

- доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (17-18 травня 2017 р.) / Гол. редкол. Т.Д.Щербан. - Мукачево : РВВ МДУ, 2017. - С.144-146.
2. Битянова М. Р. Запевать лучше хором? Еще раз о конформизме/ М. Р. Битянова // Школьный психолог. – 2002. – №1. – С.6-7.
 3. Бернс Р. Развитие «Я-концепции» и воспитание / Р. Бернс. - М.: Прогресс. – 1986. – 367с.
 4. Журин А.А. Информационная безопасность как педагогическая проблема / А.А. Журин // Педагогика. – 2001.– № 4.– С. 48-55.
 5. Иванова Л.А. Роль средств массовой коммуникации в воспитании подрастающего поколения /Л.А. Иванова // Вопросы педагогического образования. – Иркутск: ИПКРО, 2005. Вып.16. – С. 251-259.
 6. Снігульська В. Телебачення – інформаційний помічник чи джерело агресії / В. Снігульська // Соціальний педагог. – 2007. – № 9. – С. 50-53.

The article deals with the influence of the media on personality formation. The essence of the conformism phenomenon in the context of the problem of information glut has been analyzed. Diagnosis of conformal manifestations in adolescents has been performed. The motivational factors of conformal behavior and their relation to the media have been considered.

Key words: conformism, research, media, teenagers, students.

УДК 316.612:654.19:159.923(045)

Барчі Б.В.

**кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри психології,
Мукачівського державного університету**

Стретович Ю.О.

**магістр спеціальності «Психологія»,
Мукачівський державний університет**

ВПЛИВ ЗМІ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ

У статті розглянуті особливості впливу ЗМІ на розвиток психіки особистості, зокрема підлітка. Розкриті основні групи наслідків впливу ЗМІ на особистість, індикатори залежності від ЗМІ і профілактика та реабілітація психологічної залежності від медіа продукції.

Ключові слова: ЗМІ, медіа залежність, Інтернет, телебачення, мережа, підлітковий вік.

В теперішній час значно зріс вплив засобів масової інформації на особистість. Провідну роль у цьому процесі займає телебачення. Якщо в 70-80 роках телевізор вважався розкішшю, то зараз це незамінна річ в кожній родині. Поступово телебачення витісняє газети і журнали, конкурує з радіо. Конкуренція з пресою пояснюється появою на телебаченні нових технологій: цифрове, супутникове телебачення, комп'ютерні технології. В зв'язку з цим помітно зросла оперативність передачі інформації і як наслідок ускладнена можливість контролю за чистотою ефіру.

Ще одним засобом впливу на особистість є апробований та доступний високошвидкісний Інтернет. Декілька років тому цей засіб комунікації застосовували лише на великих підприємствах, організаціях різного профілю. На сьогодні ж за допомогою Інтернету можна отримати інформацію значно легше, ніж будь яким іншим способом, навіть не виходячи з дому.

З раннього дитинства через засоби масової інформації – радіо, пресу, телебачення, Інтернет, рекламу та ін.. – зрушується на підростаючу особистість великий обсяг суперечливої інформації та несистематизованих знань з різних галузей життя, під впливом яких у неї формується певний тип поведінки, оцінки, установки, ставлення до себе і до інших.

ЗМІ – система установ та закладів, створених з метою публічного, оперативного розповсюдження інформації про події та явища у світ, країні чи регіоні необмеженого кола осіб, суб'єктів, та зорієнтованих на виконання певних суспільних задач [6]. Метою нашого дослідження є розгуляти особливості впливу ЗМІ на розвиток особистості.

Засобами масової інформації є: телебачення, газети, радіо, журнали та Інтернет. Згідно із міжнародним стандартом, друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання (преса) - газети, журнали, бюлетені тощо і разові видання з визначеним тиражем; аудіовізуальними засобами масової інформації є: радіомовлення, телебачення, кіно, звуко-, відеозапис тощо.

Необхідність усебічної передачі соціальної інформації, яка формує масову свідомість, стала однією з головних причин, що викликали виникнення ЗМІ. Інші засоби не в змозі здійснювати оперативно і регулярно та у великому масштабі впливати на думку людей. Основною метою діяльності ЗМІ є вплив на суспільну думку. Успіх у вирішенні цього питання пов'язаний з діалектичним поєднанням вже існуючих поглядів та формуючого впливу на них [2].

ЗМІ мають різні можливості та силу впливу, які найбільше залежать від способу їх сприйняття реципієнтами. Найбільш масове та сильний політичний вплив мають аудіовізуальні ЗМІ, насамперед - радіо та телебачення.

