МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ,УКРАЇНИ

Вплив ЗМІ на формування толерантності у студентів

Зміст

Вступ

. Теоретичний аспект дослідження толерантності

1.1 Проблема толерантності і шляхів її формування

1.2 Особливості політичної толерантності

. Засоби масової інформації та їх роль

.1 Ефективність ЗМІ в системі соціального формування особистості

2.2 Вплив засобів масової інформації на формування толерантності у студентів

. Емпіричне дослідження особливостей впливу ЗМІ на формування толерантності у студентів

.1 Методика і процедура дослідження

.2 Аналіз результатів дослідження

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

толерантність інформація студент особистість

Вступ

Актуальність теми дослідження визначається необхідністю аналізу ще недостатньо вивченого нового напрямку політичної науки - особливостей впливу засобів масової інформації на формування політичних поглядів і орієнтацій в суспільстві. Інформативно-системні зв'язки займають провідне місце в передачі і трансляції соціально-культурних і політичних цінностей і традицій.

Важливу роль у формуванні політичних орієнтацій відіграє сучасні ЗМІ. Вплив ЗМІ на масову свідомість громадян особливо велике під час виборчих кампаній, переломних політико-історичних подій.

У даній курсовій роботі нами проаналізовано соціально-педагогічні можливості впливу засобів масової інформації на формування толерантності та світоглядних позицій студентів вищих навчальних закладів. Ми розглядаємо засоби масової інформації як один із чинників соціалізації молоді. В роботі проаналізовані як позитивні, так і негативні можливості ЗМІ. Ми досліджуємо можливості залучення ЗМІ до виховання та освіти, формування світогляду студентів вищих навчальних закладів.

Об’єктом дослідження даної курсової роботи, виступає толерантність як особистісна властивість.

Предметом дослідження є психологічні особливості впливу ЗМІ на формування політичної толерантності у студентів.

Мета курсової роботи полягає в установленні особливостей ефективного формування політичної толерантності у студентів через вплив засобів масової інформації.

Відповідно до мети поставлені такі основні завдання дослідження:

 Здійснити теоретичний аналіз проблеми толерантності та політичної толерантності особистості, а також особливостей її прояву;

 Охарактеризувати роль ЗМІ на формування толерантності;

 Здійснити емпіричне вивчення політичної толерантності;

Проблеми позитивного та негативного впливу ЗМІ останні два десятиліття стають предметом дослідження психологів, педагогів, філософів. С.Г.Кара-Мурза аналізує маніпулятивні можливості ЗМІ, науковець досліджує засоби впливу на людину через телеекран. До цікавого висновку приходить К.Гаврилов. На його думку, світ, який сприймає сучасна людина - споживач ЗМІ - звузився до масштабів певної телевізійної передачі або випуску теленовин. Такої ж точки зору і В.А.Кудін, який досліджує виховні та освітні можливості електронних ЗМІ. Я.В.Шведова розглядає соціально-педагогічний вимір ЗМІ. На наш погляд, необхідно на основі проаналізованих як позитивних, так і негативних можливостей ЗМІ розглянути можливості залучення засобів масової інформації до виховання та освіти студента, формування світогляду молодої людини.

Зауважимо, що методологічною основою роботи є сучасні методи наукового пізнання. Для вирішення завдань та досягнення поставленої мети використовувалися такі методи дослідження, як: теоретичні - аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, систематизація наукової літератури з проблеми толерантності; емпіричні - спостереження, бесіди, анкетування, тестування;

статистичні методи обробки результатів дослідження.

Структура курсової роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

1. Теоретичний аспект дослідження толерантності

1.1 Проблема толерантності і шляхів її формування

Зазначимо, що проблема толерантності досить молода як, і у зарубіжних дослідженнях. Перші роботи з темі з'являються лише середині 1990-х років. Важливим чинником світового визнання необхідності вивчення цієї проблеми стала Декларація принципів толерантності, затверджена резолюцією 5.61 Генеральної конференції ЮНЕСКО від 16 листопада 1995 р. Вона проголошує 16 листопада щорічно який відзначають Міжнародним днем, присвяченим толерантності. Також дана декларація дає міжнародне визначення поняття толерантності і навпаки - інтолерантності.

З неї слідує, що толерантність означає повагу, правильне розуміння багатого різноманіття культур нашого світу, наших форм самовираження та способів прояву людської індивідуальності. Толерантність означає, що кожен вільний, щодо дотримання своїх політичних переконань і визнає таке ж право за іншими; означає визнання того, що люди за своєю природою різняться по зовнішньому вигляду, становищу, промові, поведінці й цінностями, мають право жити на світі і зберігати свою індивідуальність, не можуть нав’язувати погляди іншим.

