

УДК 159.922.7–053.6:316.774

Олександр Володимирович КОРНІЛОВ,

асистент кафедри загальної, вікової та практичної психології
Полтавського національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ ЗМІ НА ДІТЕЙ ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ

Проблема впливу сучасних засобів масової інформації (ЗМІ) на поведінку дітей вважається достатньо актуальною на сьогоднішній день. Даний феномен привертає до себе увагу величезної кількості науковців різних галузей, а саме: медиків, педагогів, соціологів, психологів тощо. Вітчизняні та зарубіжні дослідники дають теоретичний аналіз впливу реклами, телебачення й Internet на пізнавальні процеси, поведінку і свідомість людини та рекомендації для практичних змін ситуації, яка склалася.

Ключові слова: засобів масової інформації (ЗМІ), телебачення, поведінка, агресія, комп'ютерна продукція, віртуалізація.

Незаперечним є факт, що людська особистість формується під впливом різних інститутів соціалізації, до яких можна віднести освіту, культурні установи, виховання, а також ЗМІ. Останні виступають досить потужним чинником впливу на індивідуальний розвиток, поведінку, духовний світ, цінності та переконання.

ЗМІ, як і будь-який інший соціальний інститут, покликані виконувати такі функції:

- комунікативну (функція спілкування);
- ідеологічну (вплив на світогляд, ціннісні орієнтації, ідеали, мотивацію людини тощо);
- культурно-освітню (трансляція культурних цінностей, виховання на зразках загальнолюдської культури);
- рекламно-довідкову (задоволення людських практично-утилітарних потреб);
- рекреативну (розваги, пов'язані зі зняттям напруги, отриманням задоволення) [1, с. 3].

Спираючись на розглянуті вище функції, можна стверджувати, що сучасні ЗМІ двояко впливають на підлітків. З одного

боку преса, радіо, телепродукція, Internet сприяють засвоєнню та утвердженню таких соціальних норм, як демократичні принципи, толерантність, полікультурність, а з іншого підбурюють до наслідування агресивних дій, формують примітивні уявлення, відчуття тривожності, упередженість тощо.

Спостереження зарубіжних психологів за підлітками показали, що діти, які дивляться телевізор не менше 4 годин на добу, більше проймаються агресивними настроями і вважають світ значно небезпечним, ніж ті, хто проводить біля телевізора 2 години щодня і менше [2, с. 20]. Це пов'язано з тим, що з кожних трьох програм дві містять сюжети насилля, які сприяють поповненню і формуванню дитячих знань та уявлень про скоєні злочини, способи катування, піднесення почуття помсти тощо. Можна зробити висновок, що результатом тривалого перегляду дітьми підліткового віку сцен насильства на телеекрані є не тільки наслідування ними жорстокого стилю поведінки, але й втрата емоційної сприйнятливості до чужого болю, зміна традиційних уявлень про оточуючий світ.

Телебачення й Internet є потужними зворотними зв'язками засобів масової комунікації. Доведено, що для окремої групи людей комп'ютер і телевізор стають головною життєвою цінністю, заради якої вони відмовляються від спілкування з іншими людьми, від участі в суспільному житті, прогулянок, занять спортом і т.п., тобто даний вид комунікації витісняє безпосереднє живе міжособистісне спілкування [3, с. 18]. Таку неусвідомлену відмову підлітка від сприймання реальної дійсності називають віртуалізацією. Подібне захоплення є небезпечним, адже людина поступово перестає адекватно сприймати оточуючий світ, який живе за іншими законами, ніж віртуальні комп'ютерні персонажі.

Сучасні блакитні екрани переповнені еротикою, жахами, покемонами, потойбічними силами, пророками, астрологами та ін. Під постійним впливом таких сцен емоційна сфера підлітка розгойдується, менш раціональним стає ставлення до об'єктивної дійсності, зростають навіюваність, психічне зараження [3, с. 19]. І все ж таки телевізор і комп'ютер міцно тримають побіля себе юних глядачів. Сугестивний вплив на дітей, передусім старших підлітків, ґрунтується на культивуванні в них тільки суто егоїстичних природних потреб, розпалюванні жадоби насолоди.

