачення являють собою засоби масової інформації, кожному з яких притаманна низка особливостей, незважаючи на які здатні донести до масової аудиторії більш-менш оперативну словесно-понятійну й емоційно-образну інформацію.

Цінності й ціннісні орієнтації людини завжди були одним з найважливіших об'єктів дослідження філософії, етики, соціології й психології. Ціннісні орієнтації особистості, як і багато інших наукових понять, по-різному інтерпретуються в роботах різних авторів. Так, А. Маслоу фактично не розділяє поняття «цінності», «потреби» і «мотиви» [2, с. 263], В. Франкл – «цінності» і «особистісні змісти» [3, с. 170]. Д. Леонтьєв вважає, що особистісні цінності є джерелами і носіями значимих для людини змістів [4, с. 372]. Г. Залеський зв'язує особистісні цінності через поняття «переконання» [5, с. 7–9].

М. Рокич визначає цінності як «сталі переконання в тім, що певний спосіб поведінки або кінцева мета існування переважніше з особистої або соціальної точок зору, чим протилежний або зворотний спосіб поведінки, або кінцева мета існування» [5, с. 21].

Таким чином, *ціннісні орієнтації* являють собою особливі психічні утворення, що складають ієрархічну систему і існують в структурі особистості тільки в якості елементів. Система ціннісних орієнтацій визначає життєву перспективу і «вектор» розвитку особистості.

Особистість, являючи собою динамічну систему, перебуває в стані безперервної зміни й розвитку. З самого моменту народження дитина поступово виробляє уявлення про себе, про навколишній світ і про своє відношення до нього, з самого раннього періоду у малечі зароджуються уявлення про гарне та погане, які формуються, розвиваються та змінюються в процесі дорослішання. Створення власної ціннісної системи у людини відбувається у старшому підлітковому віці, а реальне виконання системою ціннісних орієнтацій всіх своїх регулятивних функцій остаточно складається в юнацькому віці.

В основі придбання ціннісною системою реально діючого характеру лежить усвідомлення людиною особистісного змісту свого життя. На думку В. Франкла, саме в юнацькому віці питання про сенс життя найбільш часті й особливо насущні [3]. Поява потреби у визначенні своїх життєвих цілей, знаходженні свого місця в житті стає відмінною рисою саме віку, віку значних емоційних, інтелектуальних, моральних і вольових змін, обумовлених появою безлічі важливих новоутворень в особистісній сфері студентської молоді.

Як вікова категорія студентство співвідноситься з етапами розвитку дорослої людини, представляючи собою «перехідну фазу від дозрівання до зрілості» (Б. Ананьєв, Л. Виготський та ін.) і визначається як пізня (зріла) юність – рання дорослість (18–25 років). На відміну від усіх ранніх концепцій, де юність традиційно залишалася в межах дитячих вікових груп, вона вперше була названа Л. Виготським «початком зрілого життя». Надалі ця традиція була продовжена вітчизняними вченими. Як відзначає академік І. Бех, головна установка та спрямованість особистості в юності полягає саме в діяльному самовизначенні, виборі власного життєвого шляху й пошуку рівноправних взаємин із дорослими [6, с. 101].

Саме в юності молода людина свідомо відпрацьовує своє місце серед категорій добра і зла. «Честь», «гідність», «право», «обов'язок» і інші моральні категорії, що характеризують особистість, є гостро хвилюючими. Студенти прагнуть сформулювати внутрішню позицію стосовно себе самих, стосовно інших і стосовно моральних цінностей. Вибір внутрішньої позиції – непроста справа. Молодій людині, що звернулася до аналізу і зіставлення загальнолюдських цінностей і своїх власних позицій та ціннісних орієнтацій, прийдеться свідомо зруйнувати чи прийняти історично обумовлені нормативи і цінності, що визначали її поведінку в дитинстві і отрочстві.

Формування системи ціннісних орієнтацій особистості здійснюється одночасно протікають і взаємозалежними між собою процесами:

– адаптації – пристосовування до нових умов (Ф. Березін) [7, с. 4];

– соціалізації – засвоєння індивідом соціального досвіду, певної системи знань, норм, цінностей (І. Кон) [8, с. 76].

Але, процес соціалізації обмежується прийняттям або неприйняттям тих або інших цінностей. Людині, як істоті біосоціальній, властиве формування власного способу життя, побудова унікального внутрішнього світу, вироблення автономної системи цінностей, що є процесом *індивідуалізації* і розкривається через опис тотожних процесів: автономізації (Г. Оллпорт), самоактуалізації (А. Маслоу), персоналізації (А. Петровський) тощо [5, с. 52].

