

**Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми : матеріали Дев'ятої всеукр. наук.-практ. конф. (Суми, 5—6 червня 2013 р.) / уклад.: О. Г. Ткаченко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – 116 с.**

**Journalism Education in Sumy Region: gains and challenges : materials of the Eighth Ukrainian Scientific and Practical Conference (Sumy, 5—6 June 2013) / compiled by O. Tkachenko. — Sumy : Sumy State University, 2013. – 116 p.**

У збірнику вміщені наукові розвідки, присвячені журналістським проблемам, соціальним та комунікаційним технологіям. Подаються матеріали, які відбивають наукові інтереси викладачів і студентів кафедри журналістики та філології а також викладачів загальноомовної підготовки іноземних громадян Сумського державного університету, а також представників інших регіональних журналістськознавчих шкіл.

The collection contained scientific researches, devoted to journalistic issues, social and communication technologies. Served materials that reflect the research interests of teachers and students of the Department of Journalism and Philology of SSU and representatives of other regional journalism schools.

**РЕДКОЛЕГІЯ:**

Олена Ткаченко, д-р філол. наук (голова),  
Віктор Звагельський, канд. філол. наук,  
Інна Гаврилюк, канд. наук із соц. комунік.,  
Валентина Гостеніна, д-р соціолог. наук,  
Тетяна Кузнецова, д-р наук із соц. комунік.,  
Володимир Садівничий, канд. наук із соц. комунік.,  
Олена Сушкова, канд. філол. наук

**EDITORS:**

Olena Tkachenko, Doctor of Philology (head),  
Victor Zvagelsky, PhD of Philology,  
Inna Gavrilyuk, PhD of Social Communications,  
Valentina Hostyenina, Doctor of Social Sciences,  
Tatyana Kuznetsova, Doctor of Social Communications,  
Volodymyr Sadvnychy, PhD of Social Communications,  
Elena Sushkova, PhD of Philology

медіареальність задає аксіологічні моделі поведінки, з якими реципієнти співвідносять свої моральні принципи, ціннісні орієнтири і навіть виробляють стереотипи мислення під впливом трансльованих зразків. ЗМК здатні здійснити потужний медіавплив на емоції та почуття реципієнта, тим самим сформувати психічно комфортний або дискомфортний клімат у соціумі.

#### БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Аксенов В. Остров Крым / В. Аксенов. – М. : Изографус ; ЭКСМО-Пресс, 2002. – 432 с.
2. Баришполець О. Г. Стан медіа-культури дорослих і молоді в Україні: результати масового опитування [Електронний ресурс] / О. Г. Баришполець, Г. В. Мироненко // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. наук. пр. / АПН України, Інститут соціальної та політичної психології. – К., 2008. – Вип. 19. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nssp/texts.html](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nssp/texts.html).
3. Берковиц Л. Агрессия: Причины, последствия и контроль / Л. Берковиц. – СПб. : Пройм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 512 с.
4. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон ; пер. с англ. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
5. Кавалеров А. А. Цінність у соціокультурній трансформації / А. А. Кавалеров. – Одеса : Астропринт, 2001. – 224 с.
6. Ученова В. В. Ценностные лабиринты рекламной деятельности / В. В. Ученова // Вестник Московского университета. – Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 3. – С. 14–23.
7. Хухлаева О. В. Основы психологического консультирования и психологической коррекции : учеб. пособие / О. В. Хухлаева. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
8. Cohen S. Folk Devils and Moral Panics / S. Cohen. – London ; New York : Routledge, 1972. – 201 p.
9. Feshbach S. The Stimulating Vergus Cathartic Effects of a Vicarious Aggressive Activity / S. Feshbach // Journal of Abnormal and Social Psychology. – 1961. – № 63. – P. 381–385.
10. Frau-Meigs D. Media Regulation, Self-Regulation and Educatio / D. Frau-Meigs // Feilitzen C. von, Carlsson, U. Promote or Protect? Perspectives on Media Literacy and Media Regulation. – Goteborg : The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, 2003. – P. 23–39.
11. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society / H. D. Lasswell // The Communication of Ideas / ed. L. Bryson, L. B. Harber. – N.-Y. : Harper and Brothers, 1948. – P. 37–51.
12. Tester K. Media, Culture and Morality / K. Tester. – London : Routledge, 1994. – 138 p.
13. Weezel A. Financial and Strategic Position of Nordic Media Companies. Media Management and Transformation Centre [Електронний ресурс] / A. Weezel // JIBS Research Reports. – 2006. – № 3. – Режим доступу : [http://www.ihh.hj.se/mmt/documents/Aldo\\_Nordic.pdf](http://www.ihh.hj.se/mmt/documents/Aldo_Nordic.pdf).

