

Житомирський державний
університет імені Івана Франка

СТАЛИЙ РОЗВИТОК :
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Житомир
Вид-во ЖДУ ім. І. Франка
2013

УДК 371.2 (09)
ББК87 С79

Рекомендовано Вченою радою Житомирського державного університету Імені Івана Франка від 29 березня 2013 року, протокол Л° 8

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Герасимчук А.А. - доктор філософських наук, професор, професор **кафедри** філософії Житомирського державного університету імені Івана Франка;

Смагін І.І. - доктор педагогічних наук, доцент, заступник директора з наукової роботи Житомирського обласного інституту післяди-пломної обласної освіти;

Хомич Л.О. - доктор педагогічних наук, професор, заступник директора з науково-експериментальної роботи Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ: О.А. Дубасенюк (головний редактор),
О.С. Антонова, Р.Ю. Васильєва, О.В. Вознюк, В.А. Ковальчук, Н.К. Місяць, В.І. Слінчук

Сталий розвиток: проблеми та перспективи : зб. наук, праць / за ред.⁰⁷⁹ О.А. Дубасенюк - Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. - 412 с. І8ВN 978-966-485-144-9

Збірник студентських наукових праць, учасників Міжнародного наукового пресу «сту "Науковий дебют 2011-20)3 - Сталий розвиток", підготовлений студентами т їх вауковими керівниками - викладачами Житомирського державного університет імені Івана Франка

Длі науковців, викладачів, аспірантів, студентів, магістрів вищих педагогічни закладів, різних категорій педагогічних працівників.

*

УДК371.2(05)
ББК8

<i>Ищук Руслана</i> РІВЕНЬ ПСИХОЛОГІЧНОЇ АДАПТОВАНОСТІ ЛЮДИНИ В РІЗНИХ ТИПАХ ЛАНДШАФТНИХ ЕКОСИСТЕМ.....	289
<i>Хоменко Марина</i> ЗДОРОВ'Я ПІДРОСТАЮЧОГО ПОКОЛІННЯ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ.....	294
<i>Ковальчук Олена</i> САНІТАРНО-ГІГІЄНИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА ПРОФІЛАКТИЧНА РОБОТА ЗІ ШКОЛЯРАМИ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДИЧНОЇ СЕСТРИ.....	311
<i>РОЗДІЛ VI. ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ЛЮДИНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....</i>	
<i>Васильєва Регіна</i> ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ ЯК НАУКОВА ПРОБЛЕМА.....	319
<i>Костюк Марина</i> РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ У КОНТЕКСТІ БЕЗПЕЧНОГО ТИПУ ПОВЕДІНКИ	331
<i>Лозовська Любов</i> УМОВИ ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ.....	340
<i>Ожгібесова Марія</i> ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СУСПІЛЬСТВО	348
<i>Мінгальова Юлія</i> НЕБЕЗПЕКИ ПРИ ВИКОРИСТАННІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	360
<i>РОЗДІЛ VII. МОВОЗНАВЧО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ</i>	
<i>Синиця Майя</i> ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОСВІТИ.....	369

Ожгібесова Мара.
студентка історичного факультету?
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СУСПІЛЬСТВО

Засоби масової інформації - це потужний механізм комунікації суспільства на сьогоднішній день. У ХХІ сторіччі людство опинилось в СІІ" ■ ції, коли воно може не лише поглинати інформацію і створювати, опрацьовувати її тільки у разі безпосередньої роботи журналістом, але і браш участь у самому інформаційному процесі щодня. Таку можливість надай Інтернет-мережа, де розвиток так званої «громадської журналістики» вибувається щоденно у соціальних мережах, коментуванні інформації зі сайтах провідних видрань. Тому «четверта влада» стала з одного боку доступною кожному, але проблема залишалась - особисту думку можуть почути, хоч гарантії, що до неї дослухаються не існує жодної. Тоді виникає питання: для чого потрібні засоби масової інформації, як не для тост щоб впливати на суспільство? І у разі логічної відповіді «щоб інформувати суспільство про події», то чи задовольнить це самі мас-медіа, якщо в»-ни повинні виконувати функції виключно «інформаторів», а не творв громадських настроїв?

