

УДК 1:316:930.1

Жидун С. – ст.гр. КН-21

*Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола*

## **МАС-МЕДІА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ**

Науковий керівник: викладач Рудик М.

Zhydun S.

*Vyacheslav Chornovil Halytskyi College*

## **MASS MEDIA AS A FACTOR FOR THE FORMATION OF SOCIAL CONSCIOUSNESS**

Supervisor: teacher Rudyk M.

Ключові слова: ЗМІ, соціальні інститути, суспільна свідомість, неформальна освіта, медіапростір, культура

Keywords: mass media, social institutions, social consciousness, non-formal education, media space, culture

В сучасних умовах важко уявити собі життя без засобів медіа та комунікаційних технологій. Зростання ролі засобів масової інформації призводить до підвищення вимог до їх значущості в суспільному житті. ЗМІ є найважливішими прийомами соціалізації особистості на сучасному етапі розвитку суспільства. ЗМІ – один із соціальних інститутів, що тією чи іншою мірою виконують замовлення суспільства та окремих соціальних груп щодо певного впливу на населення в цілому, в тому числі й на окремі вікові та соціальні категорії.

Важливо визначити два аспекти такого впливу. По-перше, засоби масової інформації істотно сприяють засвоєнню людьми різного віку широкого спектра соціальних норм та формуванню у них ціннісних орієнтацій у сфері політики, економіки, здоров'я, права тощо. По-друге, ЗМІ фактично є своєрідною системою неформальної освіти та просвіти різних категорій населення. При цьому користувачі засобів масової інформації здобувають досить різнобічні, суперечливі, несистематизовані знання, відомості з різних питань суспільного та політичного життя [1].

Проблеми засобів масової комунікації вивчають соціологи, психологи, педагоги, представники інших наук. У масовому, а не лише в науковому обігу, з'явилися такі поняття, як «медіа грамотність», «медіа культура», що означають нові якості й нові здатності як окремої людини, так і всієї спільноти, що ефективно взаємодіють в умовах інформаційного суспільства. ЗМІ використовують майже всі канали сприйняття. Завдяки цьому вони відіграють велику роль у культурному обміні, у вихованні молоді, а також у процесах управління різними галузями соціальної сфери [2].

Популярність медіа визначається такими факторами: використання терапевтичної, естетичної, пізнавальної, інформаційної, комунікативної, моральної, соціальної та інших функцій фізкультурно-спортивної діяльності; опора на видовищно-розважальні жанри, стандартизацію, серійність, сенсаційність, систему «емоційних перепадів», що дозволяє «розряджати» нервову напругу глядачів; гіпнотизм,

вгадування бажань публіки, інтуїцію тощо. На жаль, у молодіжному середовищі спостерігається бездумне, «всєдне» поглинання інформації, яка надходить з телеекранів, комп'ютерних моніторів та з радіоприймачів. Молодь віддає перевагу розважальним шоу, «мільним операм», серіалам, жанровим і комп'ютерним іграм тощо. Занурюючись у віртуальний світ, молоді люди часто не вдумуються у зміст того, що сприймається. Так поступово притупляється потреба в надбанні знань, в духовно-естетичному збагаченні [3].

Відомо, що медіа можуть бути і потужним джерелом знань, і серйозною завадою у навчанні та вихованні, і добрим засобом розвитку, і його гальмом. Засилля низькопробної в художньому і змістовому сенсі продукції кіно- і відеоринку, сцени насильства – все це вимагає посилення уваги до виховання засобами медіа, уміння на ретельно відібраному матеріалі розвивати високий рівень художнього сприйняття, пізнавальні інтереси і творчі можливості особистості. Наразі численні медійні канали створюють особливе інформаційне поле, під впливом якого формуються соціальні, моральні, художні, естетичні цінності та інтереси. Екранні медіа, до яких відносять кіно, телебачення, відео, інтернет тощо, впливають на глядача значно ефективніше, ніж традиційні друковані тексти [4].

Медіаінформація одночасно впливає і на слух, і на зір, синтезуючи практично всі притаманні людству способи спілкування. Здоровий спосіб життя повинен бути невід'ємною частиною світогляду кожної молодої людини. Проте, не зважаючи на гасла типу «молодь обирає здоровий спосіб життя!», ми всі розуміємо, що це лише гасла. Як це не прикро визнавати, незначна частина сучасної молоді обирає здоровий спосіб життя. Процес формування ціннісних орієнтацій молоді опосередкований багатьма соціально-психологічними чинниками: матеріальними умовами життєдіяльності, індивідуально-типовими рисами особистості, її нахилами, здібностями, комунікативними вміннями, та якістю виховного впливу різноманітних інституцій соціалізації [5].

