

37.015.311:316.64]:070

Леонід Козубенко

ORCID iD: orcid.org/0000-0002-1548-3362

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри української і

зарубіжної літератури та методики навчання,

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний

університет імені Григорія Сковороди»,

вул. Сухомлинського, 30, 08401, м. Переяслав-Хмельницький, Україна

leonidkozubenko@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ ЛЮДИНИ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті досліджується проблема формування свідомості людини засобами масової комунікації, які є ефективним інструментом підтримки суспільної рівноваги й соціальної взаємодії. Наповнюючи потрібним змістом повідомлення, що передаються засобами масової комунікації, можливо подавати суспільству не лише знання про навколишню дійсність, але й цілеспрямовано формувати емоційні та поведінкові стереотипи. Сучасна людина формується й живе в особливій реальності, де засоби масової комунікації створюють сприятливий ґрунт для прихованого впливу на свідомість людини.

Ключові слова: формування, свідомість, людина, засоби, комунікація, суспільство, вплив, умови, переконання, реальність.

В статье исследуется проблема формирования сознания человека средствами массовой коммуникации, которые являются эффективным инструментом поддержки общественного равновесия и социального взаимодействия. Наполняя нужным содержанием сообщения, передаваемые средствами массовой коммуникации, можно подавать обществу не только знания об окружающей действительности, но и целенаправленно формировать эмоциональные и поведенческие стереотипы. Современный человек формируется и живет в особой реальности, где средства массовой коммуникации создают благоприятную почву для скрытого воздействия на человеческое сознание.

Ключевые слова: формирование, сознание, человек, средства, коммуникация, общество, влияние, условия, убеждения, реальность.

The article deals with the problem of formation of human consciousness by means of mass communication. Mass media is an effective tool for maintaining social equilibrium and social interaction.

For the progressive movement of social systems it is necessary, on the one hand, to learn the experience of previous generations, and on the other – to get acquainted with ideas relating to the future. The realization of this task can be achieved through the purposeful dissemination and establishment of socially meaningful knowledge and knowledge in the mass consciousness. This simultaneously limits the freedom of personal self-determination, and opens up new horizons in the knowledge of the surrounding reality. Mankind of the 21st century lives in the mega-information space and receives information about the world around the world from the press, television and radio every minute. It is the mass media, as the main supplier of information, affect the formation of the internal picture of the world of people, a kind of cognitive-behavioral matrix, on which basis orientation is in the world. And in this sense, the person of the information society is not free, since it is not possible to receive on its own full and, most importantly, reliable information about the events taking place.

Often, mass media use manipulative techniques of influencing people's minds, creating the illusion of freedom of choice, but in reality limiting the freedom of self-determination of a person. To this end, technologies of hidden pressure can be applied to the emotional component of mass consciousness. Depending on the emotions and feelings experienced by the masses, you can prepare favorable conditions for the unobtrusive involvement of people in certain activities, while most people will be sure that they have committed the act voluntarily and consciously, without external influence.

Thus, mass media act as a forming factor in the process of self-determination of the individual, identifying the concept of culture and information. And by the scale of their influence, they reached a huge scale.

Filling with the necessary content of messages transmitted by mass media, it is possible to provide society not only with knowledge about the surrounding reality, but also purposefully form emotional and behavioral stereotypes. A modern person is formed and lives in a special reality, where media of mass communication create a favorable ground for a hidden influence on human consciousness.

Key words: *formation, consciousness, person, means, communication, society, influence, conditions, beliefs, reality.*

Постановка проблеми. Засоби масової комунікації покликані формувати й виражати думку громадської спільноти, що визначається спільними судженнями людей, в яких ставлення до розвитку подій і явищ вимірюється за допомогою форми засудження, похвали або вимоги. Процес формування суспільної думки відбувається під час інформаційного руху в суспільстві. Воно відтворює людське буття, соціальну людську діяльність і врегульовує поведінку особистості. Суспільна думка утворюється і зазнає впливу повсякденної свідомості, емпіричних знань, включаючи забобони, а також політики, мистецтва, науки, і, певним чином, усіх витоків доступного спілкування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Світова наука не обходить своєю увагою проблему місця та ролі засобів масової комунікації в процесі формування свідомості. Зокрема, дослідженням впливу засобів масової комунікації на формування громадської думки займаються такі вітчизняні та зарубіжні вчені як О.Березкіна, Б.Бесонов, М.Горшков, Дж.Гелбрейт, Д.Дуцик, Є.Павлова, В.Плетт, Г.Шиллер, Л.Доув, Т.Томпсон та ін.