Засоби масової інформації у своїй діяльності наштвхуються постів» на ряд проблем. Але головною і найважливішою проблемною сферою хм них та усіх, на кого вони спрямовані, залишається їх об'єктивність. Защк авленими в них є всі - як громадськість, так і представники влади. І арі дотримані всіх вимог демократії та відсутності обмеження свободи слова, дійсно злагоджена співпраця цих двох елементів буде маШ місце лижв; тоді, коли інтереси з приводу використання засобів масової інформа.. них будуть співпадати. Тому, розглядаючи концепцію «засоби масової ■-

формації - суспільство», не можна не враховувати, що інтереси можуть бути і ще не в однієї із сторін багатостороннього комунікативного процесу.

Об'єктивність - це завдання не лише самих мас-медіа. Як не дивно, об'єктивність не завжди залежить від авторів поданої інформації. Дуже часто на це впливають значна кількість суб'єктивних факторів, які стосуються кожної окремої людини, а саме її сприймання інформації. Тому майстерність та освіченість самих мас-медіа відіграють важливе значення у процесі насичення суспільства інформацією. Важливо, щоб творець інформації, від якого залежить багато процесів у суспільстві в подальшому, вмів не просто грамотно писати або розмовляти, щоб його знання про навколишній світ не обмежувались лише окремою сферою людського життя; такий спеціаліст повинен мати професійні знання про суспільство в цілому.

У статті є намагання аналізувати декілька факторів, які мають місце, коли засоби масової інформації впливають на суспільство. Розуміння цих процесів включає не один підхід та не один аналіз, оскільки проблема є актуальною на сьогодні. Роль засобів масової інформації у суспільстві без перебільшення велика, однак у результаті щодня цей вплив нагадує певний хаос. Щоб позбавитись від такого хаосу, необхідно розкласти усі процеси, які відбуваються у суспільстві на частини, які його складають. І тільки тоді можна говорити про домінуюче значення одного чи іншого фактору.

Метою статті є дослідження різних складових впливу мас-медіа на суспільство та доведення взаємного зв'язку між цим впливом - як людини на засоби масової інформації, так і засобів масової інформації на суспільство.

Дослідження даної проблеми проводиться постійно, звертаючи увагу на ті чи інші аспекти. Говорячи про засоби масової інформації, ми перш за все маємо на увазі журналістику як явище. Сьогодні журналістика стала широкою сферою прояву. Вона поділяється за своїми видами на пресову (газетна, журнальна), телевізійну, радійну та інтернетну.

Серед учених вагомій праці належать таким соціологам як Маршаллу Маклюену у праці «Розуміння медіа: зовнішнє розширення людини», Нікласу Луману у ряді праць, а особливо таких як «Медіа комунікації» та «Реальність мас-медіа», Дженнінгз Браян та Сузан Томпсон «Основні впливи ЗМІ». Звичайно, засоби масової інформації - це перш за все сфера і дослідження журналістів, тобто самих суб'єктів ЗМІ, однак для соціологічної науки проблематика також є актуальною, оскільки в системі відносин «засоби масової інформації» не є домінуючою складовою - У самій струк-

турі відносин домінуючою є саме людина, суспільство... Тому дослідження інформаційного поля стає сферою проблем безлічі наук.

Людина з раннього віку постійно перебуває в певному інформаційному полі, сприймає інформацію з різних каналів, постійно користується нею у своєму житті і на основі її опрацювання постійно формує свою поведінку. Мас-медіа своїм впливом створює інформаційний світ, у якому людина протягом життя виробляє власний світогляд щодо способу, стилів, типів поведінки. А якщо інформація мас-медіа має суперечливий характер, то слід говорити про різноманітність типів поведінки, які формуються в результаті користування людиною інформацією³³⁴.

Одна з проблем, яка формується на шляху взаємодії мас-медіа та суспільства - це не завжди відповідність результатів сприйняття суспільством поданої інформації до очікуваних ЗМІ реакцій.