«Бери від життя все!», «Насолоджуйся – це твій час!», «Розваги понад усе!», «Жити – легко, просто!» – ось неповний перелік рекламних гасел, які сприяють тому, щоб недосвідчена молода людина відчула спокусу і пішла туди, куди її кличуть [4, с. 24]. Фахівці з проблем ЗМІ навмисне насичують сучасне телебачення та Internet такими якостями, як вульгаризація, сенсаційність, схематизм, грубість, диференційованість, упередженість і т. п., так як теле- та комп'ютерна продукція перш за все розрахована на наївних і легковірних молодих глядачів, якими легко маніпулювати з екранів.

На підлітків щодня обрушується злива діаметрально протилежної інформації: корисної й небезпечної, повчальної й беззмістовної, розважальної й жакливої. Доведено, що діти особливо чутливі до інформації агресивного, цинічного змісту. Таким чином, для того, щоб силу сучасних ЗМІ можна було б використувати для благородної мети, необхідно докласти свідомим дорослим (батькам, учителям, вихователям) максимальних зусиль, щоб навчити підлітків критично ставитися до телевізійних сюжетів, бачити різницю між реальністю та фантазією на екрані, ознайомити їх з економічним базисом телевізійної та комп'ютерної індустрії, обговорювати в колі сім'ї побачене на телеекрані, висловлювати своє ставлення до подій, які розгортаються у фільмі, а також стежити за тим, щоб телевізор або комп'ютер не перетворилися на головну життєву цінність дитини.

Список бібліографічних посилань

1. Бондарчук О. Дитина та ЗМІ: ефекти і впливи. *Шкільний світ*. 2003. № 21. С. 1–3.
2. Старова О. Средства массовой информации как источник агрессии. *Прикладная психология и психоанализ*. 2000. № 2. С. 15–21.
3. Чорна Л. Сучасне телебачення та його вплив на внутрішній світ і поведінку людини. *Психолог*. 2003. № 46. С. 18–22.
4. Тищенко С. П. Діти і телебачення: в тенетах віртуальної дійсності. *Журнал для батьків*. 2001. № 2. С. 22–25.

Одержано 01.03.2018

Проблема влияния современных средств массовой информации (СМИ) на поведение детей считается достаточно актуальной на сегодняшний день. Данный феномен привлекает к себе внимание огромного количества ученых разных отраслей, а именно: медиков, педагогов, социологов, психологов и тому подобное.

Отечественные и зарубежные исследователи дают теоретический анализ влияния рекламы, телевидения и Internet на познавательные процессы, поведение и сознание человека и рекомендации для практических изменений сложившейся ситуации.

Ключевые слова: средств массовой информации (СМИ), телевидение, поведение, агрессия, компьютерная продукция, виртуализация.

УДК 159.9

Ярослав Володимирович КОСТЕНКО,

аспірант Харківського національного університету внутрішніх справ;
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0687-7041>

ТЕОРЕТИЧНА МОДЕЛЬ ПІДГОТОВКИ ПРАЦІВНИКІВ ПІДРОЗДІЛІВ ЮВЕНАЛЬНОЇ ПРЕВЕНЦІЇ ДО ПРОФІЛАКТИКИ ПІДЛІТКОВИХ ДЕВІАЦІЙ

Викладено аналітичний матеріал щодо побудови моделі підготовки працівників ювенальної превенції до профілактики підліткових девіацій, визначено її теоретичні аспекти з огляду на природу підліткових девіацій (психологічну, соціально-культурну, етнокультурну), технології їх попередження і корекції (особистісно-розвиваючі, індивідуалізовані), наявний педагогічний досвід проведення такої роботи в юридичних вишах.

Автор проводить аналіз літературних та дисертаційних досліджень, анкетування окремих категорій адміністративного та професорсько-викладацького складу юридичних вузів та надає психолого-педагогічну характеристику процесу підготовки працівників ювенальної превенції до профілактики підліткових девіацій як цілісного, системного і технологічного процесу.

Ключові слова: ювенальна превенція, попередження правопорушень, модель підготовки, підліткові девіації.

Виклад основного матеріалу. Як показала практика, складні і неоднозначні процеси, що протікають в органах внутрішніх справ, неодноразові структурні зміни в системі вищої юридичної освіти, проблеми з кількісним та якісним складом учнів, погіршення характеристик абітурієнтської молоді вимагають від керівного і професорсько-викладацького складу наполегливих