

Товстуха О. М.
aleksa.lnu@gmail.com
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри психології
ДЗ «Луганський національний
університет імені Тараса Шевченка»
м. Старобільськ, Україна

ВПЛИВ МЕДІА-КОМУНАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ ЖИТТЄВОЇ ПОЗИЦІЇ СУЧАСНОГО ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ (МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ)

Неможливо уявити сучасних здобувачів освіти без гаджетів (смартфон, планшет, ноутбук тощо). Виконання навчального плану, наукова робота здобувачів освіти, спілкування з друзями, відпочинок відбуваються за участі медіа-комунікацій. Недарма ХХІ століття має назву «інформаційне століття», без телебачення, радіомовлення, інтернету, друкованої преси неможливо уявити життя сучасної молоді людини. Становлення особистості здобувача освіти відбувається під постійним впливом одержуваної інформації, яка впливає на цінності, установки, і поведінку молоді.

Значний внесок у розробку проблеми впливу медіа-комунікацій на особистість людини зробили І. Бех, Ю.Гальперін, І.Дубровицький, І. Зверєва, Т.Сущенко, А.Толстих.

Сучасні медіа-комунікації впливають практично на всі суспільні процеси, виступають потужним інструментом соціалізації особистості. Під їх впливом формуються професійні уявлення здобувачів освіти про майбутню професію, зміст професійних планів у перспективі, ступені впевненості в своєму професійному майбутньому. ЗМІ є агентом прилучення особистості до суспільства, тому діяльність мас-медіа в процесі соціалізації досить значима.

Четверта влада – так позначають ЗМІ, адже їх вплив на суспільство фундаментальний, тому що від публікацій та репортажів конкретних інформаторів нерідко залежать долі людей, сучасні медіа не тільки інформують, а й уміло керують свідомістю людей за допомогою пропагандистських й агітаційних матеріалів [5].

ЗМІ є важливим фактором формування світогляду індивіда та цінностей суспільства, мас-медіа належить авторитет у питанні ідеологічного впливу на суспільство, тому що саме ЗМІ його й детермінує. Закон закріплює основні принципи інформаційних відносин, а саме: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією; вірогідність і повнота інформації; свобода вираження поглядів і переконань; правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації; захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя. Право на доступ до інформації є конституційним правом людини, яке передбачене і гарантоване статтею 34 Конституції України, а саме, право кожного на свободу думки та слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань; право вільно збирати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб на свій вибір [2].

В останні роки, технології комунікації в медійній галузі зазнали значних трансформацій, сьогодні молодь більшість інформації отримує з Інтернету або з телевізору, тому інтерес до книг мінімальний, переваги читання над механічним пошуком в мережі Інтернет загальновідомі (інформацію простіше сприймати і читати з паперового джерела, стимуляція розумових здібностей людини відбувається під час роботи з паперовим джерелом інформації, папери більш надійні, ніж електронні).

Сьогоднішні технології дають можливість кожному здобувачу освіти створити свій медіа-простір, наповнюючи його своїми новинами, сюжетами, програмами, а, створення авторських колонок, ЗМІ-акаунтів, блогів стало масовим явищем у молодіжному середовищі.

Звісно, ми не уявляємо життя без використання сучасних технологій медіа-комунікації, але потрібно пам'ятати, що ринок засобів масової інформації є неконтрольованим, що в кінцевому рахунку згубно позначається на формуванні морально-етичних цінностей здобувачів освіти. Негативними сторонами розвитку нових медіа є можливість пропаганди асоціальної поведінки, заперечення

загальноприйнятих цінностей, в Інтернет-просторі допускається нецензурна лексика і надмірний епатаж. А глядацька аудиторія, яка з дня на день, і з року в рік, формує свій світогляд на таких медіа проєктах, може вважати, що саме такий стиль життя і є нормою.

Таким чином, медіа-комунікації виконують найбільш значущу роль у виховному процесі, так як залучають найбільше число аудиторії у віці 10-25 років. Молодіжна аудиторія копіює поведінку своїх молодих кумирів-блогерів - авторів, творців, героїв нових медіа. Отже, в умовах технологічного розвитку, який існує сьогодні, було б дуже необачно розраховувати на зміни у мас-медіа, більш ефективним засобом боротьби з неякісною та брудною інформацією могло би бути впровадження медіа грамотності у ВНЗ, проведення соціальних медіа-акцій які б нагадали, що дуже важливо ретельно підбирати усе, що індивід споживає, адже від цього залежить формування особистості майбутнього фахівця.

Використана література:

1. Игнатов Н. Г. Роль СМИ в процессе формирования общественного мнения / Н. Г. Игнатов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 1997. – № 1. – С. 19–27.
2. Конституція України, стаття 34 про Право на доступ до інформації як елемент правового статусу особи [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0012323-12>
3. Лобовікова О. О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства / О. О. Лобовікова, А. С. Мельніков // Вісник Львівського університету. – 2011. – Вип. 5. – С. 154–160
4. Матусевич В. Суб'єкт громадської думки: теоретичні та методичні проблеми визначення / В. Матусевич // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – №1. – С.21–40.