У своїй праці «Медіа комунікації» німецький соціолог Ніклас Лумані наводить ряд питань-проблем, з якими зіштовхується кожен споживач продукції ЗМІ. Чому одне конкретне інформаційне повідомлення має вплив на суспільство, а не будь-яке інше? Тому що воно повідомляється? Чому хтось взагалі звертається з одним конкретним повідомленням до однієї конкретної особи, якщо і ця особа і той, хто повідомляє, може зробити вибір на користь іншого? І чому, хто б це не був, повинен співвідносити свою поведінку з отриманою інформацією? Причину виникнення комунікації він знаходить у когнітивних потребах суспільства. У результаті людина опиняється в стані надмірної соціальної залежності та зосередженості на власній індивідуальності одночасно. По мірі поширення однієї і тої самої інформації - вона стає вичерпною. Така «вичерпною» не вимагає інформації. Вона використовується для підтвердження згуртованості суспільства. У такому випадку не спостерігається приросту нової інформації. Оскільки зростає потреба у постійному оновленні інформації - на допомогу приходять мас-медіа. Однак, до кінця залишається не з'ясованим те, чи досягає мас-медіа комунікативної мети - породжує відповідну поведінку суспільства і чи правильно сприймається ця інформація взагалі³³⁵.

Сьогодні ЗМІ здатні вирішувати не одне запитання, яке стоїть перед людиною, але одночасно з тим - конкретного вирішення не несуть у більшості випадків ніякого. Перш за все - це психологічні складові соціалізованої особистості. «Почуття захищеності» - функція ЗМІ, яка здатна як повністю втілюватись, так і навпаки погіршувати цю проблему. Виходячи

¹³⁴ Шевченко А.С. Вплив медіа на суспільство / Шевченко А.С. // Держава та регіони: регіональна комунікація. Науково-виробничий журнал. - 2010. - №3. - С. 61 - 64.

³³⁵ Луман Н. Медиа коммуникации. Пер. с нем. / А. Глухов, О. Никифоров, М: Издательство «Логос». 2005. - 208 с.

**РОЗДІЛ VI. ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ
ЛЮДИНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

з того, якою є інформація - це або задовольняє людину, або навпаки діє подразнююче. Ураховуючи те, що будь-яка людина (а особливо урбанізована) за одну добу повинна провести безліч комунікативних операцій, крім того вирішити обов'язкові власні буденні проблеми існування, навіть невелика частина інформації здатна впливати на стан, в якому будуть проводитись подальші звичні операції. Людина ХХІ сторіччя не має фізично великої кількості часу для обдумування кожної конкретної інформації (і тим паче на те, як її подають конкретні ЗМІ). Таким чином, споживання відбувається на фоні отримання безлічі інформації з великої кількості інших джерел, які або доповнюють один одного, або навпаки призводять до конфліктності сприйняття.

Ніклас Лукман також у своїй іншій праці «Реальність мас-медіа» доводить те, що ЗМІ і не повинні слугувати засобом примноження знань, соціалізації чи прищепленні нормативного конформізму. Головна функція медіа полягає саме в постійному породженні та переробці подразників. Мас-медіа можуть проводити селекцію деякого системно-специфічного минулого та встановлення важливого в очікуванні майбутнього. Все більшу кількість подій і все швидше необхідно перетворювати в інформацію. Це виклик ХХІ сторіччя. Але постає наступна проблема - знаходження [«консенсусу між однією та іншою інформацією, адже існує поняття пам'яті і селекціонування є не завжди контрольованим. І лінія конфлікту може ■тикати саме між тим, що фіксується в пам'яті і те, що очікується в подальшому»³³⁶. Тому можна говорити про те, що одна з основних проблем ■пливу мас-медіа на суспільство полягає в не завжди узгодженій лінії подачі інформації: актуальної ретроспективи пов'язаних з повідомленням ■одій та очікуванням у майбутньому результату від них, одного повідомлення та наступного, окремого повідомлення та інформаційного кола в цілому.

У центр досліджуваної Нікласом Луманом проблематики поставлені ■итання: що робить новину новиною, а інформацію інфоірмацією та, звідю виникає сама новина, а разом з нею єдина відома інформація про неї?

Говорячи сьогодні про вплив медіа на суспільство необхідно розуміти, що мова йде не просто про «медіа» і не просто про «суспільство». Медіа - політичні, розважальні, соціальні, економічні і далі за інтересами та потребами, так як характер споживача також не входить лише у рамки суспільство», але суспільство - категорія більш стала. Орієнтуючись на цього можна виділити орієнтування на певну аудиторію населення, у нв'язку з подачею інформації, але воно виступає як неподільне - громадське, правове, свідоме. Це безперечно досягнення правової системи циві-

³³⁶ Ніклас Луман. Реальность масс-медиа. Бир://§Iraкeі.гаЛабогагоу/Ба8I5/3001

лізованих держав та намагання політичних суб'єктів поширювати однакові умови для всіх мешканців держави, а не ділити на публічному рівні о - спільство на верстви та групи (що може відбуватись латентно, у зв'язку з інформаційною неузгодженістю, про яку йшла мова вище).

