

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ЗАЙКО ЛЕСЯ ЯКІВНА

УДК: 1:316.4]:070](043.3)

**МАС-МЕДІА ЯК ЧИННИК
ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ:
СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ**

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук

Житомир – 2019

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі філософії Житомирського державного університету імені Івана Франка, Міністерство освіти і науки України.

Науковий керівник – доктор філософських наук, професор
Герасимчук Андрій Андрійович,
Житомирський державний університет
імені Івана Франка,
професор кафедри філософії.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, доцент
Ороховська Людмила Анатоліївна,
Національний авіаційний університет,
доцент кафедри філософії;

кандидат філософських наук, доцент
Власенко Федір Павлович,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка,
доцент кафедри філософії гуманітарних наук.

Захист відбудеться 19 грудня 2019 року о 13⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 14.053.02 Житомирського державного університету імені Івана Франка за адресою: 10002, м. Житомир, вул. Велика Бердичівська, 40.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Житомирського державного університету імені Івана Франка за адресою: 10002, м. Житомир, вул. Велика Бердичівська, 40.

Автореферат розіслано 18 листопада 2019 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Л. В. Горохова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Кожна епоха породжує нові засоби комунікації, які відображають особливості її культурно-історичного, науково-технологічного розвитку і найбільш ефективно задовольняють потреби й інтереси людей. Важливою складовою комунікаційного середовища сучасного інформаційного суспільства є мас-медіа. З появою електронних мас-медіа частина функцій засобів усної та друкованої комунікації замінюється новими, які реалізуються за допомогою мультимедійних інтерактивних медіа, насамперед, Інтернету. Сучасні мас-медіа забезпечують процес інформаційно-комунікаційного обміну між всіма підсистемами суспільства, пов'язаними з виробництвом, повсякденним життям людей, культурою і владою. Як опосередкована ланка між пізнанням і комунікацією, мас-медіа відіграють вирішальну роль у формуванні індивідуальної і суспільної свідомості. Під їх впливом відбувається формування, селекція і ретрансляції знань, ідеалів, цінностей, переконань і практичних настанов, ухвалення певних рішень та актуалізація вольових зусиль щодо їх реалізації.

Водночас сучасні мас-медіа, прискорюючи соціокультурну динаміку, обумовлюють трансформації ціннісних засад індивідуального й суспільного буття, нівелюють традиційно існуючі відмінності світогляду, змінюють спосіб сприйняття світу, мислення та поведінки людей.

Актуальність запропонованого дослідження визначається і прискореним поширенням та зростанням ролі інформації й інформаційних технологій у сфері безпеки держави. Стрімкий розвиток сучасних технологій, засобів масової комунікації, зокрема всесвітньої мережі Інтернет, можливість охоплення широких мас населення інформацією з метою маніпулятивного впливу на суспільну свідомість, невпорядкованість та відсутність контролю за діяльністю Інтернет-медіа та соціальних мереж призводять до їх активного використання у веденні конспіративних та інформаційних війн різної локалізації.

Зазначені процеси не минули й український соціум. Здобуття державної незалежності, кардинальна перебудова економічного, політичного, соціального устрою, насичення мас-медійного простору іноземним контентом і безперешкодне ознайомлення з соціокультурними здобутками інших країн призвело до значних зрушень у суспільній свідомості українців. Відтак необхідність соціально-філософського аналізу впливу мас-медіа на формування суспільної свідомості визначається й потребою розробки комплексу заходів щодо нейтралізації потенційних загроз у сфері інформаційної безпеки.

Стан наукової розробки проблеми. Теоретичним підґрунтям дослідження новітніх мас-медіа та їх ролі в культурно-історичному розвитку, у визначенні сутнісних ознак постіндустріального, інформаційного суспільства стали праці Д. Белла, Ю. Габермаса, Р. Катца, М. Кастельса, Н. Лумана, Й. Масуда, Т. Стоуньєра, Е. Тоффлера, Ф. Уєбстера. Структуру та форми індивідуальної й суспільної свідомості досліджували М. Вебер, Г. Тегель, Ф. Енгельс, Г. Лебон, К. Маркс, Г. Тард, Е. Фромм, Д. Чалмерс, В. Шинкарук, В. Якубіна та ін.

Проблеми інформатизації соціуму, атрибутивні ознаки й специфіку діяльності мас-медіа в умовах становлення і розвитку інформаційного суспільства аналізували Ю. Габермас, В. Іванов, Г. Інніс, Й. Масуда, Д. Мейровіц, А. Моль, У. Онг, Н. Постман, В. Різун, Е. Тоффлер, Ф. Уебстер та інші. Проблеми ролі мас-медіа у поступі суспільства, їх впливу на культуру присвячені праці В. Алексєєва, А. Близнюка, Ю. Борєва, Ю. Бромля, С. Демченко, О. Звягіна, Я. Ісаєвича, З. Кракауєра, Н. Лумана, М. Маклюєна, Є. Неміровського, Е. Огар, Л. Ороховської, М. Різника, Л. Садоула, М. Тимошика.

Взаємозв'язок мас-медіа і влади, механізми впливу мас-медіа на політичну складову суспільної свідомості, на особистість розглядаються у роботах А. Білітвіної, О. Бойка, П. Бурдьє, Н. Гармаш, С. Демченка, Т. Житнікової, Ю. Запісоцького, О. Заславської, С. Кара-Мурзи, Г. Почепцова, В. Шейнова. Вплив мас-медіа на суспільну свідомість проаналізовано у наукових розвідках А. Герасимчука, Б. Глотова, В. Воронкової, Ф. Власенка, Н. Ковтун, С. Кримського, О. Поліщук, М. Поповича, О. Постельжук, П. Сауха, О. Скакуна, В. Слюсара, Дж. Сторі та ін. Дослідження новітніх медіа та специфіки їх впливу на суспільну свідомість отримали розвиток у працях О. Гресько, А. Данько-Сліпцової, Л. Мановіча, Б. Потятиника, О. Сенченко, В. Шевченко.