Інтолерантність - це неприйняття іншої людини, неготовність співіснування з іншими людьми; інтолерантність проявляється через деструктивну, конфліктну, агресивну поведінку. [6]

Поняття толерантності багатозначне і різноманітне. У кожній культурі є своє визначення толерантності, які в чомусь схожі, проте мають деякі відмінності. Ось кілька визначень толерантності головними мовами світу:

tolerance (анг.) - готовність бути терпимим, поблажливим;

totolerance (анг.) - бути терпимим, дозволяти існування різних думок і їх дискримінації;

tolerance (фр.) - впевненість, що інші можуть думати й діяти у манері, відмінній від нашої власної;

tolerencia (ісп.) - здатність приймати ідеї, або думки, які різняться від власних;

kuanrong (кит.) - приймати інших такими, які вони є, і бути "великодушними" стосовно інших;

tasamul (араб.) - поблажливість, милосердя, всепрощення, вміння приймати інших такими, які вони є, і прощати;

толерантність, толерантність - вміння терпіти (витримувати, виносити, миритися з чимось), приймати/признавати існування когось, примиряти, забезпечувати відповідність до себе стосовно кого-небудь/чого-небудь, бути поблажливим до чогось/когось. [24, с. 14-15]

Як бачимо, кожне з визначень має власну культурну специфіку. Так англійська - поблажливість, китайська - великодушність, російська - вміння терпіти.

У науковій літературі толерантність розглядається, передусім, як повага та визнання рівності, відмова від домінування і насильства, визнання різноманіття людської культури, норм, вірувань і від відомості цього різноманіття єднання або до переважання погляду. Толерантність передбачає готовність узяти інших такими, які вони є, і взаємодіяти із ними з урахуванням згоди. Толерантність має зводитися до індиферентності, конформізму, обмеження. Передусім вона не передбачає взаємність й активну позицію всіх зацікавлених сторін. Толерантність є важливий компонент життєвої позиції зрілої особистості, має свої цінності й інтереси, готової, якщо знадобиться, їх захищати, але водночас із повагою що належить до позицій і цінностей іншим людям.

Відповідно до вищесказаного необхідно конкретизувати якості толерантної особистості. Це необхідно для кращої діагностики і складання тренінгу толерантності. Серед перших узагальнених характеристик толерантній особистості дав Р. Оллпорт. Він виділив такі параметри:

потреба у визначеності (визнає сповнену багатоманітність, готова вислухати будь-яку точку зору, відчуває менший дискомфорт);

менша відданість порядку (толерантна людина менш орієнтована на соціальний порядок, менш педантична);

спроможність до емпатії (схильність давати адекватніші судження людей);

перевага свободи, демократії (має значення ієрархія у суспільстві);

знання себе (толерантна людина володіє інформацією про свої достоїнства і хиби, не схильна в усіх бідах звинувачувати оточуючих);

відповідальність (розвинуте почуття відповідальності, не перекладає відповідальності на інших);

захищеність [24, с. 17-18.].

Щеколдіна також виділяє критерії й економічні показники толерантності людини. До них вона відносить: соціальну активність (готовність до взаємодії у різних соціальних міжетнічних ситуаціях з досягнення поставленої мети і вибудовування конструктивних відносин), мобільність поведінки (спроможність до швидкої зміни стратегії чи тактики з урахуванням створених обставин), дивергентність поведінки (здатність нестандартно вирішувати звичні завдання, орієнтація до пошуку кількох варіантів розв'язання), емпатія (адекватне уявлення у тому, що відбувається в внутрішньому світі людини) і стійкість особистості.

Виділяється кілька рівнів толерантності:

. Цивілізаційний - відсутність насильства в контактах різних культур і цивілізацій;

. Міжнародний - умови співробітництва Києва й мирного співіснування держав незалежно від їхнього розміру, економічного розвитку, етнічної й релігійної приналежності їх населення;

. Етнічний - толерантність до чужого способу життя, чужих звичаїв, традицій, думок і співчуваючим ідеям.

. Соціальний - партнерська взаємодія між різними соціальними групами суспільства;

. Індивідуальний - на повагу до інших особистостей, розуміння того, що існують погляди, які різняться від власних.

Толерантність виконує такі функції: 1) запобігає між-груповим і внутрішньо-груповим конфліктам, що сприяє формуванню та підтриманню стабільності групи; 2) створює імідж стабільної та згуртованої групи, що забезпечує більш продуктивну взаємодію з державними структурами, з соціальними групами і міжнародними організаціями.