Звичайно, ЗМІ - це не єдиний фундамент настроїв суспільства та кожної індивідуальності зокрема. Не можна виключати фактори впливу освіти, самоосвіти, настроїв відповідно до регіональності проживання, тобто самостійність та здатність до вибору того, на кого направлена інформація. Те, що медіа стають могутнім засобом маніпуляції - не має сумнівів. Але саме так звана «четверта влада» створює власною діяльністю демонстрування того, якою необхідною є демократія. Дефініція слова «демократія» може існувати у багатьох вимірах, але несе у собі природну загрозу зловживання нею. З проблем, які є перед такою дуалістичною ситемою відносин на перший погляд як «ЗМІ - суспільство» можна виділити такі: недосконалість знань ЗМІ про суспільство та суспільства про ЗМІ, неузгодженість одних медіа з іншими, а таким чином одних інформаційних повідомлень з іншими; неузгодженість трьохвимірності інформації (минулої, наявної сьогодні та очікуваної завтра).

«Світ, який б складався лише з високочолих інтелектуалів, навряд чи був життєздатним. Суспільство, де культивуються лише масові цінності приречене на виродження, загнивання, адже йому б не вистачало якихось важливих ферментів». Медіа випередили масову культуру, адже журналіст є журналістом, якщо він уважний до свого читача, журналіст не може чекати кращих часів, поки його творчість почнуть цінувати. З цією думкою Володимира Демченка можна погодитись, але знати природу цих ферментів - це також завдання сучасних ЗМІ. ЗМІ - система, яка орієнтується саме на професійні власні знання про суспільство і це по суті є в хліб. «Хто володіє інформацією - той володіє світом», - крилатий вислів Натана та Якоба Ротшильдів. І, виходячи з такої простої відповіді на запитання, що необхідно, щоб впливати на світ, породжується нова проблема - інформацією не можливо володіти, так як скоріше інформація буде володіти тим, хто обрав її. Недосконалість знань ЗМІ про суспільство, **якби** вони займаються - це причина можливого хаосу в інформаційному **полі** Ротшильди знали, якою інформацією їм необхідно володіти і як її застосовувати. Сьогодні як людина, так і представник ЗМІ нашоухуються на що отримують таку кількість інформації не завжди з поділом на більш «кісну та менш якісну, що втрачають контроль над тим, як її застосовувати т» як правильно нею володіти.

³³⁷ Медіа і духоиність суспільства: міфи та реальність. Володимир Демчеш»
Бир:/\У№@у.теo'ia1сгуіука.пГ'о/4Гікоуаііі/теШа-і-а,икбоупl8l-Sи8pi18lуа-іш('у-Іа-геа1пl8i.Бігl

Існують два види табу у медіа-просторі (у продовження думки Володимира Демченка), які суттєво, або не суттєво, але контролюють таке тонке явище як «культура медіа-простору». Перше - це юридична заборона. У 1989 році країни Євросоюзу прийняли директиву «Телебачення без кордонів», чим встановили квоту на показ продукції США - не більше 49 % часу. У Франції - лише 40 % часу можуть бути відведені для неєвропейської продукції. В Австралії 25 % музики, що транслюється комерційними радіо повинна бути створена у країні. Друге табу - виключно моральна заборона самого митця. Усі інші спроби «покращити» культурний простір - будуть спробами знищити вільний творчий простір. *Тому закчи як зовнішній регулятор та почуття моральної відповідальності - як внутрішній, можуть бути гарною комбінацією, якщо будуть враховувати один одного, а не, забороняти.*