**Чернишова Т. Г.,**

*викладач*

### ВПЛИВ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ

*Розглядається роль ЗМІ у житті сучасної людини та їх роль у формуванні моральних цінностей особистості.*

**Ключові слова:** *ЗМІ, ціннісні орієнтації, масова свідомість, духовний розвиток.*

*The article concerns the role of mass media in the life of a contemporary person and in the formation of moral values of personality.*

**Key words:** *mass media, value orientations, mass consciousness, mental development.*

Сучасне життя важко уявити без засобів масової інформації, що стали невід'ємними атрибутами світу людини. Так чи інакше, засоби масової інформації перетворилися на могутній соціальний інститут, що бере участь у формуванні та розвитку особистості, впливають на виховання високих моральних якостей та духовних принципів.

У наш час ЗМІ є одним із могутніх соціальних інститутів освіти і виховання людей. Завдання ЗМІ в процесі виховання – це формування ціннісних орієнтацій у представників аудиторії. Ціннісні орієнтації є головною складовою масової свідомості, що визначає реакцію людей на явища дійсності і спрямування їх поведінки. Історичний досвід показує, що ЗМІ можуть слугувати різним цілям: доводити пізнавальну інформацію до людей, розвивати в них почуття власної гідності, соціальної справедливості, спонукати до участі у суспільному житті, збагачувати особистість, одухотворювати людей. Вплив ЗМІ здійснюється через вплив на розум та почуття людини.

Останніми роками багато наукових робіт присвячено аналізу системи засобів масової інформації, їх впливу на формування громадської думки, моральних цінностей та соціальної свідомості. Так, А. З. Москаленко зазначав, що «інститути соціального інформування – преса, радіо, телебачення – одночасно є інститутами виховання політичної культури, економічного мислення, які використовуються владними структурами в інтересах задоволення потреб суспільства, суспільного прогресу [4, 166]. М. Л. Князева у статті «Черная культура» и светлый человек» розглянула, як мас-медіа визначають духовний клімат суспільства, та проаналізувала залежність людини від емоційних та моральних потоків ЗМІ [2, 97]. О. В. Устимова визначила завдання ЗМІ у процесі виховання. За її словами, «це формування ціннісних орієнтацій у представників аудиторії. Адже ціннісні орієнтації – це найважливіша зі складових масової свідомості, що визначає реакцію людей на явища дійсності і спрямування їх поведінки» [3, 15]. «Створюючи особливий інформаційний простір, численні медіа впливають на формування соціальних, моральних, художніх, естетичних цінностей та інтересів особистості, стають важливим фактором впливу на їх свідомість, світоглядні позиції», – зазначає Н. Череповська [5, 16].