У сучасній науковій парадигмі феномен маніпулювання індивідуальною і суспільною свідомістю засобами масової інформації представлено в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних філософів Ж. Бодрієра, О. Зубчика, П. Лісовського, Т. Тепенчак, А. Щербини; політологів та соціологів О. Бойка, Н. Гармаш, Б. Мотузенка; психологів Л. Найдьонової, О. Хом'як, В. Шейнова; фахівців у сфері соціальної комунікації В. Вижлакова, В. Іванова, О. Холода, Н. Грицюти; філологів Р. Блакара, Д. Болінджера, Т. А. ван Дейка, А. Данілової, А. Цітляк та інших.

Маніпулятивний вплив рекламної індустрії на трансформацію суспільної свідомості був предметом досліджень О. Гриценко, Н. Грицюти, Г. Лебона, В. Теремка, В. Шейнова. Натомість вивчення феномена медіаекології стало основою досліджень Н. Постмана, У. Онга, Д. Мейровіца, Б. Потятиника. Вплив медіаграмотності на сприйняття інформації аудиторією досліджували М. Маклюєн, Ф. Рогоу, С. Шейбе та інші.

Окреслений стан розробки проблеми свідчить про нагальність цілісного соціально-філософського аналізу впливу новітніх мас-медіа на суспільну свідомість, насамперед в умовах сучасних конскієнтальних та інформаційних війн.

Зв'язок роботи з науковими програмами й темами. Дисертація виконана у межах науково-дослідної роботи кафедри філософії Житомирського державного університету імені Івана Франка «Випробування людського буття: класичний і посткласичний дискурс» (№ 0111U000154).

Метою дослідження є соціально-філософський аналіз функціонування мас-медіа у площині формування суспільної свідомості в умовах інформаційного суспільства.

Досягнення поставленої мети передбачає реалізацію таких дослідницьких завдань:

- окреслити концептуальні підходи, методи та уточнити понятійно-категоріальний апарат дослідження;
- охарактеризувати роль мас-медіа у суспільному поступі;
- проаналізувати діалектику взаємозв'язку суспільної свідомості та мас-медіа;
- розкрити різновекторність впливу мас-медіа на суспільну свідомість;
- з'ясувати особливості впливу новітніх мас-медіа на суспільні відносини та свідомість в умовах інформаційного суспільства;
- дослідити екологію мас-медіа як спосіб захисту суспільної свідомості від деструктивних форм їх впливу;
- систематизувати механізми маніпулятивного впливу мас-медіа на суспільну свідомість українців в умовах консцієнтальної війни.

Об'єктом дослідження є мас-медіа в епоху інформаційного суспільства.

Предметом дисертаційного дослідження є вплив мас-медіа на трансформацію суспільної свідомості в інформаційному суспільстві.

Методи дослідження. Складність і багатоаспектність проблематики дисертаційної роботи зумовили необхідність її аналізу у міждисциплінарній площині. Виходячи з поставленої мети і визначених завдань, у дисертації використано комплекс методологічних підходів та принципів.

Структурно-логічний метод дозволив сформулювати проблему, визначити структуру дисертації, скорелювати завдання, елементи наукової новизни та висновки й досягнути поставленої мети. Історичний метод сприяв висвітленню основних етапів і ролі мас-медіа у розвитку цивілізації. Порівняльний метод уможливив аналіз тенденцій, спільних рис та відмінностей у висвітленні інформації у друкованих і електронних мас-медіа. Дослідження впливу мас-медіа на суспільну свідомість і суспільної свідомості на специфіку організації конкретних мас-медіа базується на герменевтичній методології. Метод контент-аналізу сприяв вивченню якісних й кількісних характеристик контенту мас-медіа в контексті їх впливу на формування ідеалів, переконань, цінностей, світоглядних орієнтацій, практичних настанов індивідів, соціальних спільнот і суспільства загалом. Феноменологічна методологія знайшла відображення у контексті використання принципів інтенціональності й інтерсуб'єктивності. Якщо інтенціональність свідомості застосовано як ключовий механізм впливу мас-медіа на сферу людської суб'єктивності, то принцип інтерсуб'єктивності – в процесі аналізу взаємодії авторів інформаційних повідомлень та їх аудиторії.

Системний підхід було застосовано для аналізу впливу мас-медіа на політичну, моральну, релігійну та естетичну складові суспільної свідомості. На основі структурно-функціонального аналізу досліджено діяльність мас-медіа та розкрито їх функції. Поряд з використанням зазначених методологічних підходів, аналіз впливу діяльності мас-медіа на формування суспільної свідомості зумовив використання комплексу методологічних принципів – системності, об'єктивності, інтенціональності, інтерсуб'єктивності, розвитку, історизму й конвергенції.

Наукова новизна дослідження полягає у соціально-філософському аналізі мас-медіа як чинника формування суспільної свідомості, які є важливою складовою життя соціуму в інформаційну епоху, що конкретизовано в таких **теоретичних положеннях**, котрі виносяться на захист:

Уперше:

– на основі вивчення системності й поліструктурності суспільної свідомості обґрунтовано міждисциплінарний підхід у дослідженні впливу мас-медіа на її формування. Сучасні мас-медіа охарактеризовано як глобальну інформаційну систему, яка впливає на суспільну свідомість, проникаючи у систему цінностей, нав'язуючи новий стиль поведінки індивідам у суспільстві, внаслідок чого формується нове покоління людей з особливим світоглядом та життєвими навичками. Вони є засобом мобілізації соціальних спільнот задля вирішення суспільно значущих проблем та викликів, поширення масової культури, а також маніпуляції свідомістю і почуттями людей, їхніми потребами й інтересами. Аргументовано, що в інформаційну епоху об'єкти маніпулювання не обмежуються державними кордонами, вони стають транснаціональними. Констатовано необхідність формування у світовому контексті нових правових моделей із введенням у законодавче поле поняття та критеріїв «маніпулювання суспільною свідомістю», що дозволить ефективно відповідати на виклики гібридної війни;

– проаналізовано особливості впливу новітніх мас-медіа на суспільні відносини та свідомість, а інтерактивність і налагодження за допомогою новітніх мас-медіа (соціальних мереж) нового рівня соціальної комунікації, як наслідок – розвиток громадянського суспільства з підсиленням відкритості діяльності владних структур. Новітні мас-медіа забезпечили інтерактивність та полілог комунікації інформаційного суспільства, збільшили частку опосередкованих соціальних комунікацій;

– досліджено діалектику взаємозв'язків між суспільною свідомістю у всіх її формах (політичній, правовій, моральній, естетичній та релігійній) та мас-медіа. Доведено, що суспільна свідомість є об'єктом впливу мас-медіа, а мас-медіа – чинником впливу, формування та творення суспільної свідомості через постачання відповідного контенту. Висвітлено роль новітніх мас-медіа у трансформації суспільної та індивідуальної свідомості через вплив комп'ютерних і телевізійних технологій, мову медійних засобів, кліпкультуру, специфічні субкультури, віртуальну реальність і віртуальні спільноти, які користуються власною знаково-символічною системою та культурою спілкування в Інтернеті.