Отже, у формуванні системи ціннісних орієнтацій особистості студента виділяються три основних процеси: адаптація, соціалізація й індивідуалізація, при цьому, індивідуалізація являє собою складно організований процес, що припускає досить високий рівень особистісного розвитку. Тому, індивідуалізація може бути визначена як окремий, найбільше «верховий», у порівнянні з адаптацією й соціалізацією, процес розвитку системи ціннісних орієнтацій особистості.

Модель процесу впливу ЗМІ на формування ціннісних орієнтацій студентів – це динамічна структура, що розкриває зв'язок процесів адаптації, соціалізації й індивідуалізації особистості, а також відбиває зміни властивостей особистості на кожному з процесів.

Ці процеси, що послідовно виникають у зазначеному порядку, виконують притаманні їм функції. Розглянемо це детальніше.

Перший процес – адаптація (пристосування) – формує цінності, які спрямовані на підтримку рівноваги з середовищем, тобто «захисні» цінності.

Другий процес – соціалізація (привласнення) – формує цінності, які спрямовані на засвоєння необхідних стандартів, тобто «запозичені» цінності.

Третій процес – індивідуалізація (самоактуалізація) – формує цінності, які спрямовані на індивідуальний розвиток особистості.

Перевага тих або інших процесів розвитку ціннісних орієнтацій особистості є визначальною для загального рівня розвитку ціннісної системи. Так, якщо в рівень розвитку ціннісних орієнтацій зупинився на процесі адаптації або цей процес переважає інші, то пріоритетом цінностей особистості будуть матеріально забезпечене життя (щоб запобігти матеріальних утруднень), краса природи й мистецтва (що не вимагає активних дій), розваги (що обумовлює приємне, необтяжливе існування, відсутність обов'язків) Але, для особистості, у якій переважає процес індивідуалізації визначальними будуть цінності активне діяльне й продуктивне життя, розвиток, творчість, упевненість у собі, незалежність.

Рівень розвитку ціннісних орієнтацій залежить від системи факторів і умов, що на них впливають:

– по-перше – комплекс зв'язаних між собою внутрішніх факторів, як-от: самовідносини, самооцінка, акцентування тих або інших рис характеру, тип вищої нервової діяльності, мотивація досягнення успіху або запобігання невдачі;

– по-друге – цінності соціального оточення, що є зовнішніми факторами: родина, школа, однолітки й інформація, одержувана по телебаченню тощо.

У контексті нашого дослідження представляє інтерес «моделі екологічних систем» У. Бронфенбреннера, в якій життєве середовище людини являє собою концентричні окружності – системи, як би вкладені одна в іншу: мікросистема (наприклад мати), мезосистема (родина, школа, однолітки, сусіди), екзосистема (розширена родина, місце роботи батьків, ЗМІ), макросистема (суспільство в цілому, його закони, традиції й цінності). При цьому система більше високого рівня впливає на нижчі, і найбільш значну роль грає макросистема, впливаючи на всі інші рівні екологічної моделі [9] (див. рисунок 1).

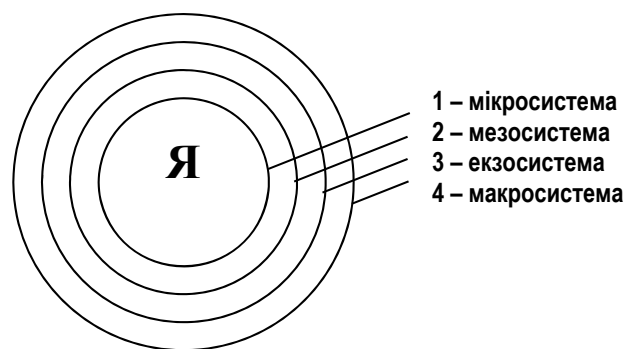


Рис. 1. Модель екологічних систем

Доречно зауважити, що всупереч загальноприйнятій думки, що найбільший вплив на формування системи цінностей особистості робить родина та школа, за теорією У. Бронфенбреннера ці впливи поглинаються впливами ЗМІ та в цілому суспільства.