Для розуміння ролі ЗМІ у суспільстві потрібно визначити наслідки впливу масових комунікацій на громадськість, серед яких виділяють декілька категорій. До першої категорії відносять поведінкові наслідки, де людина здійснює ті чи інші дії після того як вона бачить, що хтось веде себе аналогічно.

Виконання людиною окремих дій у наслідок впливу ЗМІ на її психологічні установки. Установки включають у себе інтелектуальний компонент чи компонент довіри, але значна частина їх психологічної динаміки має емоційний характер, тому вплив ЗМІ у цій сфері є особливо глибоким. Вірне використання ЗМІ може допомогти спрограмувати цілий комплекс установок по відношенню до того чи іншого об'єкту. Установки програмуються значно легше ніж дії людини. Іноді вони набувають великого значення, оскільки впливають на наступну поведінку та на те, як буде перероблятися подальша інформація. Вони формують особисте сприйняття світу, подій та явищ.

Наступною категорією наслідків є когнітивні наслідки, де засвоєння поданої ЗМІ інформації, що змінює напрям розвитку думки людини, її знань та мислення.

Фізіологічні наслідки є категорією, де фізіологічні зміни у нашому організмі викликані діяльністю ЗМІ.

Важливо зазначити, що наслідки взаємодії ЗМІ з аудиторією не є чітко відокремленими та спрямованими, навпаки, у більшості випадків цей ефект є кумулятивним, сукупним [3].

Особливий вплив ЗМІ мають на масове мистецтво, формують у молоді викривлене уявлення про світ та життя, призводять до втрати моральності. Прикладом цього є бажання молоді отримати «все і відразу», прагнення до життя в розвагах і розкоші, яку вони бачать у передачах про світські «тусовки».

Через ЗМІ здійснюється також комунікативні акти соціально-контактної спрямованості: встановлення зв'язків на рівні «індивід-група», «індивід-індивід». Під час спілкування відбувається взаємообмін діяльністю, цінностями, інформацією, уміннями, моделями поведінки, емоціями.

Перебування в Інтернет-мережі пов'язане з почуттям захищеності, яке створює такі особливості, як анонімність, доступність, безпека і простота використання. Особливо привабливим Інтернет є для молодих людей з недостатністю та проблемами спілкування у реальному світі. Будучи зареєстрованим у принаймі одній із соціальних мереж, підліток знайомиться з однолітками, які проживають у різних кутках світу, та більш вільно спілкується зі знайомими. Таке спілкування не має агресивного невербального компонента, а вербальних образ набагато менше. Можна висловити свою думку, відчувати

себе розкутим у спілкуванні та цікавим для інших, стати більш впевненим в собі [2].

У віртуальному просторі виникає психологічне поле з абсолютною відкритістю, необмеженими можливостями, де можна робити все, що недоступне в реальному світі. Але з нього важко повертатися до реального життя, навчання. Це призводить до конфлікту, виникнення невротичних порушень і змін в особистості. У першу чергу це стосується тих, кого ми називаємо Інтернет-залежними. Інтернет-залежність визначається як «нав'язлива потреба у використанні Інтернету, що супроводжується соціальною дезадаптацією та яскраво вираженими психологічними симптомами» [2].

В сучасному світі людина з раннього дитинства опиняється в оточенні техносфери, вагомою частиною якої являються засоби масової інформації, що грають важливу роль в житті людини. До складу ЗМІ входять: преса, радіо, телебачення, Інтернет. При чому, на перші місця вийшли так звані електронні засоби.

Створюючи особливий інформаційний простір, численні медіа впливають на формування соціальних, моральних, художніх, естетичних цінностей та інтересів особистості, стають важливим фактором впливу на їх свідомість, світоглядні позиції [5].

Сучасне інформаційне суспільство найбільше асоціюється з Інтернетом як основою найновіших інформаційних відносин. Саме підлітки є активними користувачами цієї мережі. Вони звертаються до Інтернету задля пошуку інформації (для навчання), віртуального спілкування, для розваг. Підлітки активно користуються Інтернетом як за допомогою домашнього комп'ютера, так і в навчальному закладі, в Інтернет-кафе. Але Інтернет і комп'ютер не може замінити сучасним школярам інших радощів життя: спілкування з однолітками, спортивні секції, творчі гуртки, туристичні поїздки, подорожі.

Активність людей в Інтернеті підпорядкована задоволенню трьох основних видів потреб: комунікативної (електронна пошта, чати, розсилки, форуми), пізнавальної (навігація в мережі, читання електронної преси і новин, пошук конкретної інформації, дистанційна освіта), ігрової (розваги).