Отримали подальший розвиток:

– положення, що в умовах інформаційного суспільства засобами нівеляції деструктивних форм впливу мас-медіа на індивідуальну і суспільну свідомість є медіаекологія та медіаграмотність людини як особливі способи смислової фільтрації інформації; розвиток альтернативних суспільних джерел інформації, невідконтрольованих політичним і бізнесовим структурам і медіа-власникам; диференціація впливу мас-медіа залежно від вікових, професійних особливостей аудиторії;

– механізми реалізації маніпулятивного впливу мас-медіа на суспільну свідомість в українському контексті: лінгвістичні особливості текстів мас-медіа, нейромаркетингові практики, анонімність виробника та розповсюджувача інформаційного контенту. Зазначено, що в умовах концентральних війн необхідним є масове виробництво і ретрансляція у мас-медіа

конкурентоспроможного, наповненого національними смислами інформаційного контенту позитивного характеру.

Уточнено:

– положення про роль мас-медіа у суспільних процесах й виокремлено та осмислено такі етапи їх розвитку: перший – відкриття процесу друку Й. Гутенбергом : книга стала чинником переформатування суспільної свідомості соціумів Західної Європи та однією з передумов виникнення Реформації, це сприяло формуванню національної ідентичності та становленню епохи національних держав, держав-націй, доби Просвітництва; другий етап – пов’язаний з промисловою революцією, створенням світової банківської фінансової системи, яка зумовила необхідність миттєвої передачі інформації і ознаменувала новий етап людської цивілізації – індустріальне суспільство; третій етап – пов’язаний з інформаційною революцією, яка зумовила поєднання науково-технічного знання з гуманітарним, технізацію гуманітарного знання і гуманітаризацію науково-технічного знання: знання стають тією силою, яка визначає науково-технологічний, соціальний, культурний прогрес людства;

– тезу про різновекторність впливу мас-медіа на формування суспільної свідомості, що зумовлено такими механізмами, як: формування громадської думки, суспільної моралі, релігійної та естетичної свідомості, поширення правових знань, маніпулювання політичною свідомістю суспільства, виконання функції соціального контролю, створення національної комунікаційної системи. Уточнено визначення поняття «маніпулювання суспільною свідомістю» – як прихований вплив суб’єкта (мас-медіа) на об’єкт (масову аудиторію) з метою корегування свідомості на користь інтересів власників мас-медіа або замовників інформаційного продукту.

Практичне значення дисертаційної роботи полягає у тому, що її теоретичні положення поглиблюють соціально-філософський аналіз тенденцій розвитку мас-медіа в інформаційну добу, їх впливу на суспільну свідомість, виявлення ролі й потенціалу мас-медіа в Україні як фактора соціальної модернізації. Її результати також можуть бути використані державними та громадськими організаціями у процесі вироблення політики у галузі інформаційних комунікацій та формування механізмів нівеляції маніпулятивного впливу мас-медіа на суспільну свідомість, для визначення шляхів захисту інформаційного простору України в умовах консцієнтальних війн, глобальних зрушень у міжнародній політиці. Окрім того, положення, сформульовані в дисертації, можуть бути використані у навчальному процесі: при викладанні філософії, соціальної філософії, соціології, психології, філології, журналістики, теорії комунікацій та розробці спецкурсів, а також у процесі підготовки навчальних посібників і підручників із зазначених дисциплін.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження є результатом самостійної дослідницької роботи здобувача. Висновки, узагальнення й положення наукової новизни сформульовані автором самостійно.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і висновки дисертаційного дослідження обговорювалися на методологічних семінарах та засіданнях кафедри філософії Житомирського державного університету імені

Івана Франка. Проблематика дисертаційної роботи загалом, а також окремі її аспекти були апробовані на низці міжнародних, всеукраїнських науково-теоретичних і науково-практичних конференцій: V Всеукраїнській науково-теоретичній конференції молодих науковців «Актуальні проблеми сучасної філософії та науки у глобалізованому світі» (Житомир, 20 грудня 2013 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Соціум. Медіа. Книжність» (Київ, 23–24 квітня 2014 р.); VII давньоруських історико-філософських читаннях пам'яті Вілена Сергійовича Горського «Філософські ідеї в культурі Київської Русі» (Житомир, 30 травня 2014 р.); Міжнародній науковій конференції «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (Ужгород, 16–17 жовтня 2014 р.); IX Всеукраїнській науково-практичній конференції «Редакторська і журналістська майстерність» (Кременчук, 27 березня 2015 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010–2015 рр.)» (Київ, 2 квітня 2015 р.); II Міжнародній науковій конференції «Польща–Україна: спільні шляхи до свободи» (Житомир, 24 квітня 2015 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Модернізація соціогуманітарного простору: історичний досвід, виклики та перспективи» (Житомир, 14–15 травня 2015 р.); IV Міжнародній науково-теоретичній конференції «Толерантність як соціогуманітарна проблема сучасності» (Житомир, 1–2 жовтня 2015 р.); Всеукраїнській науково-теоретичній конференції з міжнародною участю «Філософія, релігія та культура у глобалізованому світі» (Житомир, 23 листопада 2015 р.); III Всеукраїнській науковій конференції «Філософія як культурна політика сучасності» (Острог, 23–24 жовтня 2015 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі» (Запоріжжя, 3–4 березня 2016 р.); III Міжнародній науковій конференції «Польща–Україна: спільні шляхи до свободи. Співпраця польсько-українська в переломних моментах історії та сучасності» (Житомир, 4 листопада 2016 р.); Міжнародному форумі «Релігія в глобальному світі» (Житомир, 29–30 вересня 2016 р.).

