

навколишнього життя). Задоволення потреби розваг допомагає подолати емоційну напруженість та відгородитися від навколишнього світу.

ЗМІ як агент соціалізації виконує як конструктивну, так і деструктивну роль. З одного боку, постійний приток інформації з різних засобів масової комунікації необхідний людині для реалізації наступних цілей: орієнтування в сучасній ситуації і соціальному середовищі, а в більш широкому плані – соціалізації в суспільстві (засвоєння індивідом цінностей, норм, установок, зразків поведінки властивих даному суспільству); розвитку загального кругозору, вирішення повсякденних практичних проблем; підвищення професійного рівня.

З іншого боку, ЗМІ є інструментом маніпулятивного впливу на молодь. Маніпуляція – це завуальоване насильницьке нав'язування молоді суджень, оцінок, почуттів, яке призводить до управління свідомістю та поведінкою молоді. Маніпулятивні технології порушують принципи об'єктивного подання інформації, формують стереотипне мислення, фрагментовану свідомість, що в цілому негативно позначається на процесі соціалізації молоді.

Інша проблема – це велике інформаційне перевантаження, яке призводить до нервових розладів. За даними дослідження, проведеного Центром незалежних соціологічних досліджень “Омега” на замовлення Міністерства молоді та спорту України, у 2016 році 88,5% молоді регулярно користувалися комп'ютером вдома і 90,4% – використовували Інтернет. При цьому основною метою використання Інтернету частіше всього був пошук різної “тематичної” інформації, інформації для навчання чи роботи (53,2%), спілкування у соціальних мережах (45,5%) та ознайомлення з новинами (45,3%). (Режим доступу: http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/23/Zvit_doslidjennya_2016.pdf).

Дійсно, Інтернет є потужним засобом пізнання оточуючої дійсності і засобом спілкування, але й провокує можливість поринати у “віртуальну реальність”, коли втрачається реальне міжособистісне спілкування. Його неправильне використання, надмірне захоплення призводить до соціально-психологічних проблем та адиктивної поведінки.

Таким чином, ЗМІ, виконуючи ціннісно-орієнтовну та освітньо-виховну функції, виступають важливим агентом соціалізації молоді. Але при цьому грають подвійну роль. З одного боку, вони є основним постачальником інформації, яка відображає різні ціннісні пріоритети, що в цілому є нормальним для демократичного суспільства. З іншого боку, молоде покоління у своїй практиці не лише генерує нові можливості і продукцію інформаційного суспільства, але й певні загрози, які пов'язані з неоднозначним впливом ЗМІ на його свідомість.

*Науковий керівник: Лясога Л.І.,
канд. політ. наук, доцент*