Однією з чинників формування толерантності є придбання людиною соціально значущих правил поведінки. Вони створені у ході історичного поступу людини й сприяють її гармонійному і рівномірному прогресу. В усьому світі є певна система цінностей, закріплена більшістю країн на законодавчому рівні. У неї включені такі норми як презумпція прав людини, толерантність до недоліків і помилок інших людей, цінність злагоди і ненасильницького дозволу конфліктів, проходження нормам права, жаль, співпереживання, співчуття, цінність людського життя й відсутності фізичних страждань.

Іншим чинником формування толерантної особистості вважають прагнення людини до самосвідомості, до розширення її кругозору, формування світоглядної позиції. Ці якості зміцнюють уявлення людини про себе. Роблять їх позитивними і адекватними. Сюди ж можна вважати і формування вищого рівня самооцінки в людини. Як справедливо зазначає Щеколдіна: "У розвитку розуміння особистістю навколишньої дійсності, об'єктом глибокого розуміння стає людина, її внутрішній світ. Це призводить інтерес до власного життя, якостям своєї постаті, потреби порівнювати себе з іншими. Толерантність особистості сприяє формуванню уявлення себе і оточуючих [24, с. 57]".

Людина із високим рівнем толерантності має характерний комплекс поведінки, що характеризується зниженою агресивністю. Вона менш конфліктна. Переважає тенденція до продуктивного ведення і вирішення конфліктів. Одночасно людина отримує позитивне ставлення до життя, що підвищує її стресостійкість і загальний життєвий тонус.

Ознакою толерантної особистості також можна вважати вміння виходити з конфліктних ситуацій шляхом переговорів. Вважається, що володіння великим спектром способів вирішення конфліктів призводить до найбільш продуктивної,толерантної взаємодії.

1.2 Особливості політичної толерантності

Розглянемо місце та особливості толерантності в політичній сфері. Оскільки політика це не чисте, а зацікавлене сприйняття на базі принципів упередженості, то й вивчення толерантності як універсального модератора її конфліктної природи, аналіз її чинників, умов, проблем і перспектив у суспільстві виступає одним із важливих завдань політичної науки. Саме для політики як цілепокладаючої діяльності є важливим, що толерантність виступає свідомо обраним, а не випадковим, раціонально обґрунтованим, а не емоційно зумовленим, цільовим, а не спонтанно спрямованим у русло комплементарності принципом між суб’єктних взаємодій. [20, с. 6]

Осмислення у загальному плані феномену політичної толерантності підказує нам, що йтиметься про терпиме ставлення до іншого, у зв’язку з відносинами влади. М. Мацьковський так й визначає її сутність: "Політична толерантність ставлення до діяльності різноманітних партій, висловлювань їх членів і т.д." [18, с. 150]. На думку І. Жадан і Н. Шовкопляс, "політичну толерантність можна визначити як форму соціальної поведінки, яка забезпечує зв’язок і взаємодію різних, відмінних один від одного суб’єктів" [10, с. 453]. Але, зауважимо, що "ставлення" і "зв’язок і взаємодія різних суб’єктів" можна доволі легко здійснювати, спираючись на силу наказу, на авторитет або шляхом залякування.

Існує погляд на політичну толерантність як на засіб, що призупиняє переслідування і долає страхи [7, с. 256], що є протилежністю по відношенню до етноцентризму, націоналізму, специфічних рис авторитарної особистості [23]. Однак й ці визначення недостатньо специфікують саме політичну толерантність поміж інших її типів, приміром, міжетнічної.

В традиційно ліберальній парадигмі трактує політичну толерантність професор університету штату Вісконсін Ендрю Файела: як ідеал позапартійності і безсторонності політичного судді, як термін, що застосовується для опису позиції нейтральності держави до носіїв відмінних групових символів, беззаперечної поваги до приватності, прав людини, відділення церкви і держави.

Наш підхід полягає в тому, що досліджувати політичну толерантність слід, по-перше, в контексті співвідношення категорій всезагального і одиничного, реального, тобто, через співвідношення понять "толерантність" "політична толерантність". Це означає, що її визначати необхідно у зв’язку із ситуацією (що має стосунок до політики) взаємодії різних суб’єктів, які у ставленні один до одного орієнтуються на принципи рівності людської гідності кожного, поваги прав і свобод, дотримання деяких загальних для всіх правил. В рамках реалізації суб’єктом цих принципів у відношенні до іншого здійснюється легітимація інакшості партнера по взаємодії світоглядної, статусної, побутової, іншої, і (головне) політичної, що позначається деяким відчутним впливом на особливостях безпосередньо його діяльності та опосередковано на прикінцевих результатах зусиль інших індивідуальних та інституціональних політичних суб’єктів.