Однак ЗМІ можуть також відігравати і деструктивну роль, створювати і просувати у масову свідомість негативні ціннісні образи та орієнтації. На жаль, кількість негативної інформації останнім часом не зменшується, а, навпаки, зростає. Серед ключових тенденцій, що сформувалися у сфері діяльності сучасних ЗМІ, слід відмітити зниження загального морального рівня вітчизняного інформаційного простору, переобтяженого інформацією про насильство, жорстокість, пропагування культу наживи і т. ін. Викликає занепокоєння і той факт, що сучасна молодь мало уваги приділяє книзі як джерелу духовного розвитку, а наслідуює «агресивні форми культури», які поширюються за допомогою засобів масової інформації. За словами французького просвітителя Дені Діро «коли люди перестають читати, вони перестають міркувати» [6, 3]. Німецький письменник Бертольд Брехт зазначав, що при використанні творів культури для маніпулювання свідомістю відбувається процес, який він назвав «переплавкою духовних цінностей» [6, 3]. Значення друкованих засобів масової інформації, їх вплив на духовний розвиток особистості важко переоцінити. Це невичерпна скарбниця формування моральних цінностей та національної свідомості. Крім того, друковане слово має магічну владу над людьми. Допомогти у цій відповідальній справі можуть вітчизняні ЗМІ, оскільки у наш час практично всю інформацію людина отримує за допомогою телебачення, радіо, преси або Інтернету. У арсеналі ЗМІ є багато прийомів, спрямованих на маніпуляцію громадською думкою. Безконтрольний інформаційний потік може глибоко проникати в суть особистості і деформувати її свідомість. ЗМІ ніби «перехоплюють» у

батьків і вчителів виховний вплив на дітей, послаблюють результативність їхніх педагогічних дій, бо стають вагомим джерелом значущої та привабливої інформації для підростаючого покоління.

Отже, засоби масової інформації є найвпливовішим чинником формування моральних цінностей особистості, її внутрішнього світу. До моральних цінностей належать нормативні уявлення про добро і зло, справедливість, прекрасне і потворне, про призначення людини, людські ідеали, норми, принципи життя [1, 47]. Вони є основою вчинків людини, мають моральну значущість і впливають на загальне суспільне життя.

Інформація, яка часто має негативний характер, іноді повністю заповнює внутрішній світ людини, і тому актуальною залишається потреба звернення мас-медіа до гуманістичних цінностей людського життя. Єдиним шансом зупинити руйнування ідеалів, моральний занепад і дезорганізацію в цінностях можна лише виховуючи етичність і відповідальність у працівників ЗМІ.

#### БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Бех І. Д. Виховання особистості: сходження до духовності: наукове видання. – К.: Либідь, 2006. – 272с.
2. Князева М. Л. «Черная культура» и светлый человек / М. Л. Князева // Педагогика. – 2001. – № 3. – С.97–101.
3. Москаленко А. З. Два кити : Журналістика як система засобів масової інформації. Журналістика перехідного періоду. – К.: Школяр, 1997. – 360с.
4. Устимова О. В. Социально-политические ориентации российских журналистов (по материалам экспертного опроса) // Вестник Московского университета. – Сер. 10. – 2000. – № 4. – С.15–28.
5. Череповська Н. Медіа-освіта в сучасній школі / Н. Череповська // Соціальний педагог. – 2009. – № 6. – С.15–26.
6. Соціально-психологічні механізми впливу засобів масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.br.com.ua/hurs/Sociology/73804.htm>

**Конек О. П.,**  
ст. преподаватель

#### К ПРОБЛЕМЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ МОДЕЛЕЙ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

*Рассматривается проблема формирования новых социокультурных моделей украинской журналистики, обозначены пути усиления интеллектуально-этической составляющей журналистской деятельности.*

**Ключевые слова:** *социокультурная модель, журналистика солидаризма, прибыльная/неприбыльная журналистика, культурное наследие.*

*The problem of the formation of new sociocultural models of Ukrainian journalism is observed. The ways to enhance the intellectual and ethical constituent part of the journalist's activity are identified.*

**Key words:** *sociocultural model, the journalism of identification, profitable/unprofitable journalism, cultural heritage.*

Как социокультурный феномен журналистика всегда находится в эпицентре трансформаций, происходящих в обществе. Аккумулируя идеи, методы, проблематику, задачи и приоритеты общественной жизни, она так или иначе освещает, интерпретирует экономические, политические, социальные, мировоззренческие