Публікації. Основні положення та результати дисертації викладено у 15 публікаціях, з них: 4 статті опубліковано у фахових наукових виданнях України, 2 – в закордонних наукових виданнях; 3 – у вітчизняних наукових виданнях, 6 – у збірниках матеріалів тез конференцій.

Структура та обсяг дисертації зумовлені метою та завданнями дослідження. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, що містять сім підрозділів, висновків і списку використаних джерел (233 найменування). Обсяг основного тексту роботи – 176 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, проаналізовано ступінь наукової розробленості проблеми, сформульовано мету й основні дослідницькі завдання, визначено об'єкт і предмет, методологічну й теоретичну базу, сформульовано положення наукової новизни; наведено відомості про практичне значення отриманих результатів, апробацію положень роботи, її структуру.

У першому розділі «**Теоретико-методологічні засади дослідження мас-медіа**» проаналізовано концептуальні підходи до розуміння соціального характеру феномена мас-медіа, охарактеризовано основні поняття та методологію дослідження, стан наукової розробки теми та визначено роль мас-медіа у суспільному поступі.

У підрозділі 1.1 «*Понятійно-термінологічний апарат та методологічні засади дослідження мас-медіа*» аргументовано, що міждисциплінарний характер дослідження впливу мас-медіа на формування суспільної свідомості з необхідністю вимагає використання теоретико-методологічних напрацювань у сфері філософії, історії філософії, політології, соціології, психології, журналістики, соціальної комунікації. У дисертаційній роботі використано комплекс методологічних підходів: системний і феноменологічний, методи структурно-функціонального, герменевтичного, історико-порівняльного та контент-аналізу, що було зумовлено типологією мас-медіа, складністю та системністю структури суспільної свідомості, її співвідношенням із суспільною психологією й ідеологією та її міждисциплінарним характером.

Методологія наукового аналізу впливу мас-медіа на стан суспільної свідомості з необхідністю зумовлює дефініцію ключових понять і категорій: «мас-медіа», «видавнича продукція», «видання», «аудіовізуальний (електронний) засіб масової інформації», «засоби масової інформації (ЗМІ)», «медіаекологія», «суспільство», «соціальний простір», «соціальний ареал життя особистості», «соціальна група», «свідомість», «суспільна свідомість», «маніпуляція суспільною свідомістю», «консцієнтальна війна», «інформаційна війна». На основі аналізу теоретичних підходів до співвідношення понять «мас-медіа» та «ЗМІ», висновується, що мас-медіа – це технічні засоби соціальної комунікації, призначені для публічного поширення продукту виробництва – інформації – від виробника до споживача. Для уточнення функціональності мас-медіа як чинника впливу на суспільну свідомість визначено їх форми: друковані (книжкові, газетні, журнальні видання тощо), електронні (електронні книги, електронні версії газетних та журнальних видань, радіо, телебачення, блоги, соцмережі тощо).

Визначено та охарактеризовано функції мас-медіа, зокрема: інформативну, розважальну, освітню, функцію соціалізації, рекламну, культурну, функцію формування громадської думки, функцію медіатизації політики і моделювання політичної свідомості, пропагандистську і маніпулювання свідомістю. Визначено поступ мас-медіа від каналу інформації та розваги до політичного інституту, що значно підвищило їх впливовість на суспільну свідомість. Запропоновано визначення «маніпулювання суспільною свідомістю» для конкретизації прихованого впливу суб'єкта (мас-медіа) на об'єкт (масову аудиторію) з метою корегування свідомості в інтересах власників мас-медіа або замовників інформаційного продукту.

У підрозділі 1.2 «*Роль мас-медіа у поступі суспільства*» доведено, що передумовою одного з визначальних етапів поступу суспільства – переходу від епохи Середньовіччя до Нового часу, який ознаменувався зародженням національних культур, слугувало винайдення Й. Гутенбергом європейського способу книгодрукування. Масове виготовлення книг – винайдення способу

виробництва перших мас-медіа – спричинило те, що народи були залучені у сферу культурного розвитку через процес масовізації освіти (доба Просвітництва). Як наслідок, це призвело до зародження Реформації, а також появи національних держав.

Другий етап поступу суспільства пов'язаний із необхідністю миттєвої передачі інформації за посередництвом азбуки Морзе, телеграфу, телефону, радіо, електрики. Розвиток технологій друкарства зумовив зростання продуктивності виробництва друкованих мас-медіа, завдяки чому відбулися зміни і в соціальній структурі – етап становлення індустріального суспільства.

Третій етап – становлення інформаційного суспільства – активізує міжкультурний та міждержавний обмін інформацією завдяки новітнім мас-медіа, які знищують інформаційні кордони, справляє значний вплив на світові глобалізаційні процеси.

У другому розділі **«Мас-медіа та суспільна свідомість: діалектика взаємозв'язків»** розглянуто суспільну свідомість як об'єкт впливу мас-медіа, проаналізовано різновекторність та особливості впливу на неї новітніх мас-медіа.

У підрозділі 2.1 *«Суспільна свідомість як об'єкт впливу мас-медіа»* визначено, що суспільна свідомість у всіх її формах (політичній, правовій, моральній, естетичній та релігійній) є об'єктом впливу мас-медіа, а формування та творення суспільної свідомості відбувається через постачання певного контенту. Визначено, що важливим елементом наповнення суспільної свідомості позитивними смислами є поєднання загальнолюдських цінностей та національних (ментальних) особливостей свідомості. Зазначено, що від стійкості та сформованості суспільної свідомості залежить утвердження свобод, згуртованість і прогресивний розвиток суспільства. Через фрагментарність викладу та еkleктичне розміщення інформації в мас-медіа аудиторія позбавляється можливості встановлення логіки контенту та повного його осмислення, що зумовлює формування ірраціональності суспільної свідомості. Поняття «суспільна свідомість» та мас-медійний вплив на неї є актуальним у зв'язку із веденням консцієнтальних війн, можливістю використання мас-медіа для формування громадської думки відносно різних аспектів суспільного життя, переходу мас-медіа від рівня комунікативних засобів до рівня засобів влади.

У підрозділі 2.2 *«Різновекторність впливу мас-медіа на суспільну свідомість в українському соціумі»* зазначено, що мас-медіа є важливим чинником формування політичної свідомості, а форма власності мас-медіа сприяє впливу й маніпулюванню останньою з боку їх власників.