Сучасний медіапростір, як і суспільство в цілому, характеризується загальним станом «переоцінки цінностей», кризою аксіонормативної системи суспільства, відсутністю об'єднуючої культурної ідеї. Культурна і політична кризи привели до того, що засоби масової інформації перестали виховувати та формувати моральну і естетичну свідомість молоді. Разом з цим вони (ЗМІ) втратили і свою ключову функцію – забезпечення соціально-інтеграційної єдності. Ідеологічний і цілісно-нормативний вакуум юнацької свідомості заповнюється, образно кажучи, «підручними засобами», і в цьому процесі не останню роль відіграють ЗМІ. Через спрямованість ціннісні орієнтації знаходять свій реальний вияв, а в активній формі набувають характеру стійких мотивів спілкування і діяльності та, пройшовши складний діалектичний шлях, перетворюються в переконання. Саме тому ефективна соціалізація може розглядатися як процес набуття, засвоєння та формування такого набору і такої ієрархії потреб молодої людини, які найсприятливіші для розвитку суспільства та особистості в усьому багатстві та розмаїтті їхніх потенційних можливостей. В цілому можна назвати найважливіші психологічні чинники соціалізації молоді: соціально-психологічні (характеризують мікросередовище, його інституції соціалізації, норми, цінності; ефективні умови взаємодії, взаєморозуміння, сприйняття людьми один одного [6].

У незрілому віці соціалізація здебільшого проходить під впливом інформації, яку молодь не завжди отримує з достовірних, офіційних джерел. Серйозність проблеми полягає в тому, що джерелами інформації з проблематики щодо здорового способу життя є молодіжний соціум (тобто ровесники), що не завжди є бажаним джерелом, та засоби масової інформації, що частіше за все мають сумнівну якість. Тут може негативно виявлятися і особистісний вплив (скажімо, сильної, але не позитивної

особистості), і опосередкований вплив небажаного середовища. В цей же час інформацію, якою володіє молодь стосовно здорового способу життя, вона отримує стихійно, випадково, до того ж неповну, а досить часто у викривленій інтерпретації. Тому такий стан сьогодні неприпустимий. Фізичне середовище спільноти і суспільства можуть бути відображенням їхнього ставлення до здоров'я. До індикаторів середовища відносять: доступність сфери охорони здоров'я, сприятливість середовища, в якому ми живемо, працюємо. Впливи мас-медіа на ці фізичні середовища ще не досить розкриті, хоча зміни в них можуть суттєво впливати на здоров'я людей (наприклад, наявність здорових продуктів у супермаркетах). Хоча сьогодні мало що відомо про вплив мас-медіа на індикатори здоров'я на суспільному рівні, проте очевидним є тісний взаємозв'язок між мас-медіа та іншими індикаторами суспільного рівня. Можливості впливу мас-медіа на індикатори здоров'я на суспільному рівні є достатньо вагомими [5].

Отже, засоби масової інформації спроможні впливати на здоров'я людей на різних рівнях організації суспільства. І хоч, медіа це лише один сет стратегії втручання, ЗМІ можуть впливати на всіх рівнях організації, оскільки зростає розуміння суспільством і урядовими структурами значущості використання мас-медіа, а відтак поширюється розуміння людської поведінки у соціальних системах.

#### **Список використаних джерел**

1. Гончарук-Чолач Т. В., Джугла Н. В., Чигур Р. Ю. Аналітичний екскурс в методичні теорії демократії. Науковий огляд. № 1 (64). 2020. С. 10-20
2. Гончарук-Чолач Т. Засоби масової інформації в політичному житті суспільства. К.: Ліра-К, 2020. 254 с.
3. Гончарук-Чолач Т., Гурик М. І., Джугла Н. В. Локалізація політики в контексті сучасних наукових досліджень. Гілея: науковий вісник: Збірник наукових праць. Вип. 167-168 (№12-1) Філософські науки. Політичні науки
4. Гончарук-Чолач Т., Джугла Н. Теорія та практика політичної пропаганди. Підручник. К.: Ліра-К, 2020. 260 с.
5. Гончарук-Чолач Т. Іntenції дослідження соціальної нерівності та стратифікації: від античності до сьогодення. Гілея: науковий вісник: Збірник наукових праць. Вип. 159 (№12) Ч.3. Політичні науки. 2021. С. 15-47
6. Клименченко О.А., Галета С.О. Авторитет без авторитаризму. Кіровоград: «КОД», 2016. 176 с.