Духовність, будучи важливим фактором, потребує безпеки, охорони з боку самого індивідуума, суспільства чи держави. Безпека духовності - це ті міри, які спрямовані на збереження сутності духовності, її високо рівня. Духовність, будучи внутрішньою ознакою, виражається через зовнішнє буття. Тобто вона знаходиться у постійній взаємодії з зовнішнім світом, контактує, а як наслідок трансформується. Виховна функція ЗМІ - реалізується через формування ціннісних орієнтирів у суспільстві. Ціннісні орієнтації - найважливіша зі складових масової свідомості, що визначає реакцію людей на явища дійсності та спрямування їх поведінки. На характер ЗМІ впливають і реалії ринку (конкурентна боротьба) і глобалізація інформаційних процесів. ЗМІ не тільки відбирають відомості, але і самі стають коментаторами та розповсюджувачами інформації³³⁸. *Не можна зводити роль ЗМІ як до механізму контролю чи впливу на суспільство. Мас-медіа володіють рядом функцій, здатних впливати на духовність людини.*

Концепція сталого розвитку у своїй соціальній складовій наголошує на тому, що людина є суб'єктом, а не об'єктом розвитку. Ще одна проблема відносин «людина - ЗМІ» полягає в тому, що людина одночасно стає і суб'єктом ЗМІ, коли бере участь у формуванні інформації та обирає інформацію найдоцільнішу для себе, так стає і об'єктом, коли займає місце, на кого спрямована інформація. Вирішення цієї проблеми є на поверхні ряду питань, але воно не можливе без демократичності самих ЗМІ. Щоб людина не стала об'єктом ЗМІ, останні повинні спрямовувати інформаційний потік не НА неї, а ДЛЯ неї, тим самим пропонуючи, а не докладати відчайдушних зусиль на її переконання у своїй правоті. Адже саме анта-

³ Сухорукова А.В. Вплив ЗМІ на формування духовності особистості та суспільства / Сухорукова А.В. // Культурологічний вісник: Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпряни, 2009 - С. 178 - 183.

Тому можна говорити, про те, що психологічні аспекти особистості та її позиції в суспільстві широко застосовуються у засобах масової інформації, щоб розуміти, на що варто розраховувати (реакцію), подаючи інформацію відповідного типу та змісту та, як подавати цю інформацію.

Засоби масової інформації часто позбавляють функцій, які вони повинні виконувати і покладають на них політичну місію. Звичайно, не можна виключати, що це також має місце в сучасних комунікаціях, але чи можна називати такі ЗМІ - засобами масової інформації, адже вони скоріше вже виконують функції політичної пропаганди, а не суто насичення суспільства інформацією. Де проходить межа такого рівня інформації, яка не ставить перед собою корисливої мети, тобто не просто проінформувати людину, а викликати відповідну поведінку? Політична пропаганда позбавляє-ва переважної більшості функцій ЗМІ.

Політична пропаганда поділяється на різні рівні впливу - на окремих [представників суспільства (так звані мікроефекти) та на політичну систему, суспільні інститути та суспільство в цілому (макроефекти)]. За часом такий вплив може бути періодичним чи постійним. Фактори, які впливають на політичну пропаганду є динамічними, так як щоразу відбувається зміна підходів до технології пропаганди. Але зазвичай це такі фактори як: ' соціальна сфера, політична ситуація, медіа-оточення та медіа-зміст. Значне місце в політичній пропаганді займають чотири види спотворення новин: персоналізація (акцентування уваги у потрібному контексті на потрібній особистості), фрагментація (вибірковість подачі компонентів новини), драматизація (новина обирається за емоційністю, а не за реальною суспільною важливістю), нормалізація (подача однієї проблеми як особистої, яка може бути вирішена в рамках існуючої політичної системи)³⁴¹. Основи впливу ЗМІ. У країнах розвинутої демократії політична реклама є «вишем повсякчасним, оскільки стабільність учасників політичного протесу передбачає жорстку боротьбу за електоральні симпатії, а отже і постійну турботу про підтримку іміджу політичних партій та кандидатів (та їх вдосконалення)³⁴².

Людина часто захищається сам на сам з проблемою розуміння та диференціації — чи є інформаційне поле навколо неї звичайними ЗМІ, чи це політична пропаганда; чи, наскільки таке джерело інформації (якого б

³⁴¹ Брайант Дженнінгз, Томпсон Сузан. Основи взаємодії СМІ: Пер с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.-432 с.

| Гранадзер Г.Б. Шляхи визначення ефективності політичної реклами / Гранадзер Г.Б. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка Серія: Соціологія. Психологія. Педагогіка. - 2007 - Вип. 27/28. - С. 25 - 27.