Аналіз мас-медіа дозволив виокремити конструктивну та деструктивну форми їх впливу на суспільну свідомість. Конструктивна форма впливу здійснюється насамперед через функції мас-медіа, а деструктивна – через маніпулятивний вплив, формування негативу та агресії, посилення дії глобальної масової культури на національні, збільшення кількості реклами в ефірі, медіа насилля, доступність негативного контенту для різної вікової аудиторії, консцієнтальні війни й спричиняє негативні наслідки для суспільства. Залежно від типу мас-медіа виокремлено текстову, аудіо, візуальну та синтетичну форми впливу, що стимулюють розвиток різних форм медіаграмотності.

Виявлено, що сучасні форми мас-медіа не мають сталого ефекту формування релігійних переконань, хоча сприяють збереженню традицій і ритуалів, дозволяють духовним лідерам комунікувати з віруючими.

Констатовано, що сучасний український інформаційний простір потребує розвитку альтернативних джерел інформації, непідконтрольних політичним або бізнесовим інтересам владних структур, які б слугували інтересам певної громади або суспільства загалом. Визначено, що мас-медіа можуть слугувати чинником впливу на правову свідомість через поширення правових знань, правової культури, надання інформації про правове регулювання відносин в суспільстві. Як соціальний інститут мас-медіа значно впливають на формування суспільної моралі, сприяють формуванню та розвитку особистості, насамперед, її духовного світу. Зазначено, що суспільство повинне використовувати можливості мас-медіа для просування принципів моральності та естетичних смаків. Реаліями сьогодення є глобалізаційний тиск масової культури на національні, в т. ч. й українську.

У підрозділі 2.3 *«Особливості впливу новітніх мас-медіа на суспільну свідомість»* доведено, що стрімкий розвиток інформаційних технологій та специфічний вплив новітніх мас-медіа на індивідуальну й суспільну свідомість збільшує кількість людей спеціальної кваліфікації (спеціалісти ІТ-сфери: програмісти, ІТ-маркетологи, web-дизайнери, блогери та інші) й змінює спосіб мислення людей відповідно до нових реалій та внутрішньо-суспільних відносин, а міжособистісні стосунки набувають рис відчуженості і замкненості, спілкування через соціальні мережі віддаляє людину від соціуму, індивідуалізація превалює над колективізацією.

Зазначено, що Інтернет-торгівля та стрімкий розвиток ринку Інтернет-реклами зумовлюють зміну торгівельно-споживчих відносин. Характер взаємодії громадян та влади залежить від змін якості громадянського суспільства. Відсутність владної монополії на інформацію в такому суспільстві розширює права та свободи громадян. Констатовано, що комунікативні можливості стають основою інформаційного суспільства. Відтак особливості впливу новітніх мас-медіа на соціум та на суспільну свідомість стають предметом саме соціально-філософського дослідження.

У третьому розділі **«Вплив мас-медіа на суспільну свідомість в умовах розвитку інформаційних технологій: український контекст»** акцентовано увагу на проблемах екології мас-медіа у контексті захисту суспільної свідомості та реалізації маніпулятивного впливу на свідомість в українському суспільстві.

У підрозділі 3.1 *«Екологія мас-медіа у контексті захисту суспільної свідомості»* виявлено, що процес знецінення та опредмечення духовної складової людської природи за допомогою мас-медійного контенту, який сприяє стереотипізації сприйняття дійсності аудиторією, актуалізує тему екології мас-медіа. Засобами вирішення останньої може бути розробка нових нормативно-правових актів та чітке дотримання існуючої нормативно-правової бази; ефективний державний і громадський контроль за заходами охорони медіаекології.

Визначено, що основою протидії маніпуляційного складника мас-медійної реклами на індивідуальну та суспільну свідомість є формування стійкої психіки індивіда, високий рівень освіти, сталі етичні норми, медаіграмотність.

Акцентовано увагу на необхідності активності індивіда в процесі самопізнання, самовиховання та самоосвіти; розвитку навичок розпізнавання маніпулятивних технологій та медіаграмотності як можливості уникнення негативного впливу контенту мас-медіа на свідомість дітей. Запорукою психічного та морального здоров'я аудиторії мас-медіа є максимальне застосування усіх методів та шляхів формування свідомості та долучення людини до високих ідеалів, що повинно стати основною перевагою контенту інформаційного продукту мас-медіа. Популяризація медіаграмотності дозволить вільно почуватися сучасному споживачеві в інформаційному безмежжі мас-медіа, а також адекватно та грамотно сприймати рекламну складову медійного контенту.

У підрозділі 3.2 «Реалізація маніпулятивного впливу мас-медіа на суспільну свідомість» виявлено, що причиною консцієнтальних війн (війн смислів) як складників сучасних гібридних воєн, військових конфліктів, актів тероризму, непорозуміння у виборчому процесі, в обговореннях новин у соціальних мережах, між колегами та сусідами, сімейних конфліктах є різнополюсний розвиток соціокультурних світоглядних парадигм, що призводить до інакшості індивідів, соціальних спільнот, груп та суспільств. Аксіологічна зміна мас-медійного контенту – насиченість моральним та фізичним насильством, непристойностями, які перейшли в розряд повсякденної реальності сучасного суспільства, – виступає підґрунтям для такого стану суспільств, українського зокрема. Противагою виступають дискурс та філософсько-релігійний діалог як консенсус між суб'єктами комунікації.

Констатовано, що маніпуляція в мас-медіа є засобом впливу на формування суспільної свідомості та самоусвідомлення особистості в соціумі. З'ясовано, що в сучасних умовах відбувається активний процес дегуманізації через психологічні атаки на духовність суспільства засобами перевантаження інформаційного простору неякісною інформацією та маніпулювання свідомістю аудиторії мас-медіа. Зазначене унеможлиблює процес вільного волевиявлення як необхідної ознаки гуманістичного суспільства.