Загалом, по темі дослідження інформаційної діяльності засобами масової комунікації було написано багато праць у різних галузях наукової діяльності: психології, політології, філософії, соціології, історії та ін. За останні десятиліття зібрано значну кількість матеріалу емпіричного характеру. В той же час варто відзначити, що опубліковані роботи по даній темі мають у цілому загальнотеоретичний характер. У працях більшості науковців, які були опубліковані до 90-х років, проблеми хоча і розглядаються в тісній залежності від української дійсності, але ця реальність в своїй основі відійшла в минуле і використовувати теоретичні й особливо практичні висновки потрібно з великою обережністю.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Людина, потрапляючи в умови загальної інформатизації, втрачає здатність до самостійної думки. Уявлення про сучасний світ, яке загалом формується під впливом засобів масової комунікації у неприхованій маніпулятивній формі, відображається у часто досить спотворених образах, які не відповідають сучасним реаліям. При допомозі комунікативного інструментарію різноманітні факти, політичні події, в цілорму соціальна дійсність піддається інтерпретації у зручному для авторів повідомлення світлі, при цьому нав'язується соціуму потрібне спийняття. Чим більше ця мета приховується від реципієнта, тим сильнішим є вплив. Засоби масової комунікації суттєво впливають як на суспільство, його стан, так і на свідомість мас. Вони виконують роль посередника між тими, хто управляє, і тими, хто є об'єктом управління. Засоби масової комунікації мають здатність до швидкого формування та зміни громадської думки та настроїв людей, а це, в свою чергу, надає їм значної цінності, якщо вони потрапляють до рук тих, хто знаходиться при владі.

Мета статті полягає у визначенні місця та ролі засобів масової комунікації у формуванні людської свідомості.

Постановка завдання. Головними завданнями розвідки є виявити вплив засобів масової комунікації на формування свідомості особистості та охарактеризувати їхній вплив на свободу вибору та й самовизначення людини.

Виклад основного матеріалу. Проблема свободи як філософська проблема має важливе соціальне й політичне звучання в історії суспільства. В сучасну епоху ця проблема звучить надзвичайно гостро, оскільки технології прихованого управління масовою свідомістю з кожним днем набувають досконаліших форм.

У засобів масової комунікації досить широкі можливості впливу на людську свідомість. Сучасна наука володіє двома підходами до проблеми маніпуляційних можливостей засобів масової комунікації: медіаорієнтований і медіацентристський (Горшков, 1988: 68). У медіаорієнтованому підході людська особистість визначається як спрямований інформаційний споживач активного і критичного характеру; засоби масової комунікації не в змозі керувати людською свідомістю, навпаки, людська особистість намагається пристосувати їх до своїх нагальних потреб. Прагнення засобів масової комунікації до нав'язування кардинальних стереотипів нерідко піддається активному психологічному опору, що є наслідком вибіркового ставлення особистості не тільки до самої інформації, але й до її витоків (Березкіна, 1999: 16). Переважна більшість людей не підлягають маніпулятивному впливу з боку засобів масової комунікації, так як отримані реципієнтом повідомлення сприймаються не на автоматичному рівні, вони завбачують деякі особистісно-творчі реакції. Ці реакції можна розуміти як сукупність переконань й зацікавлень людської особистості або як окремі внутрішні фактори, які подекуди суттєво змінюють наслідки прихованого впливу (Doow, 1966: 54). У вітчизняній і зарубіжній літературі медіаорієнтований підхід набув широкого розповсюдження.

Відповідно до медіацентристського підходу аудиторія засобів масової комунікації є пасивною масою, схильною до сугестії й побічного підпорядкування. Засоби масової комунікації формують для цієї знеособленої публіки нову дійсність, ефемерний світ. Найбільш значні представники медіацентристського підходу визнають, що засоби масової комунікації нівелюють людську індивідуальність, забирають у неї її самостійність й свободу вибору. Як зазначає один з представників цього напрямку Т. Томпсон, засоби масової комунікації є синтетичні, нещирі явища, які принижують людську гідність. Він називає засоби масової комунікації масовим виробництвом, що нехтує індивідуальними смаками. На думку Т. Томпсона вони уярмлюють розум і знищують природну культуру (Thompson, 1964: 45).