походження воно не було) заслуговує на довіру або необхідність читана «текст поміж рядками»...?

Процес сприйняття та осмислення політичної інформації індивідами залежить також від особливостей ментальних та психологічних процесів, що мають індивідуальний характер. Економічний фактор (закони ринкової економіки) опосередковано справляють соціалізуючий вплив на формування політичної свідомості людей.

Метою політичної соціалізації є двійний результат: з одного боку> щоб це сприяло формуванню політичної культури особистості та її самовираженню у цій сфері, а з другого - щоб поведінка особистості, яка соціалізується, відповідала би прийнятому у суспільстві взірцю. З поширенням ЗМІ в сфері інформаційних технологій починають визрівати «віртуальні політичні процеси» з залученням більшої кількості громадян, які підміняють собою і реальні політичні процеси і реальні політичні дії (девальвують їх)³⁴³.

І тим не менш, суспільству потрібні ЗМІ як самостійна сила, оскільки тільки тоді вони виконуватимуть свою роль. А найнебезпечніша форма використання ЗМІ - маніпулювання - відбувається як форма прихованого управління політичною свідомістю. Але такий спосіб маніпуляції є відмінним від силового чи економічного, адже відбувається він практично непомітно для людини. Проблема сучасних ЗМІ полягає в тому, що на перші сторінки потрапляють події з характером змісту «поганих подій», тобто викликають навколо людини негативне інформаційне поле. Це наслідок не просто ситуації, про яку йде мова, але і «майстерність» роботи журналіста з цією інформацією³⁴⁴.

Дослідження впливу засобів масової інформації серед молоді (студентів та школярів).

Для того, щоб зрозуміти реальність та характер впливу засобів масової інформації на людину, було проведено дослідження, в якому брала участь школярі віком від 11 до 14 років та студенти вищих навчальних закладів.

Анкета складалась з трьох запитань. Два з них - тестові:

1. Які джерела інформації викликають у Вас найбільшу довіру? А) Інтернет.

³⁴³ Русскін В.В. Політична соціалізація особистості: особливості сприйняття політичної інформації/ Русскін В.В. // Наукові праці: Науково-методичний журнал. Т. 79. Вип. 66. Політологія. - Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2008. - С. 33 - 38.

³⁴⁴ Сухорукова А.В. Вплив ЗМІ на формування духовності особистості та суспільстві Сухорукова А.В. // Культурологічний вісник: Науково-теоретичний щорічник Нижньої Надніпрянщини, 2009-С. 178-183.

- Б) Періодична преса (газети, журнали).
В) Рекламні листівки. Г) Інші варіанти.
2. На що Ви звертаєте увагу, коли обираєте періодичне видання ?
А) Кольорові фото, зображення.
Б) Авторитетність автору. В) Популярність самого видання. Г) Інші варіанти.
3. Яким саме засобом масової інформації Ви найчастіше користуєтесь для отримання інформації?

Усього було опитано 56 школярів та ПО студента.

Дослідження дало змогу визначити наступні домінуючі характеристики ставлення молоді до засобів масової інформації:

1. Згідно з відповідями на перше запитання - учні надають перевагу Інтернет-мережі (рисі). Це може свідчити про те, що молодь, хоч і не цікавиться складними суспільними процесами, інформацію, яку отримує - хоче мати можливість розділити та обговорити з друзями та знайомими, однодумцями та опонентами. Студентство також довіряє Інтернету, але надає перевагу періодичній пресі й орієнтується на авторитетність видання (ресурсу) у переважній більшості, про що свідчить вибір відповіді «В» у другому запитанні.

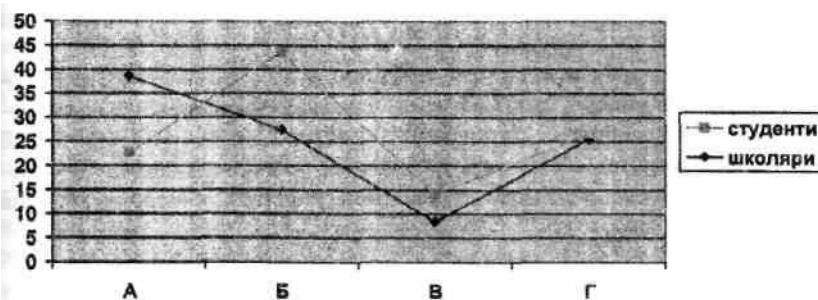


Рис.1. Результати опитування респондентів щодо довіри до джерел інформації

2. Результати опитування на друге питання засвідчує, що школярів приваблює у соціальних мережах кольорові фотографії та зображення. У студентів визначальним у виборі видання є його популярність та авторитет автора (рис. 2).