ВИСНОВКИ

Дисертаційне дослідження репрезентує соціально-філософський аналіз діяльності мас-медіа у площині формування суспільної свідомості, що дозволило сформулювати такі висновки:

1. На основі вивчення системності й поліструктурності суспільної свідомості обґрунтовано необхідність використання міждисциплінарного підходу у дослідженні впливу мас-медіа на її формування. Аналіз впливу конкретних мас-медіа на формування суспільної свідомості здійснено за допомогою порівняльно-історичної методології дослідження феноменів по вертикалі, а співставлення впливу мас-медіа на різні соціальні спільноти на основі порівняння по горизонталі. Запропоновано означення поняття «маніпулювання суспільною свідомістю» – як прихований вплив суб'єкта (мас-медіа) на об'єкт (масову аудиторію) з метою корегування свідомості в інтересах власників мас-медіа або замовників інформаційного продукту. Основними функціями мас-медіа є: інформативна, розважальна, освітня, функція

соціалізації, рекламна, культурна, функція формування громадської думки, функція медіатизації політики і моделювання політичної свідомості, пропагандистська і маніпулювання свідомістю, функція створення медіацентрованої демократії як сучасної політичної системи та інші. Поступ мас-медіа від каналу інформації та розваги до політичного інституту значно розширив впливовість мас-медіа на суспільну свідомість.

2. Визначені три етапи впливу мас-медіа на суспільні зміни: перший має безпосередній зв'язок із впровадженням масового книгодрукування Й. Гутенбергом, у результаті чого книга з прихованого засобу впливу на розвиток цивілізації стала реальним засобом переформатування свідомості суспільства Західної Європи й виявилася однією з причин виникнення Реформації, в свою чергу книгодрукування стимулювало формування національної ідентичності та сприяло виникненню національних держав, держав-націй, масовізації освітнього процесу населення (епоха Просвітництва); другий зумовлений промисловою революцією – появою індустріального суспільства з необхідністю швидкої передачі інформації на великі відстані; третій етап обумовив процес технізації гуманітарного знання та гуманітаризації науково-технічного знання завдяки процесам інформаційної революції (виникнення нових та новітніх мас-медіа), які безпосередньо мають вплив на суспільну свідомість та визначають подальший цивілізаційний поступ суспільства. Відтак мас-медіа сприяли цивілізаційному розвитку людства від періоду Реформації з утворенням національних держав, становленням та розвитком індустріального суспільства до системних сучасних глобалізаційних зрушень у вигляді зникнення етнічних, культурних та державних кордонів.

3. Діалектика взаємозв'язків між суспільною свідомістю у всіх її формах (політичній, правовій, моральній, естетичній та релігійній) та мас-медіа полягає у тому, що суспільна свідомість є об'єктом впливу мас-медіа, а мас-медіа є чинником формування та творення суспільної свідомості через постачання конструктивного та деструктивного контенту. Важливим позитивним результатом формування суспільної свідомості є поєднання загальнолюдських цінностей та національних (ментальних) особливостей. Від стійкості та сформованості суспільної свідомості залежить утвердження свобод, згуртованість та прогресивний розвиток суспільства. Консцієнтальні війни, можливість використання мас-медіа з метою формування громадської думки стосовно багатьох аспектів суспільного життя, переходу мас-медіа з рівня комунікативних засобів на рівень засобів влади актуалізують поняття «суспільна свідомість» та мас-медійний вплив на неї.

4. Значення мас-медіа як чинника впливу в процесі формування суспільної свідомості полягає в можливості подачі інформації на масову аудиторію через основні механізми цього процесу: формування громадської думки; маніпулювання політичною свідомістю суспільства; контроль над медіапростором; створення національної комунікаційної системи; виконання функції соціального контролю; поширення правових знань, правової культури, надання інформації про правове регулювання відносин у суспільстві; формування суспільної моралі; мас-медійний вплив на формування естетичної

свідомості суспільства; формування релігійної свідомості різними медіа; відмінність впливу друкованих ЗМІ та електронних мас-медіа; активний вплив сучасних мас-медіа на свідомість дитячої аудиторії. Мас-медіа пройшли значний шлях розвитку від каналу інформації та розваги до політичного інституту, що значно примножило їх можливості як інструмента впливу на суспільну свідомість. Професійність викладу інформації через мас-медіа робить їх чинником соціальних, культурних змін, створює модель поведінки і життя. Означено якісні й кількісні характеристики контенту мас-медіа в контексті їх впливу на формування ідеалів, переконань, цінностей, світоглядних орієнтацій, практичних настанов індивідів, соціальних спільнот і суспільства. Виявлено зростання кількісних характеристик охоплення аудиторії Інтернет-медіа, зростання їх формуючого впливу на суспільну свідомість. Визначено конструктивну та деструктивну форми впливу мас-медіа на суспільну свідомість, які реалізуються через функції мас-медіа та мають відповідно формуючий ефект стосовно суспільної свідомості. Залежно від типу мас-медіа виокремлено текстовий, аудіо-, візуальний та синтетичний різновиди впливу, які стимулюють розвиток різних форм медіаграмотності.

5. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології спричинили розвиток сучасних мас-медіа та склали помітну конкуренцію друкованим виданням (газетам, журналам, книгам), панування телекратії тощо. У ході аналізу особливостей впливу новітніх мас-медіа на суспільну свідомість в умовах розвитку сучасних інформаційних технологій було виявлено такі зміни: вдосконалення людиною набутих знань, вмінь і навичок, сприйняття оточуючого світу, свідомості як індивідів, так і суспільства загалом, способу мислення та набуття нових компетенцій відповідно до розвитку нових мас-медіа; завдяки спілкуванню через соціальні мережі відбувається дистанціювання індивіда від соціуму; анонімність користувачів через маніпулятивні дії можуть слугувати причиною перенавантаження свідомості; пріоритет інформації над знаннями; поява значних обсягів недостовірної інформації, фейкові новини; створений віртуальний особистісний простір сприяє розширенню життєвого простору; зміна торгівельно-споживчих відносин; інтерактивність, налагодження за допомогою новітніх мас-медіа нового рівня соціальної комунікації. Можливим результатом цього процесу передбачається розвиток громадянського суспільства з посиленням відкритості діяльності владних структур (глобальні комунікаційні мережі мають зовнішній інформаційний вплив навіть на держави з тоталітарним чи авторитарним політичним режимом). В інформаційну епоху об'єкти маніпулювання не обмежуються державними кордонами, вони стають транснаціональними, а кількість людей, на яких можна здійснювати вплив, збільшується на сотні мільйонів.