В останні десятиліття в роботах А. Маслоу, П. Массена, Г. Оллпорта, А. Шарікова, Ю. Шерковіна має місце думка, що вплив соціокультурного середовища на формування системи цінностей людини все більшою мірою здійснюється засобами масової інформації, насамперед електронних ЗМІ – телебачення, радіо, а також системи Інтернет [5]. Особлива увага при цьому приділяється проблемі пасивного й некритичного прийняття особистістю цінностей так називаної «масової культури». Як показано в дослідженні М. Мдівані й Е. Лидської [10], інформаційне середовище впливає скоріше на більше зовнішні стереотипи поведінки, чим на ціннісні орієнтації. Як вважає М. Яніцький, «сучасні ЗМІ не стільки формують, скільки лише закріплюють ціннісні переваги, оскільки необмежений сьогодні вибір каналу отримання, форми й змісту інформації обумовлені вже наявними цінностями». Проте таке «закріплення» може сприяти фіксації на певному рівні розвитку ціннісної системи» [5, с. 59]. Тобто, найбільш мають піддаватися впливу особистості, у яких переважає адаптаційний процес формування ціннісних орієнтацій.

Для побудови моделі впливу ЗМІ на формування ціннісних орієнтацій студентів важливо розглянути, як взагалі здійснюється інформаційна комунікація. Послідовність дії можна представити у вигляді наступних одна за одною фаз, в основі кожної з яких лежить стан інформації й характер реалізації відносин.

Фаза 1 (*контакт*). Відбувається контакт з базовим фактом, що з'являється в процесі людської діяльності.

Фаза 2 (*вироблення*). Власник інформації надає отриманим відомостям ту або іншу форму, створюючи повідомлення.

Фаза 3 (*передача*). Інформації від власника в обробленому вигляді за допомогою відповідної системи технічних засобів передається споживачу.

Фаза 4 (*споживання*). Споживач отримує інформацію, включаються психологічні механізми, починаються зміни в системі настанов і цінностей.

Фаза 5 (*постфаза*). Інформація продовжує вплив на психіку протягом тривалого часу незалежно від того, усвідомлюється цей процес чи ні.

Отже, аналіз просування інформації від події до одержувача інформації через ЗМІ дає підставу для виділення фази споживання інформації та постфази, як фаз, які безпосередньо впливають на формування ціннісних орієнтацій студентів. Тому саме ці фази є складовими моделі впливу ЗМІ на формування ціннісних орієнтацій студентів (див. рисунок 2).

Фази вироблення повідомлення і передачі інформації впливають на одержувача інформації опосередковано, оскільки вони формують зміст подачі інформації.

Висновки дослідження. Отже, сукупність індивідуальних властивостей, що є внутрішніми факторами розвитку людини, і особливості соціокультурного середовища, важливою складовою якого є засоби масової інформації, визначають формування системи ціннісних орієнтацій особистості.