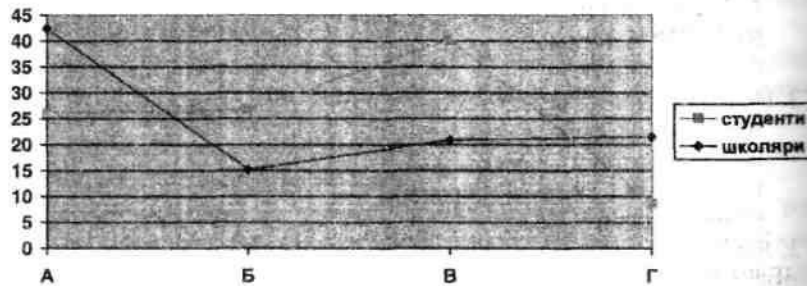


Рис.2. Результати опитування респондентів щодо причин вибору джерел інформації

У ході дослідження було з'ясовано, що як для школярів, так і для студентів першочерговим ресурсом отримання інформації є Інтернет.

Варто зазначити, що під час проведення дослідження у респондентів виникали проблеми з вибором критеріїв обрання ЗМІ. Не всі відповідали на друге запитання, однак усі погоджувались з тим, що черпають інформацію з соціальних мереж, в яких зареєстровані. Саме соціальні мережі є найпопулярнішим ресурсом і серед учнів, і серед студентів. Щоправда, студенти читають періодичну пресу відповідно до свого фаху. Природно найкраще в опитуванні орієнтувались студенти факультету видавничо-справи.

Тому можна зробити висновок, що молодь не є ізольованою від серйозної медіа-інформації (про це свідчить анкетування на політично-соціальні оглядачі у другому запитанні), однак засоби масової інформації будуть «ближчими» до неї, якщо будуть використовувати соціальні мережі для поширення власної інформації. Така інформація буде помітніша для молодшої аудиторії.

Висновки.

У своїй роботі засоби масової інформації постійно зіштовхуються з різними вже сформованими у суспільства уявленнями. Маючи на меті щоразу формувати певного типу суспільну думку, засоби масової інформації наштовхуються на ряд проблем. По-перше, така думка вже сформована а «попередниками», тобто тими джерелами, інформацію з яких людей» отримувала раніше. А тому, новий інформаційний потік не може передбачити свою взаємодію з раніше отриманою інформацією. По-друге, засоби масової інформації не можуть передбачити, яким саме мас-медіа довіряв і прислухалась до яких людини раніше. По-третє, витончене за своєю

структурою питання довіри між ЗМІ та людиною, оскільки довіра явище і не постійне (її можна викликати постійно, але викликана недовіра вже не може з такою ж легкістю перетворитись знову у довіру). По-четверте, прагнення інших елементів суспільства втручатись в інформаційний процес (наприклад, політичні структури). По-п'яте, перед людиною завжди стоїть і складне завдання не просто в тому, щоб розрізнити джерела інформації, які заслуговують на довіру, але з них є цілеспрямованою пропагандою і до «ких треба бути особливо уважною і які є просто інформаційним загальним полем, які залишають за людиною право формування власної точки зору і не прагнуть будь-якими засобами переконати її у своїй істинності. По-шосте, засоби масової інформації часто намагаються висловити власну точку зору «істиною в останній інстанції» і запевнити, що порівнювати отриману інформацію просто немає сенсу. По-сьоме, засоби масової інформації часто забувають про те, що хоч реалістичність подачі подій та навіть певний натуралізм у цих подіях повинен бути, щоб споживач міг отримати повну картину з ситуації навколо, але від мас-медіа дуже залежить ефект настроїв суспільства. Інформацію необхідно подавати коректно, щоб окремі події, які можуть бути надзвичайно негативними за своїм характером, не створили уявлення про життя у людини загалом і не підмітали окремі випадки розумінням їх у якості статистики.