6. Особливою галуззю захисту суспільної свідомості від маніпулятивних практик є екологія мас-медіа, яка досліджує проблеми впливу мас-медіа на людину і суспільство через медіа середовище, дотримання принципів виготовлення якісного контенту мас-медіа. Основними шляхами мінімізації мовних маніпуляцій у мас-медіа є: дотримання основних положень державної інформаційної політики країни, кодексів етики журналістів, використання

літературної мови з дотриманням законів мови. Актуалізація потреби різнорівневого (держава, суспільство, індивід) захисту від маніпулятивних впливів мас-медіа зумовлює низку методів покращення стану медіаекології та формування позитивного образу України в міжнародному інформаційному просторі, зокрема: розробка нових нормативно-правових актів; чітке дотримання існуючої нормативно-правової бази; державний і громадський контроль за заходами охорони медіаекології; дотримання основних положень кодексу етики журналістів та використання літературної мови; генерування об'єднаних ідей для сучасного українського суспільства; запровадження курсів з медіаграмотності в освітні програми навчальних закладів, підвищення рівня медіакультури в суспільстві.

7. Маніпулювання в мас-медіа унеможлиблює процес вільного волевиявлення як необхідної ознаки гуманістичного суспільства. Систематизовано та охарактеризовано механізми маніпулювання мас-медіа суспільною свідомістю. Механізмами такого маніпулятивного впливу мас-медіа на суспільну свідомість українців є лінгвістичні особливості текстів мас-медіа, нейромаркетингові практики, анонімність виробника та розповсюджувача інформаційного контенту. Необхідно формувати в світовому контексті нові правові моделі, які дозволять ефективно відповідати на виклики гібридної війни. Елементами таких дій повинно стати введення в законодавче поле поняття та критеріїв «маніпулювання суспільною свідомістю». В умовах консцієнтальних війн надзвичайно актуальним є масове виробництво та ретрансляція у мас-медіа наповненого позитивними національними смислами інформаційного контенту, спрямованого на зменшення рівня агресивності та конфліктності у сфері соціальної комунікації. В українському суспільстві існує маніпулятивний вплив на управління масами задля зниження його інтелектуально-культурного рівня. Багато людей відчувають себе маргіналізованими в антропологічному сенсі, втрачають довгострокове бачення цілей і пріоритетів. Україна знаходиться на шляху створення ефективних заходів протидії гібридній агресії Росії та смислових впливів культури західного світу.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Зайко Л. Маніпуляційний складник масмедійної реклами та її вплив на суспільну свідомість. *Мандрівець*. Тернопіль : ТОВ «Мандрівець», 2015. № 6 (120). С. 50–53.

2. Зайко Л. Я. Дискурс як противага мовним маніпуляціям мас-медіа. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Філософські науки*. Житомир : Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2016. № 1 (82). С. 45–48.

3. Зайко Л. Я. Специфіка впливу новітніх мас-медіа на суспільну свідомість в умовах розвитку інформаційних технологій. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич*. Київ : «Видавництво «Гілея», 2016. Вип. 113 (10). С. 255–259.

4. Зайко Л. Я. Мас-медіа як чинник формування суспільної свідомості. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. Одеса, 2016. Вип. 14. С. 36–39.

Статті в закордонних наукових виданнях:

1. Зайко Л. Я. Мас-медіа як канали впливу на політичну свідомість суспільства: український досвід. «*Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe*» (*East European Scientific Journal*). Warszawa, Polska, 2016. № 7 (11). С. 18–21.
2. Zaiko L. Ya. Influence of Media Ecology on Public Consciousness. *Региональний Вестник Востока. Научний журнал* / главн. ред. А. У. Кувандыков. Усть-Каменогорск : Издательство «Берел» ВКГУ имени С. Аманжолова, 2016. С. 67–75.

Публікації в інших наукових виданнях:

1. Зайко Л. Я. Суспільна свідомість як об'єкт маніпулювання засобами масової інформації. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки* / гол. ред. В. С. Пазенок. Київ : КУТЕП, 2015. Випуск 21. С. 219–240.
2. Зайко Л. Я. Проблема мовних маніпуляцій у засобах масової інформації: український та польський досвід. *Українська полоністика. Серія: Філософські науки*. Житомир, Bydgoszcz : Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2015. № 12. С. 47–53.
3. Зайко Л. Інформаційний продукт засобів масової інформації в сучасному глобалізованому світі. *Актуальні проблеми сучасної філософії та науки у глобалізованому світі* : зб. наук. праць / за заг. ред. проф. П. Ю. Сауха. Житомир : В-во ФОП Євенок О. О., 2014. С. 157–159.
4. Зайко Л. Я. Маніпулятивний вплив слова журналіста на свідомість аудиторії. *Редакторська і журналістська майстерність* : збірник матеріалів ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції 27 берез. 2015 р. / укладачі : Гладир Ю. Ф., Хміль-Чуприна В. В. Кременчук : Кременчуцький університет економіки, інформаційних технологій і управління, 2015. С. 61–63.
5. Зайко Л. Я. Особливості впливу на аудиторію новинних телевізійних передач в умовах сучасної гібридної війни проти України. *Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010–2015 рр.)* : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції / наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова. Київ : Інститут журналістики, 2015. С. 33–34.
6. Зайко Л. Державна політика України щодо захисту суспільної свідомості від маніпулятивного впливу російського медіапродукту. *Модернізація соціогуманітарного простору: історичний досвід, виклики та перспективи* : збірка матеріалів Всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнар. участю, 14–15 травня 2015 р. Житомир–Вінниця, 2015. С. 108–111.
7. Зайко Л. Необхідність висвітлення ідей толерантності в сучасних українських ЗМК. *Толерантність як соціогуманітарна проблема сучасності* : Міжнародна науково-теоретична конференція, м. Житомир, 1–2 жовт. 2015 р. : матеріали доповідей та виступів / редкол. П. Ю. Саух та ін. Житомир : Вид. Євенок О. О., 2015. С. 179–182.
8. Зайко Л. Маніпуляція в ЗМІ як засіб дегуманізації сучасного суспільства. *Філософія як культурна політика сучасності* : тези доповідей ІІІ всеукраїнської наукової конференції, м. Острог, 23–24 жовтня 2015 р. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. С. 143–145.