Глобальні комп'ютерні мережі універсальні – передбачають усі форми самовираження і соціальної взаємодії. Учасник віртуальної комунікації, як правило, анонімний, і це дає відчуття необмеженої свободи, аж до всюдозволеності. У мережі підліток дістає реальний шанс існувати у віртуальному просторі не як конкретна особа, а як безліч осіб. З'явилися нові форми поведінки, характерні переважно для молодих користувачів комп'ютерних мереж. Необхідно адаптувати підліткову систему моральних установок до умов анонімного застосування Інтернету.

Неконтрольоване користування Інтернетом може призвести до таких небажаних наслідків як психологічна залежність.

Більше до комп'ютерної та Інтернет залежності схильні ті користувачі, в яких занижена або завищена самооцінка. Часто це виникає у критичні періоди, зокрема у підлітковому віці. Батькам і вчителям важливо зрозуміти дитину і вчасно вжити заходів.

Проблема психологічних впливів на мотивацію особистості у психології маркетингу як галузі наукового знання вкрай актуальна. Інформаційне суспільство - епоха нових можливостей. Ускладнення системи ведення бізнесу, загострення конкуренції та невизначеність зовнішнього по відношенню до організації середовища змушують компанії, що працюють на українському ринку, опанувати нові підходи до ведення діяльності та відшукувати нові шляхи зміцнення своїх конкурентних позицій [1].

Наявність наступних поведінкових проявів свідчить про Інтернет-залежність підлітка: емоційна неврівноваженість, напруженість, агресивність, тривожність, відсутність зосередженості на жодному виді діяльності; дитина замкнена, неговірка, виглядає пригнічено і стурбованою; поганий сон, часті кошмарні сни; не приділяє належної уваги спорту і різним фізичним навантаженням, постійно шукає час, щоб пограти, витрачає всі кишенькові гроші на нові ігри, прогулює школу [4].

Вважається, що у підлітків критичні здібності щодо медіа й телебачення є розвинутими. Але це відбувається лише у тих випадках, коли попередні етапи розвитку ставлення дитини до телебачення відбувалися у поміркованому режимі, під контролем дорослих. Тому вже саме з дошкільного віку у дітей слід виховувати ставлення до медіа-продукції, встановлювати відповідні обмеження [4].

Перспективами подальших досліджень вбачаємо розробку програм для профілактики і реабілітації залежності від медіа-продукції доцільно використовувати такі методи: психосоціальний метод; методи соціальної групової роботи; соціальна терапія; групова терапія; ігрова терапія; сповідальний метод; індивідуальна соціальна робота; групова соціальна робота; психологічні методи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барчі Б. В. Психологічні особливості процесу мотивації споживачів в маркетинговій діяльності / Б. В. Барчі // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – Карпатська вежа, 2017. – №23 (18). – С.51-57.
2. Бурова В. В. Социально-психологические аспекты Интернет-зависимости / В. В. Бурова. – М., 2001. – С. 32-43.

3. Войскунский А. Е. Феномен зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Гуманитарные исследования в Интернете. – М., 2000. - С. 64-95.
4. Кимберли С. Я. Диагноз – интернет-зависимость / С. Я. Кимберли // Мир Internet. - №9. -1999. - С.13.
5. Стерденко С. У пошуках форм розвитку медіа-культури молоді / С. Стерденко, О. Голубева // Соціальний педагог. – 2009. - №10. – С.34-47.
6. Череповська Н. Медіа-освіта в сучасній школі / Н. Череповська // Соціальний педагог. – 2009. - №6. – С.15-26.

The article deals with the peculiarities of the influence of the media on the development of the psyche of a person, in particular a teenager. The main groups of consequences of influence of mass media on the personality, indicators of dependence on mass media and prevention and rehabilitation of psychological dependence on media production have been revealed.

Key words: media, media addiction, Internet, television, network, adolescence.

УДК 378.111.3-057.875:81'36:811.111(045)

Барчі Б.В.

кандидат психологічних наук,

старший викладач кафедри психології

Мукачівського державного університету

Мартин Н.В.

старший викладач кафедри англійської філології та методики

викладання іноземних мов Мукачівського державного університету

Кравченко Т.М.

старший викладач кафедри англійської філології та методики

викладання іноземних мов Мукачівського державного університету

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГРАМАТИЧНИХ НАВИЧОК У СТУДЕНТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРАКТИЧНОЇ ГРАМАТИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розглянуто особливості формування граматичних навичок у студентів. Проаналізовано основні категоріальні компоненти у вивченні англійської граматики. Проведено аналіз вправ для формування граматичних навичок у студентів. Розглянуто принципи відбору граматичних мінімумів.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>