

Чернякова Олеся Володимирівна 

канд. психол.наук, доцент, доцент кафедри філософії та психології
*Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія», Україна*

Пегета Назар

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності 053 Психологія
факультету інформаційних технологій та соціально-гуманітарних наук
*Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія», Україна*

Сучкова Анна

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності 061 Журналістика
факультету інформаційних технологій та соціально-гуманітарних наук
*Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія», Україна*

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ЮНАКІВ

Нинішній стан сучасного ціннісного світу надто неоднозначний, складний і багато в чому суперечливий. Він характеризується, з одного боку, кризою старої ідеології, крахом застарілих цінностей, масовою відмовою від радянських символів, а з іншого – перегрупуванням носіїв цієї ідеології. Замість монолітної, гомогенної культури, яка домінувала раніше, виникає багато співіснуючих культурно-ціннісних світів, різних ціннісних систем. [5]

Сучасна вища освіта покликана формувати компетентного спеціаліста у сфері медіа-журналістики та паблік рилейшнз, здатного до постійного професійного розвитку та вдосконалення. У контексті впливу масової комунікації на юнаків, майбутній фахівець повинен бути конкурентоспроможним, професійно мобільним і демонструвати високу продуктивність і стресостійкість у своїй діяльності. Опанування необхідних знань і навичок, зокрема тих, що стосуються аналізу та корекції впливу медіа на особистість, повинно доповнюватися розвиненими професійними якостями. Це створює передумови для ефективного виконання обов'язків на різних етапах професійної діяльності. Таким чином, сучасна освіта повинна відповідати вимогам суспільства, метою освіти яких є розвиток соціального та інтелектуального капіталу особистості в контексті підготовки висококваліфікованих, соціально відповідальних та конкурентоспроможних бакалаврів журналістики, які відповідають сучасним потребам ринку праці, суспільства та держави, здатні до навчання впродовж життя,

самовдосконалення, володіють креативним мисленням та компетентностями у галузі медіа, зорієнтованими на розв'язання складних спеціалізованих задач та практичних проблем у сфері засобів масової інформації, соціальних комунікацій, журналістикознавства та публік релейшенз, що передбачає застосування положень, методів, аналітичного й методичного інструментарію університетів авторського права, соціальних комунікацій щодо створення та просування медійного продукту різного виду, типу, жанру та категорії.

«Психологія мас-медіа» розроблена для формування у студентів загальних і спеціальних компетентностей, необхідних для вирішення професійних завдань у сфері медіа-журналістики та публік рилейшнз. Вона акцентує увагу на розвиток критичного мислення, оволодіння сучасними знаннями, пошук та аналіз інформації, комунікацію конструктивними психотехнологіями, креативність, роботу в команді, а також соціальну відповідальність і повагу до мультикультурності. Спеціальні компетентності включають проведення досліджень, використання психотехнологій конструктивної взаємодії, правову аргументацію та дипломатичний етикет. Програмні результати навчання спрямовані на аналіз і пошук різноманітної інформації, використання сучасних інформаційних й комунікаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення для вирішення професійних завдань, створення грамотного медіа-продукту на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення, розміщення інформації про свій медіа-продукт на сторінках соціальних мереж LifeSens Centr. Викладання курсу поєднує теоретичні та практичні методи, активну роботу для засвоєння термінології та формування розуміння психологічних аспектів комунікації, що підвищує професійну компетентність майбутніх фахівців з медіа-журналістики та публік рилейшнз.

Інтернет-комунікація в Україні формується під впливом глобалізації, різноманітності користувачів та ускладнення комунікативних зв'язків. Залежність від віртуального середовища свідчить як про спробу замінити реальність, так і про недостатній розвиток Інтернет-гуманістики, що становить ризики для особистості.

Для гармонійної взаємодії в Інтернеті важливо розвивати екологічно орієнтовані підходи, створювати доступні ресурси та впроваджувати європейські моделі. Гуманістичний потенціал Інтернету сприяє новим підходам до особистісного розвитку, враховуючи концепцію екологічного існування в мережі.

Психологічний аналіз підкреслює, що сучасне віртуальне середовище має сприяти розвитку особистості в умовах нових суспільних інфраструктур [3,

с. 249-252].

Розвиток досліджень у сфері медіа-комунікацій вимагає комплексного підходу, що враховує як теоретичні аспекти, так і практичне застосування знань. Це включає розробку стратегій розвитку та корекції комунікативних навичок.

Прикладні лінгвістичні теорії, як-от психолінгвістика, соціолінгвістика, когнітивна наука, досліджують комунікацію як системний процес. Зокрема, соціолінгвістика аналізує взаємозв'язок мови та соціальних чинників, таких як статус і культура, тоді як когнітивна лінгвістика вивчає зв'язок між мовою та мисленням. Комунікативна лінгвістика фокусується на динаміці міжособистісної взаємодії.

Ці теорії сприяють комплексному розумінню комунікації як багатовимірного явища, що залежить від когнітивних, соціально-психологічних та культурних чинників [1, с. 92-97].

Успіх комунікації залежить від розвинених навичок та здатності до взаєморозуміння [4, с. 31-39].

Масова комунікація досліджується як один із ключових факторів, що впливає на становлення особистості, розвиток мотивації досягнень, соціальних навичок і самоідентифікації в юнацькому віці.

Масова комунікація активно впливає на формування світогляду, цінностей та поведінки юнаків, визначаючи їхню особисту ідентичність. Медіа є не лише джерелом інформації, а й чинником, що формує соціальні, емоційні та когнітивні аспекти життя молоді. Вплив медіа може бути як позитивним – розвиток критичного мислення, емпатії, соціальної відповідальності, так і негативним – формування стереотипів, тривожність, зниження самооцінки через ідеалізовані образи чи дезінформацію.

Юнаки, споживаючи медіаконтент, формують уявлення про соціальні норми та стосунки. Проте брак навичок критичного аналізу інформації збільшує ризик емоційних розладів і залежності від стереотипних уявлень. Водночас медіа можуть сприяти засвоєнню цінностей толерантності та співчуття.

Освітні компоненти які спрямовані на розвиток медіаграмотності в руслі психологічних вмінь та навичок допомагають молоді сформувані професійні компетентності спрямовані на вміння екологічно аналізувати інформацію, уникати дезінформації та формувати здорові звички споживання контенту, що в свою чергу розвиває емоційний інтелект, сприяє розвитку стресостійкості гармонійної особистості.

Список використаних джерел:

1. Гончарук Н. М. Дослідження психологічних аспектів комунікації у прикладних лінгвістичних теоріях. *Проблеми сучасної психології*. 2018. Вип. 39. С. 90-100.
2. Калмикова Л.О., Калмиков Г.В., Харченко Н.В. Психологія комунікації: наукові пошуки, проблеми і моделювання. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Сер. Психологія*. 2024. Т. 35. Вип. 2. С. 30-35.
3. Лазаренко Н. І. Комунікація в Інтернет-просторі: психологічний аспект. Інформаційні технології і засоби навчання. 2018. № 3. С. 249-261.
4. Лазаренко Т. В. Умови ефективності міжособистісної комунікації. *Zbiór raportów naukowych. «Pedagogika. Najnowsze badania naukowe. Teoria, praktyka. (30.03.2015-31.03.2015)*. Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour». 2015. С. 31-40.
5. Чернякова, Олеся, Наталя Шайда, and Олександр Шайда. "ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ АСПЕКТ МЕТОДІВ ВПЛИВУ НА РЕЦИПІЄНТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ." *Improving the Life Quality: View of Scientists* (2019): 430.