Поняття політичного має безпосередній стосунок до відносин влади, яка втілюється й проявляє себе через ті відносини, в яких (скористаємося словами з назви класичної праці X. Лассвела) вирішується у загальному плані питання: "хто отримує що, коли, як", заради чого, у зв’язку з чим і внаслідок чого плануються, ухвалюються та здійснюються певні рішення. "Хто займається політикою, підкреслював Вебер, той прагне до влади" задля досягнення інших, приміром, економічних цілей, або заради престижу, можливості реалізувати власні амбіції [5].

Влада як реалізація відносин панування і підкорення передбачає боротьбу суб’єктів політики як закономірну і тому цілком очікувану характеристику взаємин між ними, що проявляється в конкуренції ідей, програм, цінностей, в суперництві партій і окремих лідерів.

У політичному протистоянні конфліктологи виділяють два основні шари: верхній, що визначається соціально-економічними і похідними від них політичними параметрами, і нижній цінності та традиції, що свідчать про наявність або відсутність культури злагоди у суспільстві. Цей нижній шар більш за все співвідноситься із власне процедурними факторами і багато в чому визначає орієнтацію на спільні або на однобічні рішення [21, с. 16].

Отож, про політичну толерантність є сенс говорити тоді, коли стає відчутним її брак, через що конкуренція і боротьба між соціальними, політичними суб’єктами щодо розподілу різноманітних ресурсів загрожує суспільній стабільності, коли не спрацьовують необхідні для підтримання мінімального рівня кооперації і солідарності між ними механізми моралі, традицій та культури, коли відсутні або не є ефективними існуючі організаційні та процедурні засади погодження інтересів агентів політичній системи, в тому числі, в діяльності органів державної влади.

По-друге, аналізувати політичну толерантність з огляду на зазначені обставини варто в контексті політичного процесу. Характеризуючи його як складний, в якому беруть участь багато агентів (політиків, груп тиску, державних службовців, громадських діячів тощо), відомий британський вчений М. Хілл наголошує на тому, що будь-яка дискусія з публічного політичного процесу має ґрунтуватися на широкому розгляді природи влади у державі, адже зміни уможливлюються лише завдяки певному владному імпульсу. Отже, в центрі політичної толерантності перебувають ті аспекти у взаємодіях акторів, в яких відображається ставлення до феномену влади власного та опонента, у зв’язку з боротьбою за неї та реакції на втрату її, оцінкою її використання тощо.

Феноменологія політичної толерантності в суспільстві охоплює також реалізовані в поведінці акторів норми та цінності політичної культури, проявляється через особливості змісту впливових політичних ідеологій та пануючий тип політичного дискурсу; фіксується в характері стосунків всередині еліти, між її структурними елементами, між політичними лідерами.

Політична толерантність проявляється в першу чергу в здатності агентів політичної системи, насамперед, держави, артикулювати та втілювати в життя не схожі між собою, суперечливі групові інтереси, уникаючи при цьому деструктивних, руйнівних для всього соціуму наслідків від неминучих конфліктних зіткнень між ними, і орієнтувати способи їх розв’язання виключно у формат всебічного зацікавленого обговорення з наступним домовлянням. Пояснюється це тим, що, як пише Ф. Фішер, політична система зберігає себе у вигляді мережі формальних і неформальних відносин, що можуть бути сформовані і обговорені тільки через мову.

Про політичну толерантність слід говорити у вузькому і в широкому смислі слова. У вузькому вона охоплює якісний бік процесу взаємодій тих суб’єктів, які реалізують їх у зв’язку з функціями самої політики. Все те в управлінні, в поглядах на його сутність та призначення, форми та методи, в практичній діяльності щодо здійснення в суспільстві влади, в організації держави, що припускає плюралізм як їх принцип, забезпечує варіативність і змагальність, діалог з іншим і здатність розв’язувати конфлікти мирним шляхом, і тим самим сприяє поширенню в масовій свідомості консенсусного мислення і культури домовляння, характеризує політичну толерантність.

У широкому смислі політична толерантність/нетерпимість відображає ставлення індивідів один до одного у різних сферах суспільних відносин, якщо особливості їх перебігу та наслідки їх взаємодій набувають політично значимого впливу на життєдіяльність залучених до них груп людей і оцінюються ними самими в контексті взаємин "держава суспільство", "влада громадяни". Будь яка справа у будь-якій суспільній сфері, що зачіпає групові інтереси і що задля запобігання можливих порушень свобод і прав інших потребує симетричного/асиметричного реагування та регулювання з боку інституціоналізованого носія легітимного впливу, набуває політичного значення. Звідси випливає важливий висновок, на який справедливо вказує С. Хей: "політичне слід було б визначити як те, що поширюється цілком на всю сферу соціального... Всі події, процеси та практики, що відбуваються всередині соціальної сфери, потенційно виступають політичними і, відповідно, мають бути предметом політичного аналізу. Тому у сфері управління природжено політичного не більше, аніж у сферах культури, права або внутрішніх справ".