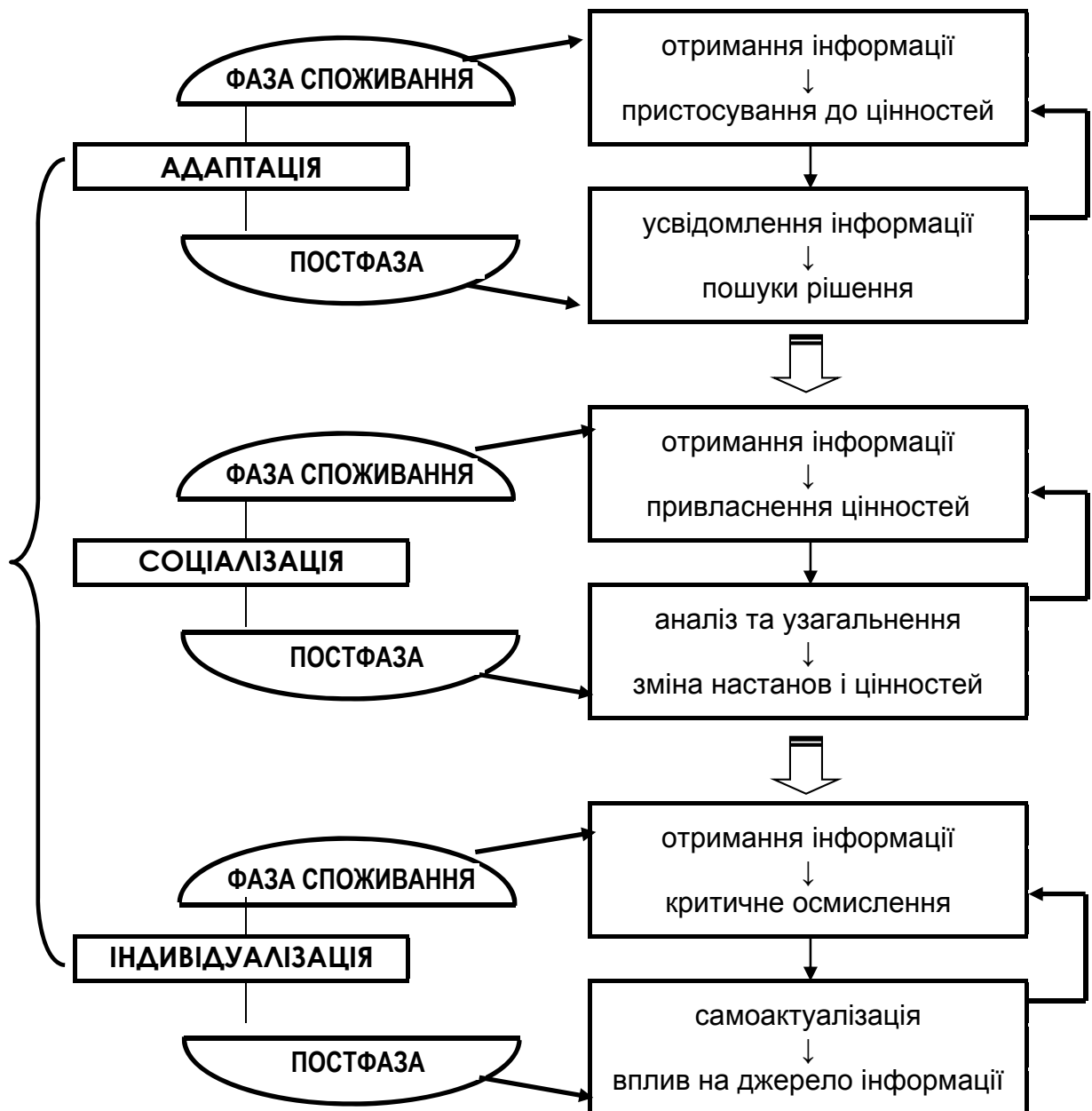


Рис. 2. Модель впливу ЗМІ на формування ціннісних орієнтацій студентів

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические основы проблемы влияния средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций. Определены средства массовой информации в системе коммуникаций личности. Раскрыты особенности ценностных ориентаций. Представлена модель влияния средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций.

Ключевые слова: модель, индивидуализация, адаптация, социализация, ценностные ориентации.

Abstract. The article presents the theoretical basis of mass media impact on value guidelines formation problem. The media in communications system of the individual is defined. The features of value guidelines are disclosed. The model of the mass media influence on forming of value guidelines is presented.

Keywords: model, individualization, adaptation, socialization, value guidelines.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Коберник О. М. Формування морально-ціннісних орієнтацій учнів у процесі розв'язування життєвих задач / О. М. Коберник // Науковий вісник Донбасу. – 2011. – № 4.
2. Маслоу А. Психология бытия / А. Маслоу. – К.: Ваклер, 1997. – 304 с.
3. Франкл В. Человек в поисках смысла / В. Франкл. – М.: Прогресс, 1990. – 368 с.

4. Леонтьев Д. А. Внутренний мир личности // Психология личности в трудах отечественных психологов / Д. А. Леонтьев. – СПб. : Питер, 2000. – 574 с.
5. Яницкий М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М. С. Яницкий. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2000. – 204 с.
6. Бех І. Д. Виховання особистості: У 2 кн. Кн. 1: Особистісно орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади: навчально-методичне видання / І. Д. Бех. – К.: Либідь, 2003. – 280 с.
7. Березин Ф. Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека / Ф. Б. Березин. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1988. – 270 с.
8. Кон И. С. Психология старшеклассника / И. С. Кон. – М. : Просвещение, 1980. – 192 с.
9. Брушлинский А.В. Проблема субъекта в психологической науке / А.В. Брушлинский // Психологический журнал. – 1991. – № 6. – С. 6-10.
10. Мдивани М. О. Влияние информационной среды на социализацию / М. О. Мдивани, Э. В. Лидская // Психология и практика: Ежегодник РПО. – Ярославль, 1998. – Т. 4. – Вып. 2. – С. 217–120.