

Шуляка-Владика Л. В. (*Острог, Україна.*)

ВПЛИВ МЕДІА-РЕКЛАМИ НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

У тезах проаналізований вплив реклами на формування поведінки молоді. Обґрунтовано необхідність переглянути взаємодію держави й медіа для збереження психологічного здоров'я юнаків.

Shuliaka-Vladyka L. (*Ostroh, Ukraine*)

THE INFLUENCE OF MEDIA ADVERTISEMENT ON THE FORMATION OF VALUE ORIENTATIONS OF YOUTH STUDENTS

The theses analyze the impact of advertising on the formation of youth behavior. The need to review the interaction between the state and the media to preserve the psychological health of young people is substantiated.

На початку ХХІ ст. в сучасному суспільстві закріплює за собою місце медіа як одне із головних рушіїв впливу на психологію людини. Вони беруть участь у формуванні ціннісних орієнтирів молодого покоління, а також за допомогою різних маніпулятивних технологій впливають на процес формування способу життя молоді. Особливо, медіа-реклама активно використовує свій потенціал впливу на формування способу життя молодих людей і манеру їх поведінки.

Студенти, які розпочинають новий етап у своєму житті все менше комунікують з близькими, звичне коло знайомих людей змінюється на простори інтернету. Контролю від дорослих вже немає над тим, скільки часу вони проводять у гаджетах й що переглядають. Слід зауважити, що провідну роль у формуванні установок молодих людей відіграє не сім'я, держава чи школа, а медіа. Реклама демонструє молоді, який образ життя правильний, до чого вони мають прагнути і як поводитись. Завдяки цьому насаджувannya переконань та цінностей формується і спосіб життя юнаків та юнок.

Якщо вести мову про молодь, то сьогодні важко знайти людину, здатну відмовитися від медіа. Перегляду новин, реклами, розважальних передач і шоу, серіалів, а також гороскопів, прогнозів погоди і т. п. міцно вплелось в наше життя. Даний процес здійснює формування життєвих установок особистості, поведінкових стереотипів, звичок, всього того, що складає нашу повсякденність.

В результаті ми маємо натовп «зірок» та «ікон стилю», які демонструють особистий рівень потреб – автомобілі, одяг, аксесуари, чужі послуги. Складається враження, що духовні цінності суспільства формуються і диктуються гламурною спільнотою: заморська вілла, іноземні навчальні заклади, закордонний шопінг, пісні чужою мовою, голлівудські «ікони стилю» і культові вироби, імпорتنі секс-символи і т. п. [3, с. 181].

Не можна говорити тільки про негативний вплив медіа-реклами на спосіб життя, формування звичок і цінностей молодих людей. Реклама свою аудиторію інформує, формує потреби людей, і не завжди ці потреби

пов'язані з володінням матеріальними благами. Це можуть бути потреби спрямовані на саморозвиток людини, її самоосвіту, підвищення культурного рівня, формування установок на здоровий спосіб життя, мотивації досягнення цілей.

За даними наукового звіту «Ціннісні орієнтації молоді» (2008 р.) Українського інституту соціальних досліджень перше місце серед форм проведення вільного часу молоді посідає перегляд телепередач: 80% молоді віком від 15 до 28 років дивляться телевизор щоденно й лише 1% молодих людей не дивляться його зовсім.

У межах дослідження «Роль ЗМІ у формуванні ЗСЖ» було проаналізовано передачі основних телевізійних каналів, піддано аналізу зміст передач, в яких йшлося про проблеми, що стосуються здорового способу життя. Найбільша частка передач (кожна 5-та) пропагувала фізичну активність, 19% – висвітлювали профілактику різних захворювань, по 10% – змістовну організацію дозвілля та соціально-економічні проблеми молоді. В цих передачах порушувалися проблеми раціонального харчування, санітарно-гігієнічних навичок, наркоманії, алкоголізму, паління, психічного і духовного здоров'я дітей та молоді, екологічного виховання.

Аналіз спрямованості проблем дозволив виявити, що у 83% цільових телепередачах підкреслювалася важливість конкретних складових ЗСЖ, в 56% – пропонувались конкретні корисні поради, але тільки у 41% випадків були наведені конкретні приклади ЗСЖ. Це свідчить про те, що телевізійні передачі більш спрямовані на загальну постановку проблем, ніж на розкриття реальних шляхів формування у молоді ЗСЖ [2, с. 260].