Таким чином, політична толерантність виступає як системна властивість демократичної організації влади, як важлива передумова діяльності її суб’єктів з абсорбції та артикуляції не співпадаючих, конкуруючих між собою партикулярних інтересів у напрямі їх погодження між собою. У підсумку вона вбирає в себе толерантність в інших сферах суспільного життя і, навпаки, акумулюючи нетерпимість, що сформувалась у між класових, міжрелігійних, міжетнічних, інших між групових відносинах, навіть попри бажання політиків, вона виявляється за таких умов практично недосяжною.

Будучи способом активного оперування з багатоманітністю, політична толерантність сприяє легітимації права специфічної групової ідентичності на взаємовигідну співучасть у формуванні та репрезентації соціального порядку, на повноцінну участь у політичному процесі. Альтернативами політичної толерантності як передумови загальнонаціональної згоди є або авторитарний диктат влади, або крихкі разові домовленості, які постійно порушуються через взаємну недовіру і ворожнечу між політичними акторами.

Перспективним напрямом дослідження феномену політичної толерантності є вивчення соціокультурних її засад, ролі громадянського суспільства в її реалізації, впливу правової та політичної культури на її становлення та функціонування у суспільстві.

2. Засоби масової інформації та їх роль

.1 Ефективність ЗМІ в системі соціального формування особистості

ЗМІ - це організаційно-технічні комплекси, які дозволяють здійснювати швидку передачу, масове тиражування великих обсягів словесної, образної та музичної інформації.

Неможливо переоцінити вплив сучасних засобів масової інформації на формування особистості. Адепти нової соціологічної теорії "інформативного суспільства" відводять цим засобам визначальне місце в системі відносин сучасного суспільства, оскільки вони перетворилися на необхідний елемент повсякденного життя людини, стали органічною частиною середовища його проживання. У зв’язку з прогресуючою "технологією життя", початком "комп’ютерного віку" у країнах Заходу не припиняється потік літератури, яка розглядає проблеми виховання молоді в цих умовах. Нові технології, насамперед мікроелектроніка, глибоко впроваджуються у виробництві, все активніше застосовуються у всіх типах навчально-виховних закладів, а також у сферах дозвілля дітей та молоді [14].

Сучасне суспільство як ніколи насичене новітньою мікропроцесорною технікою. Радіо - і телеприймачами користуються у найвіддаленіших куточках нашої планети. Зараз навряд чи знайдеться сім’я, в якій не було б телевізора. Так, за даними французьких спеціалістів, у Франції в кожній сім’ї є телевізор, а у кожній четвертій вже по два телевізори. США в цьому відношенні випередили Францію. Там у кожній п’ятій квартирі нараховується три апарати, а в Японії навіть чотири телевізори вже не рідкість.

У ФРН на початку 80-х років відеомагнітофони мали 25 відсотків всіх сімей, до початку 90-го року, за оцінками спеціалістів, їх кількість зросла на 50 відсотків. Як показало репрезантивне опитування проведене за завданням Міністерства освіти і науки ФРН, ще у 1982 році серед володарів відеомагнітофонів 10 відсотків становили юнаки і підлітки від 14 до 29 років [8, с. 10].

Аналізуючи молоде покоління післявоєнного періоду, деякі західні педагоги, зокрема німецький професор Р. Вінкель (Західний Берлін), називають покоління молодих, що вступило в життя після 70-х років, "покоління електроніки і засобів масової інформації", на відміну від покоління "економічного буму" 50-х - початку 60-х років ("діти споживання"), періоду після 60-х років ("діти кризи"). Жодне з поколінь не відчувало стільки страху, жахів, незгод, скільки довелося відчути сучасному поколінню молоді.

Поява телевізора перетворила, як стверджується, культуру в "емоційне споживання" кадрів, які змінюються на екрані кожні три секунди.

Нині індустрія розваг, на жаль, продовжує спрямовувати засоби масової інформації на формування у молоді соціальної, політичної і духовної адаптації, пасивності, примітивних смаків, інтересів і потреб, зневажливого ставлення до справжньої культури, до історії, сучасних досягнень людської цивілізації.