Для людей сучасний світ з кожним днем все більш насичується інформацією, і є досить часто незрозумілим для них. Людська особистість не завжди спроможна самостійним чином отримувати й перевіряти всю необхідну їй інформацію, а отже, змушена чимало чого сприймати як істину. Наповнюючи необхідним змістом повідомлення, які передаються за допомогою засобів масової комунікації, можливо подавати суспільству не лише знання про навколишню реальність, але й послідовно формувати емоційні та поведінкові стереотипи, установки, стандарти. Можна стверджувати, що нинішня особистість формується й проводить життя у винятковій, спотвореній дійсності, де засоби масової комунікації створюють сприятливі умови для прихованого впливу на людську свідомість (Дуцик, 2005: 107–108).

При дослідженні феномена прихованого впливу засобів масової комунікації на свідомість людей потрібно зважати на те, що наслідки такого впливу залежать від багатьох складових – політичних, соціальних, економічних, культурних умов, а також від індивідуальних та психологічних особливостей індивіда, на якого спрямовані маніпулятивні впливи (Павлова, 2004: 145–146).

Будучи головним постачальником інформації, саме засоби масової комунікації мають вплив на формування внутрішньої картини людського світу, особливої когнітивної й поведінкової матриці, на основі якої відбувається орієнтація в навколишньому середовищі. І в цьому сенсі людина інформаційного суспільства не є вільною, оскільки вона не в змозі самостійно отримувати повні й, головне, вірогідні знання про події, що відбуваються. Як справедливо зауважує західний політолог Й.Бехер, «...ніхто не каже, що думати заборонено або власні думки небажані. Але бажані думки створюються в таких масштабах, що власне мислення тоне в їх масі, а ці бажані думки так тонко вводяться в свідомість, що люди сприймають це чуже мислення як наслідок роботи власної думки» (Бесонов, 2001: 703 –711).

Досить часто засоби масової комунікації використовують маніпулятивні способи впливу на людську свідомість. При цьому створюється ілюзія свободи вибору, але насправді обмежується свобода самоідентифікації особистості. З цією метою застосовуються технології прихованого тиску на емоційні складові масової свідомості. Наприклад, фахівцям у галузі пропаганди відомо, що масовий прояв пригніченого стану на фоні переживання почуття вини, знижує вольовий потенціал суспільства, створюючи передумови для успішного маніпулювання (Плетт, 1997: 56 – 91).

Маніпулятивні дії можуть мати місце лише в тому випадку, якщо об'єкт впливу з самого початку має видимість свободи вибору, можливість здійснення альтернативної дії. Як зауважив Р. Шиллер, «для досягнення успіху маніпуляція повинна залишатися непомітною. Успіх маніпуляції гарантований, коли той, ким маніпулюють, вірить, що все відбувається природно й неминуче ... для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не буде відчуватися» (Шиллер, 1980: 47). Його підтримує Дж.Гелбрейт, американський філософ і економіст, зауваживши, що «для ефективного управління людьми їх слід переконати в тому, що вони незалежні» (Гелбрейт, 1968: 266). Специфічну суть маніпуляції як соціально-філософського феномена складає суперечлива особливість – видимість свободи рішення, волі, думки, поведінки індивіда при їх прихованій і жорсткій зумовленості чужими йому метою та інтересами.

Проблема свободи, самовизначення особи в умовах інформаційного й психологічного впливу засобів масової комунікації є складною й неоднозначною. Не зважаючи на те, що сьгоднішні засоби масової

комунікації мають величезні можливості впливу на індивідуальну й масову свідомість, кожний індивід несе відповідальність за свій вибір: або злитися йому з безликим натовпом або прикласти максимум зусиль і відстояти свої погляди, позиції та переконання, не втратити своєї індивідуальності, не перетворитися на жертву, об'єкт, річ.

Висновки. Таким чином, засоби масової комунікації виконують роль формуючого чинника в процесі самоідентифікації особистості, ототожнюючи поняття культура та інформація. Наростаюча індивідуалізація кожної людини у сучасному суспільстві супроводжується переосмисленням моральних принципів. Прискорення змін, шалений темп життя вимагає від особистості все більш зусиль для доказу власної значущості, причому не стільки іншим, скільки собі. І у зв'язку з цим людина повинна грати головну роль у процесі вибору того сценарію самоствердження, завдяки реалізації якого вона зможе відчувати задоволення від самої себе, свого внутрішнього світу.

