

ЦІННОСТІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК ЧИННИКИ КОМУНІКАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито поняття цінностей, розглянуто цінності як один з ключових чинників процесу комунікації у сучасному суспільстві.

Ключові слова: спілкування, комунікація, інформація, цінності, медіа, сучасне суспільство.

Abstract

The concept of values is exposed, values as one of key factors of process of communication are considered in modern society.

Key words: interaction, communication, information, values, media, modern society.

Вступ

Форми і результати процесу комунікації в значній мірі визначаються характеристиками особистостей, що беруть участь в них. У свою чергу ці характеристики цілком визначаються нормами і цінностями тієї культури, представником якої є людина. Адже все особистісні характеристики є результатом інкультурації та соціалізації. Від цього залежить спосіб мислення, самовідчуття, способи вираження емоцій, звички. Відповідно до норм і цінностями культури людина діє, грає певні соціальні ролі і виявити свою здатність в більшій чи меншій мірі до спілкування з іншими людьми.

Оцінюючи характеристики особистості і їх вплив на процеси комунікації, в першу чергу слід виділити формально-особистісні ознаки: стать, вік і сімейний стан. Але специфіка комунікації також пов'язана і з професійною приналежністю людини. Адже в будь-якій культурі поведінка жінок відрізняється від чоловічої поведінки, то ж відноситься і до поведінки дорослих і дітей. Є свої правила комунікації в жіночій і чоловічій групах, у дітей і у дорослих. По-різному спілкуються в різних культурах чоловіки з жінками, діти з дорослими людьми. Так, азійські жінки традиційно не дивляться в очі чоловікам, особливо незнайомим. А в західноєвропейських культурах, навпаки, нормальна комунікація, як серед чоловіків, так і серед жінок, вимагає постійного зорового контакту.^[2]

Основна частина

Цінності — це визнані всім суспільством або більшістю його членів уявлення про те, до яких цілей повинна або може прагнути людина (наприклад, десять християнських заповідей). Цінності є фундаментальними ментальними утвореннями, абстрактними ідеалами, що існують у свідомості кожної людини, орієнтири, з якими індивіди й соціальні групи співвідносять свої дії. Цінності — це визнані всім суспільством або більшістю його членів уявлення про те, до яких цілей повинна або може прагнути людина (наприклад, десять християнських заповідей). Цінності є фундаментальними ментальними утвореннями, абстрактними ідеалами, що існують у свідомості кожної людини, орієнтири, з якими індивіди й соціальні групи співвідносять свої дії.^[1]

На етапі кризового стану функціонування сучасного європейського суспільства візуалізуються спади культури, девальвація цінностей, екології, гідності, справедливості, свободи і рівності. Комунікація в українському суспільстві спотворена підірваними, масовими, персоналізованими і

транскордонними технологіями. Тому національні цінності девальвують, «зобов'язання» ігноруються, на взірєць того, як міжнародні норми безнаказано порушуються, а «закон» почасти використовується як юридична технологія.

Якщо ми говоримо про групу або суспільство, то їм належать цінності, а індивіду — ціннісні орієнтації. Цінності являють собою ряд переконань, до яких схиляється більшість людей і до яких необхідно прямувати. Звертаючи увагу на структуру цінностей, слід виокремити три елементи, які взаємопов'язані між собою: значущість, норма та ідеал. Вчинки, дії, вибір поведінки людини визначають тим, що є значущим, корисним, розумним для неї. Цінності належать групі або суспільству, а ціннісні орієнтації — індивіду. Честь і гідність сім'ї з давніх-давен — одна із найважливіших цінностей людства. Коли чоловік як голова сім'ї проявляє піклування про свою родину, він тим самим демонструє свою силу, хоробрість і все те, що високо цінується у суспільстві. Саме ці цінності стали для нього культурною нормою, а психологічне ставлення — це ціннісна орієнтація. Навіть найпростіші норми поведінки уособлюють те, що цінується групою чи суспільством. Культурні норми й цінності тісно взаємопов'язані. Але в жодному разі вони не тотожні.

Суперечності, підсилені політичними технологіями, які населення України реєструє без належної аналітики, створюють такі глибинні ментально ворожі прецеденти, як зло. Криза моральності національних видозмін проблемна і ще досі не позбавлена ознак архаїчних тоталітарних традицій. У національній культурі з'являються нові виклики нетрадиційної культури, росте взаємонерозуміння, нав'язуються ідеї світової «сили» і її впливу на сповідування чужих пріоритетів. Соціальна дезорієнтація вносить погані аналогії у співбуття, стає руйнацією чи то ліберального, чи то консервативного порядку. Яку б сферу життєдіяльності не взяти для аналітики — чи то екологічні проблеми, чи правові, чи воєнні — всі вони пов'язані із сутністю людських цінностей. Цей висновок екстраполюємо через вияв у комунікації питомих національних духовних цінностей або їх відсутність.^[4] Україна, як і інші європейські держави, вже не одне десятиліття є органічною складовою процесу розвитку єдиного інформаційного простору. У сучасному суспільстві це явище прийнято називати медіапростором. Цілеспрямовані процеси світової глобалізації та інтеграції спонукають нашу державу активно змінювати свій стан, тип та покращувати якість життя. Таким чином відбувається формування нового типу культури — медіа.

У сучасному суспільстві існує безліч потужних соціальних чинників, які намагаються негативно вплинути на журналістів, а саме — схибити під час морального вибору. Варто пам'ятати, що визначальними особливостями представників журналістської діяльності є особисті моральні переконання, що є фундаментом вирішальної ролі професійної діяльності. Адже саме «журналістська мораль, побудована на гуманістичних етичних цінностях, нормах і правилах, є засобом втілення журналістської етики як теорії в життя, утвердження гуманістичних засад у журналістській практиці як частині соціальної дійсності». Варто пам'ятати, що основним стрижнем професійних моральних переконань журналістів є дотримання християнських принципів та цінностей.^[3]

Висновки

З плином часу, розвитком технологій та культур змінювалися й цінності суспільства як чинники комунікації. Із зміною традицій певної культури, змінювався й світогляд її представників, який впливав й на процес комунікації. Щодо сучасного суспільства, із розвитком технологій до нас прийшло нове явище — засоби масової інформації та медіа, які стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя та постають як значний чинник комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк С.Г. *Комунікологія*: навчальний посібник. Вінниця, ВНТУ, 2015. С. 33.
2. Особистісні чинники комунікації. Електронний ресурс. Режим доступу до ресурсу: <http://um.co.ua/6/6-8/6-85474.html>
3. Темненко Д.М. *Цінності української культури в контексті медіа*: Наукова Доповідь, Київ, КНУКІМ, 2017. С.144
4. Цінності та комунікація в сучасній Україні: до питання взаємозв'язку. Електронний ресурс. Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/3573/1/%D0%B3%D1%80%D0%B8%D1%89%D1%83%D0%BA.pdf>

Волинець Сергій Юрійович – студент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: datynford@gmail.com

Volynets Serhii – student of the Department of Management and Security of Information Systems, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: datynford@gmail.com