Серйозно турбує і те, що сучасна молодь більше уваги приділяє "агресивним формам культури", які розповсюджуються зі швидкістю епідемії завдяки поширенню засобів масової інформації. А книга як джерело духовного розвитку відступає на другий план.

Так, в Україні, за даними соціологічних опитувань останніх років, у бюджеті вільного часу молоді книга займає лише п’яте місце, переважають сучасна музика, спілкування, телебачення, заняття за інтересами.

Роль засобів масової інформації у розвитку молодіжної культури переоцінити складно. При обговоренні даної проблеми мову можна вести як про теоретичний аспект проблеми, так і про практичне її втіленні. На теоретичному рівні роль ЗМІ в процесі соціалізації особистості на сьогоднішній день не заперечується жодним дослідником: ЗМІ є одним з агентів соціалізації. І це дуже суперечливий агент: з одного боку, саме ЗМІ "відповідають" за поповнення інформації серед молоді, з іншого - відповідальність за неякісну інформацію несуть теж ЗМІ.

У класичній теорії соціально-політичних процесів ЗМІ сприймаються або як засіб проведення інтересів пануючого суб'єкта, або як об'єкт впливу з боку владних структур, поряд з суспільством. Проте дійсність показує дещо іншу картину. ЗМІ можуть впливати на об'єкти впливу, а значить - виступати в якості самостійного суб'єкта як у політичних і соціальних процесах в цілому, так і в процесі соціалізації особистості.

Безумовно, ЗМІ можуть відіграти роль і об'єкта, і суб'єкта соціально-політичних процесів. У цьому їх специфіка. У процесі розвитку молодіжної культури саме ЗМІ повинні зіграти чільну роль. [12, с. 84]

.2 Вплив засобів масової інформації на формування толерантності у студентів

Як вже нами було зазначено, одним з найбільш впливових інститутів виховання в сучасному суспільстві є засоби масової інформації. Це найбільш доступний, поширений і популярний засіб інформування та розваги. Сьогодні багато дослідників говорять не тільки про величезний, але і визначальний вплив засобів масової інформації на розвиток підлітків, їх поведінку і свідомість. Займаючи лідируюче місце в житті сучасних підлітків, засоби масової інформації стають одним з найважливіших агентів виховання.

Засоби масової інформації (ЗМІ) - технічні засоби (преса, радіо, телебачення), за допомогою яких здійснюється розповсюдження інформації (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм і т. п.) на розосереджені аудиторії.

Засоби масової інформації стали серйозними каналами трансляції нових смислів, образів, моделей поведінки. Про зростаючу роль друку, радіо і телебачення в суспільному житті країни свідчать їхній бурхливий ріст, поширеність і доступність масової інформації. Друковане слово, телевізійне зображення здатні в найкоротші терміни досягти найбільш віддалених районів, проникнути в будь-яку соціальне середовище.

Широкі можливості засобів масової інформації викликають необхідність вивчати механізми їх функціонування і розвитку, ефективність впливу на молодь.

Розглянемо функції, які виконують засоби масової інформації в суспільстві, які його потреби і потреби особистості вони задовольняють. Розгляд цих функцій допоможе в розумінні можливостей їх виховного впливу на психіку людини. Функції ЗМІ можна розділити на три основні групи:

задовольняють потреби людини як індивіда, як особистість;

задовольняють потреби певних соціальних груп і людини як члена групи;

задовольняють потреби суспільства в цілому як цілісної соціальної й відповідно людини як члена суспільства.

У зв’язку з тим, що засоби масової інформації мають публічний і масовий вплив, вони повинні, задовольняючи потреби суспільства в цілому і різних соціальних груп, викликати інтерес і у значних масових аудиторій. [1, с. 78-79]

Іншими словами, для того, щоб реалізувати свої соціальні функції по завоюванню інтересів суспільства в цілому і різних соціальних груп, масова інформація повинна враховувати потреби і психологічні особливості людей. У даний час немає загальноприйнятої класифікації функцій ЗМІ як психологічних і соціально-психологічних. В той же час, вивчаючи підходи різних авторів, можна зробити висновок, що в основному за змістом вони співпадають, хоча є відмінності по кількості, назвах і критеріях їх виділення. Те ж саме можна сказати і відносно потреб та звернення людей до засобів масової комунікації.

На основі даних і їх узагальнення можливо виділити три основні потреби людини, що примушують її звертатися до ЗМІ: потреба в інформаційному зв’язку з навколишнім світом і, відповідно, в постійному оновленні інформації, потреба в розвагах, потреба у відверненні (відході від повсякденних справ і повсякденності навколишнього життя).