Перспективи подальших розвідок. Подальший напрямок дослідження та його перспективи полягають в аналізі витоків впливу різноманітних засобів масової інформації на формування свідомості людини та суспільних процесів, які відбуваються в сьогоденні.

Список використаних джерел

1. Березкина О. Политический имидж в современной политической культуре: Автореф. дисс.... д-ра политол. наук. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 30 с.
2. Бесонов Б. Пропаганда и манипуляция. Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. Самара: Бахрах, 2001. С. 703 – 711.
3. Горшков М. Общественное мнение: История и современность. Москва: Политиздат, 1988. 383 с.
4. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. Москва: Мысль, 1968. 266 с.
5. Дуцик Д. Політична журналістика. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська акад.», 2005. 138 с.
6. Павлова Е. Манипуляционный потенциал средств массовой информации. *Актуальные проблемы современной науки*. 2004. № 2. С. 145 –146.
7. Плетт В. Стратегическая разведка: основные принципы. Москва: Форум, 1997. 345 с.
8. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. Москва: Мысль, 1980. 98 с.
9. Doow L.W. Public opinion and propagation. New York.: Springer, 1966. 286 p.
10. Thompson T. Discrimination and popular culture. London.: Longman Group, 1964. 235 p.

References

(Транслітерація)

1. Berezkina O. Politicheskij imidzh v sovremennoj politicheskoy kulture: Avtoref. diss. ... d-ra politol. nauk. Sankt-Peterburg: Piter, 1999. 30 s (rus)/
2. Besonov B. Propaganda i manipuljacija. Reklama: vnushenie i manipuljacija. Media-orientirovannyj podhod. Samara: Bahrah, 2001. S. 703 – 711 (rus).
3. Gorshkov M. Obshhestvennoe mnenie: Istorija i sovremennost. Moskva: Politizdat, 1988. 383 s (rus).
4. Gelbrejt Dzh. Novoe industrialnoe obshhestvo. Moskva : Mysl, 1968. 266 s (rus).
5. Duckyk D. Politychna zhurnalistyka. Kyjiv: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akad.», 2005. 138 s (ukr).
6. Pavlova E. Manipuljacionnyi potencial sredstv massovoj informacii. *Aktualnye problemy sovremennoj nauki*. 2004. №2. S. 145 –146 (rus).
7. Plett V. Strategicheskaja razvedka: osnovnye principy. Moskva: Forum, 1997. 345 s (rus).
8. Shiller G. Manipulatory soznaniem. Moskva: Mysl, 1980. 98 s (rus).
9. Doow L.W. Public opinion and propagation. New York.: Springer, 1966. 286 p (eng).
10. Thompson T. Discrimination and popular culture. London.: Longman Group, 1964. 235 p (eng).

*Статтю рекомендовано до друку
доктором філологічних наук, професором,
професором кафедри української і зарубіжної літератури
та методики навчання
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічного університету
імені Григорія Сковороди
Корпаниюком Миколою Павловичем*

*Стаття надійшла до редакції
7 вересня 2018 року*

Леонид Козубенко

кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры украинской и зарубежной литературы и методики
обучения, ГВУЗа «Переяслав-Хмельницкий государственный
педагогический университет имени Григория Сковороды»,
ул. Сухомлинского, 30 08401, г. Переяслав-Хмельницкий, Украина,
leonidkozubenko@gmail.com

**ФОРМИРОВАНИЕ СОЗНАНИЯ ЧЕЛОВЕКА СРЕДСТВАМИ
МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Leonid Kozubenko

Ph. D in Pedagogics, Associate Professor, Associate Professor of Ukrainian and Foreign Literature and Teaching Methods Department SHEE «Pereiaslav-Khmelnytskyi Hryhorii Skovoroda State Pedagogical University»,

30, Sukhomlynskyi Str., Pereiaslav-Khmelnytskyi, Ukraine, 08401
leonidkozubenko@gmail.com

**FORMATION OF HUMAN CONSCIOUSNESS
BY MASS COMMUNICATION**