Отже, вплив мас-медіа на суспільства є дійсно великим, але це дуже складний процес. І не завжди, вживаючи «вплив засобів масової інформації на суспільство» необхідно розуміти конструкцію таким чином, що творці інформаційного поля, як хочуть - так і формують громадську думку. Самі представники ЗМІ можуть до кінця не усвідомлювати усіх процесів, які впливають на них самих, а вже потім через них впливають на суспільство. Не завжди суспільство є «об'єктом» у розумінні такої системи взаємозв'язків. Не рідко інтереси та переконання настільки глибокі і реагувати на інформацію ззовні, яка кардинально відрізняється від вже сформованих уявлень, будуть скоріше ігнорувати та не звертати уваги. Функції засобів масової інформації можуть бути як благотворними для суспільства, так і навпаки. І не завжди саме функції першого типу характеру мають найбільшу популярність, а тому і не здатні приносити користь. Але це одне з досягнень демократії та свободи слова. І саме здобутками демократичних процесів необхідно вміти користуватись, щоб бути безперечно суб'єктами сучасної широкої можливості всесторонньої комунікації, а не об'єктами, на яких інформація безпосередньо буде спрямована. Щоб суспільство не стало таким «об'єктом», йому необхідно брати участь у процесах формування цієї інформації.

Проблематика питання формування особистості безпечного типу **по-їмнім» м** стало предметом дослідження *М. Костюк*. Безпечною поведінкою, на її думку, є сукупність учинків, які характеризують загальне ставлення людини до власної безпеки, життя і здоров'я, до безпеки, життя і здоров'я оточуючих, екологічно безпечного природного середовища. Тому у сучасних освітніх закладах постає питання про виховання повноцінно гармонійно розвинутої особистості, її соціалізації та адаптації до життя в суспільстві та природі. Необхідно озброїти молоду людину глибокими, вичерпними, зрозумілими знаннями про всі види небезпек, які можуть чекати її, виробити в неї культуру думок, що може сформувати в ній саме ті якості, які притаманні людині безпечного типу поведінки, а саме: пошукова активність, усвідомлення єдності всього «моєго», почуття впевненості у власних силах для вирішення актуальних проблем, навички гармонійного спілкування, прагнення допомагати іншим людям, готовність до співпереживання.

Метою формування безпечної поведінки є розвиток в особистості **глибоких** морально-вольових якостей, які сприяють вихованню культури поведінки щодо безпеки, потреб, почуттів, навичок і звичок безпечного життя - залучення до участі у практичній діяльності. Виховання зазначених **навичок** починається в сім'ї. Тому, першим чинником формування безпечної поведінки особистості визначено сімейне виховання, як зазначає І

Лозоська у своїй роботі щодо умов формування безпечної поведінки.

Відсутність морального спрямування поведінки приводить дітей на шлях поганих вчинків у майбутньому, тому авторкою виділені провідні аспекти виховного впливу сім'ї на формування безпечної поведінки. Ще одним засобом

навичок на формування безпечної поведінки є засоби масової інформації

ЗМІ, які стали невід'ємною частиною культури сучасного суспільства.

Частинним чинником формування безпечної поведінки є навчальна та виховна діяльність освітніх закладів. Зміст освіти з безпеки життєдіяльності, її структура, технологія навчання сформовані на основі положення про те, і ця людина є найголовнішим об'єктом захисту від чинників ризику, і

М. Ожгібековою наголошено, що засоби масової інформації сьогодні, - стають потужним механізмом комунікації суспільства. У XXI сторіччі - чинником опинилось в ситуації, коли воно може не лише поглинати інформацію і створювати, опрацьовувати її тільки у разі безпосередньої роботи журналістом, але й брати участь у самому інформаційному процесі щодня. Завдяки можливості надала Інтернет-мережа, де розвиток так званої «громадської журналістики» відбувається щоденно у соціальних мережах, коментарі до інформації на сайтах провідних видань.

в *Ю. Мінгальовою* зазначено, що медіа - політичні, розважальні, соціально-економічні і далі за інтересами та потребами, оскільки характер розважача також не входить лише у рамки «суспільство», але суспільство