При реалізації потреби у відверненні людина може дивитися програми, слухати радіопередачі або читати газети, які не викликають у неї інтересу, а допомагають психологічно ізолюватися від навколишнього оточення.

Задоволення потреби в розвазі допомагає іноді емоційно розрядитися, гасити психоемоційну напруженість (психічні стани негативного характеру), створювати певну психоемоційну "стимуляцію" для подальшої активної повсякденної діяльності за умови, що задоволення даної потреби не стає основною метою і сенсом діяльності людини і, відповідно, основною функцією проведення часу.

Потреба в постійному інформаційному зв’язку і постійному притоці інформації з різних засобів масової інформації необхідна людині для реалізації цілей:

. Орієнтування в сучасній ситуації і соціальному середовищі, а в основному плані - соціалізації в суспільстві (засвоєння індивідом цінностей, установок, зразків поведінки, властивих даному суспільству);

. Розвитку загального кругозору, по суті, замінюючий процес навчання і здобування загальної освіти, що підвищує актуальний рівень особистості в цілому;

. Вирішення повсякденних практичних проблем;

. Підвищення професійного рівня (за рахунок спеціалізованих періодичних видань і інших засобів масової інформації).

Розглянемо, які потреби соціальних груп повинні задовольнятися засобами масової інформації в цивілізованому демократичному суспільстві. Нормування громадянського суспільства і демократичних начал у функціонуванні держави припускає об’єднання громадян на основі усвідомлення і захисту своїх інтересів в різні соціальні суб’єкти суспільно-політичної і соціально-економічної діяльності - професійні союзи, соціально-демографічні і національно-етнічні групи населення, партії, рух, асоціації, об’єднання за інтересами і тому подібне У комплексі вони представляють основний спектр різноманітних інтересів різних верств населення, з урахуванням яких здійснюється їх взаємодія один з одним, з різними соціальними інститутами, суспільством і державою в цілому. [3, с. 26]

Формування і нормальне функціонування у відповідності з цільовим призначенням цих соціальних суб’єктів практично неможливе або дуже утруднене за відсутності доступу до засобів масової інформації. Таким чином, задовольняючи потреби різних соціальних груп, мас-медіа у разі дійсного виконання ними декларованої ролі демократичного інституту, на яку вони претендують в суспільстві як четверта влада, повинні реалізовувати принаймні дві основні соціальні функції.

По-перше, доведення до широких верств населення і суспільства в цілому інтересів і позицій з різних питань різноманітних соціальних суб’єктів. Дану функцію можна умовно позначити як публічно-представницьку або презентаційну.

По-друге, для залучення і об’єднання на основі загальних інтересів однодумців представники різних суспільних груп повинні мати можливість доступу до засобів масової інформації. Таким чином, мас-медіа повинні здійснювати функцію формування, конституювання різних соціальних суб’єктів в суспільстві і сприяти нормальній їх взаємодії. Дану функцію умовно можна позначити як організаційну. Розглянемо, які основні функції повинні реалізовуватися засобами масової інформації в суспільстві для забезпечення нормального функціонування і розвитку в цілому.

Однією з найважливіших таких функцій є забезпечення соціального контролю в суспільстві, який здійснюється за допомогою публічного формування про діяльність різних соціальних суб’єктів, органів влади і управління, економічних структур, найважливіші події, що відбуваються в суспільно-політичній, соціально-економічній і в інших сферах життя суспільства. ЗМІ проводять власні розслідування, публічно інформуючи про їх результати. Не дивлячись на відсутність можливостей адміністративних і економічних засобів впливу, на відміну від державних і господарських органів контролю, контроль засобів масової інформації буває не менш ефективний, оскільки він містить моральну оцінку і спирається на громадську думку, роль якої в демократичній державі достатньо висока, особливо напередодні виборних кампаній. Розглядаючи засоби масової інформації як чинник соціалізації, треба мати на увазі те, що безпосереднім об’єктом дії потоку їх повідомлень є не окремий індивід, а свідомість і поведінка великих груп людей, які складають аудиторію того або іншого конкретного засобу масової інформації читачі однієї газети, слухачі певної радіостанції, глядачі тих або інших телеканалів. Але дві обставини дозволяють вважати, що, принаймні, сьогодні і в найближчому майбутньому ЗМІ є, головним чином, мезофактором соціалізації. А оскільки основну масу населення цікавлять, в першу чергу, події повсякденного життя, остільки цей вибір здійснюється частіше на користь регіональних ЗМІ, і доносять відповідну інформацію. [13]

Сучасна молодь, якій належить жити в епоху нових технологій, - це не споживачі, що роблять вибір серед предметів споживання, але і учасники соціального і культурного співтовариства, в якому формування і цінність структур безпосередньо залежить від ЗМІ. Щоб не створити людини як придаток техніки, необхідно розвивати творчу індивідуальність молодої людини. Тому необхідна чітка позиція з боку уряду як основного контролю над засобами масової інформації і комунікації, так і відносно оптимального використання їх потенціалу для виховання повноцінного молодого покоління, здатного гідно зустріти виклик майбутнього.