9. Зайко Л. Я. Медіаграмотність як елемент захисту аудиторії від маніпуляцій реклами. *Наукові записки Інституту журналістики* : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна : КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2016. Квіт.– черв. Т. 63. С. 53–57.

АНОТАЦІЯ

Зайко Л. Я. Мас-медіа як чинник формування суспільної свідомості: соціально-філософський аналіз. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук (доктора філософії) за спеціальністю 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – Житомирський державний університет імені Івана Франка, Житомир, 2019.

Дисертацію присвячено соціально-філософському аналізу мас-медіа як чинника формування суспільної свідомості. На основі вивчення системності та поліструктурності суспільної свідомості обґрунтовано необхідність використання міждисциплінарного підходу у процесі дослідження впливу мас-медіа на формування суспільної свідомості та визначено наслідки їх впливу на свідомість в інформаційному суспільстві.

Розкрито роль мас-медіа у процесі формування суспільної свідомості в історичному поступі суспільства та їх діалектику взаємозв'язків. З'ясовано якісні та кількісні характеристики контенту ЗМІ в контексті їх впливу на формування ідеалів, переконань, цінностей, світоглядних орієнтацій, практичних установок індивідів, соціальних груп та суспільства. Виявлено зростання кількісних характеристик охоплення аудиторії Інтернет-мас-медіа, та посилення їх впливу на суспільну свідомість.

Залежно від типу мас-медіа виокремлено конструктивну та деструктивну форми впливу мас-медіа на суспільну свідомість та обґрунтовано розвиток різних форм медіаграмотності. Особливу увагу приділено новітнім мас-медіа як глобальній мережі, яка впливає на суспільну свідомість, проникає у систему цінностей, змінює їхню філософію, нав'язує індивіду новий стиль поведінки у суспільстві, внаслідок чого формується покоління людей з особливим світоглядом та життєвими навичками.

Аргументовано актуальність дисертаційного дослідження для сучасної України та необхідність захисту суспільної свідомості від деструктивних впливів мас-медіа в умовах консцієнтальних війн, особливо маніпулятивних впливів на суспільну свідомість.

Ключові слова: мас-медіа, світогляд, суспільна свідомість, соціальні комунікації, цільова аудиторія, масова культура, національна ідентичність, споживацтво, реклама, політична реклама, маніпулювання, соціальна відповідальність.

ABSTRACT

Zaiko L. Ya. Mass media as a social consciousness forming factor: social and philosophical analysis. – Manuscript.

Thesis for a Candidate Degree in Philosophy (Doctor of Philosophy): Specialty 09.00.03 – Social Philosophy and Philosophy of History. – Zhytomyr Ivan Franko State University, Zhytomyr, 2019.

The thesis focuses on social and philosophical analysis of mass media as a social consciousness forming factor. The research of systemic and polystructural nature of social consciousness made it possible to justify the necessity of using an interdisciplinary approach while studying the influence of mass media on social consciousness formation and to determine the effects of mass media impact on consciousness in the information society. The thesis studies the role of mass media as a social consciousness forming factor in the historical progress of the society and their dialectical interrelations; defines qualitative and quantitative characteristics of mass media content in terms of their influence on forming ideals, beliefs, values, worldviews and practical orientations of individuals, social groups and society; determines the growth of quantitative characteristics of electronic mass media outreach and the increase of their influence on social consciousness. According to the type of mass media there are constructive and destructive forms of their influence on social consciousness. Development of various forms of media literacy is substantiated. Particular attention is paid to the latest mass media as a global network that influences social consciousness, penetrates into value system and changes its philosophy, imposes new behavior upon an individual in the society, resulting in a new generation of people with particular worldview and life skills.

According to the research, the primary mass media mechanisms of social consciousness manipulation are the language of presenting facts, the technique of repeating information, manipulating historical facts, using stereotypes, imposing a brand, hiding or distorting information, providing information with new semantic meanings, changing the focus field, using obscenities, neuromarketing practices, methods of imposing advertising products, etc.

The research defines and develops the regulation on the destructive influence of the mass society concept with its mass culture on the formation of individual and social consciousness through the dominance mechanisms in the modern mass media of entertaining, advertising, agitational content and neutralizing their academic and educational functions. The research proves that consensual wars (wars of meanings) have become an integral part not only of ordinary citizens' lives, but also the basis of the latest military conflicts, acts of terrorism and extremism in the conditions of forming and developing an information-oriented society.

The research accentuates that the attributive feature of modern electronic mass media manipulative influence on individual and social consciousness, in the Ukrainian information space in particular, is the possibility of a producer and a distributor of information content to stay anonymous, which results in the absence of their responsibility for the quality and truthful presentation of information. Widespread use of manipulative practices in modern mass media not only causes and enhances the level of despair and social apathy in society, but also leads to dehumanization of the spiritual continuum of a modern individual and, as a result, to the increase of aggression and violence in modern world. Consensual wars require mass production and retransmission of competitive information content, filled with

national meanings, creation of positive information content in order to reduce aggressiveness and conflicts in the sphere of social communication and their influence on positive meanings formation of mass media audience consciousness.

Protection of individual and social consciousness from information overload and manipulative influences depends greatly on media ecology and media literacy of an individual as special mechanisms of information filtration. Media ecology of an individual comprises development of their firm worldviews and high level of education. Media literacy helps a consumer of information feel free in mass media space. Crucial mechanisms to neutralize manipulative influences in mass media are: developing alternative public sources of information that would be out of control of political and business interests of the authorities and media owners; differentiating media influence based on the age and professional characteristics of the audience; limiting access of children to watching and listening to mass media content; enhancing moral and legal responsibility of parents for children's «consumption» of different types of information product; adhering to journalistic ethics and major provisions of the country's information policy by media representatives, using literary language in mass media and turning conflict situations into dialogues and discourses.

The research substantiates its relevance for contemporary Ukraine, as well as the necessity to protect social consciousness from destructive impacts of mass media in the context of consciential wars, especially the manipulative influences on social consciousness.

Keywords: mass media, worldview, social consciousness, social communications, target audience, mass culture, national identity, consumerism, advertising, political advertising, manipulation, social responsibility.