Проте ми не можемо стверджувати, що медіа впливає лише позитивно чи негативно на молодь у формуванні ціннісних орієнтацій. Так чи інакше є чимало рекламних роликів, які пропагує нездоровий спосіб життя. Зокрема, це заклики спробувати алкоголь чи електронні сигарети, тим самим провокуючи поширення серед молоді шкідливих звичок. Інформування аудиторії, що нікотин чи спиртне шкідливе для здоров'я не діє, бо цю інформацію озвучили за кілька секунд, а заклик до споживання речовин тривав кілька хвилин. Також в рекламу залучають медійних осіб, а молодим людям властиво наслідувати поведінку кумирів.

Засоби масової комунікації, як один з найважливіших соціальних інститутів сучасності, роблять серйозний вплив на формування способу життя молоді. Однак при формуванні молодіжної політики керівництво України і наприкінці минулого століття, і в даний час не приділяє достатньої уваги регулюванню саме даної функції медіа, особливо онлайн ресурсів. Від позиції медіа залежать цінності, які формуються в молодіжному середовищі. Саме зараз потрібні нові підходи до організації взаємодії держави і медіа, в тому числі і в області протидії негативному інформаційному впливові.

У зв'язку з активним використанням молоддю ресурсів мас-медіа сьогодні важливо аналізувати вплив основної маси джерел інформації на молоде покоління. Частково в сфері духовного життя суспільства велику небезпеку представляють сьогодні загрози, пов'язані з триваючою

пропагандою споживацького способу життя і великою кількістю сцен насильства та жорстокості на українському телебаченні. Неконтрольований інтернет містить загрози для користувачів, в першу чергу дітей і студентської молоді, пов'язаних з розширенням поширення агресивного контенту. Не можна залишити без уваги негативну роль впливу на молодь соціальних мереж, багато історій свідчать про негативні наслідки «життя в мережі». Це повинно стати предметом пристального вивчення з метою запобігання або мінімізації негативних наслідків [1, с. 50].

Отже, медійна реклама має не лише негативний вплив на формування молодого покоління, а й позитивний. Для того, щоб медіа впливали лише як найкраще на молодь, потрібно, щоб Міністерство культури та інформаційної політики України приділило достатньо уваги регулюванню їхніх функцій, особливо телебачення та інтернету.

ЛІТЕРАТУРА // REFERENCES

1. Дубасенюк О. А. Синергетичний вплив засобів масової інформації на розвиток особистості / О. А. Дубасенюк // Новые технологии обучения: сб. науч. тр. – Спец. вип. № 62. – Киев-Винница. 2010. – С.48-52.
2. Дунаєвська Ю. Вплив ЗМІ на формування здорового способу життя студентської молоді / Ю. Дунаєвська // Наук.-теор. конференція викладачів, аспірантів, співробітників та студентів кафедри фізичного виховання і спорту : тези доп., 26 квітня 2012 р., м. Суми. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 36-39.
3. Кравчук Х. Вплив засобів масової інформації на формування психічних установок у молоді щодо вибору способу життя / Х. Кравчук // Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість. У 7-томах: зб. матеріалів VII Всеукр. уаук.-практ. конференції 15-16 квітня 2004 р. – Київ: Вид-во Європейського ун-ту, 2004. – Т. 1. – С. 180-183.

Дереш В. С. (Херсон, Україна)

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОФІЛАКТИКА РОЗЛАДІВ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ ДІВЧАТ-ПІДЛІТКІВ

У тезах висвітлено сутність основних розладів харчової поведінки дівчат-підлітків та фактори, які їх спричиняють. Розкрито специфіку профілактичної роботи із підлітками вказаної категорії.

Deresh V. (Kherson, Ukraine)

SOCIAL AND PEDAGOGICAL PREVENTION OF EATING DISORDERS IN ADOLESCENT GIRLS

The theses highlight the essence of the main eating disorders of teenage girls and the factors that cause them. The specifics of preventive work with teenagers of the specified category are disclosed.

Наразі на становлення особистості неповнолітніх вагомий вплив мають засоби масової інформації, соціальні мережі, інтернет, реклама. Прагнучи відповідати «ідеалу картинки», дівчата-підлітки досить часто мають харчові