"Освіта" сьогодні - це уміння вести активну оборону від потоку засобів масової інформації. "Активну" - тому, що від потоку потрібно не відгороджуватися, а сміло черпати з нього, фільтрувати і брати, по можливості, все, що в нім знайдеться хай і не "вічного", але хоч би "розумного, доброго", або, в гіршому разі, корисного. Іншими словами, зробити так, щоб в результаті цієї освіти людина могла із знанням справи користуватися ЗМІ, що оточують її, а не навпаки. У США протягом 10 років (починаючи з 1986 р.) велося організоване Фондом Карнегі велике дослідження підлітків у віці з 10 до 14 років. Доповідь, опублікована в жовтні 1995 р. вражає у багатьох відношеннях, зокрема нас цікавить один висновок: "Телебачення не використовує своїх можливостей у вихованні і дає їжу найбільш негативним моделям соціальної поведінки... Пасивне споглядання реклами може обмежити критичне мислення підлітків і стимулювати агресивну поведінку".

Особливо вигідним товаром виявляються для ТБ саме образи, заборонені для споглядання культурними заборонами. Перелік таких образів весь час розширюється, і вони стають все більш руйнівними. Проста порнографія і насильство вже приїлися, пошуком табу, що залишилися в культурі, і художніх образів, які б їх порушували, зайнята величезна маса талановитих людей.

Особливості сучасного етапу розвитку українського суспільства характеризуються переходом від звичайної пропаганди, суб’єктом якої стають ЗМІ, до відвертого інформаційного терору. На споживача, особливо глядача телевізійної інформації обрушився потік повідомлень різнобічного характеру, систематично далекий від об’єктивності. За умов відсутності виваженої, об’єктивної інформації зробити свідому оцінку отриманої інформації не завжди можливо. Досить активний користувач масової інформації - молодь. Телебачення привертає увагу молодих людей своїми терапевтичною, рекреативною, розважальною, естетичною, пізнавальною, інформаційною, комунікативною функціями. Перегляд телевізійних програм стає для них своєрідною звичкою. Молоді люди, які пережили перше телевізійне десятиріччя, природно всмоктали в себе невтримну пристрасть до глибокого втягування, яке змушує всі віддалені цілі звичайної культури здаватися не тільки нереальними, а й безжиттєвими. Однак сьогодні значна частина молоді не готова до повноцінного життя в інформаційному суспільстві, їй не вистачає відповідних знань та умінь у галузі медіа. Просто споживати інформацію вже не достатньо, треба вміти "читати між рядками".

Студентський вік є визначальним у процесі становлення людини як громадянина. Студент - від латинського - той, хто вивчає. Недарма в Давньому Римі та в середні віки студентами називали будь-кого, хто зайнятий процесом пізнання. Але саме в період навчання у вищому навчальному закладі у сучасної молодої людини формуються соціальні властивості, моральні принципи, громадські інтереси, політичні уподобання. Нині суспільство дає навчальним закладам якісно нове соціальне замовлення - створити всі передумови для розвитку вільної, творчої, готової до саморозвитку, самовиховання особистості, яка була б здатна захищати і відстоювати власні позиції, керуючись загальнолюдськими принципами і нормами, взятими на озброєння усім цивілізованим світом. Система вищої освіти - своєрідний ланцюг, який поєднує соціальну структуру суспільства і його потреби у спеціалістах з інтересами та потребами молоді, яка обирає життєвий шлях. Соціалізуючись і засвоюючи інтелектуальний багаж людства, студент фактично готується до процесу відтворення засвоєних знань, норм, цінностей на наступних етапах життєвого розвитку. Під час навчання у ВНЗ відбувається інтенсивне політичне формування особистості. Це пов’язано між іншим і з тим, що студент перебуває в сприятливому інтелектуальному та культурному середовищі, яке формує його життєві принципи, громадянські ідеали та професійні вміння та навички. З іншого боку, саме в студентський вік особистість формується фізіологічно, психологічно, соціально. [2, с. 110-111]

Переважна більшість дослідників студентського віку визначає студентство як певну соціальну групу. Мобільна соціальна група, метою існування якої є організована за певною програмою підготовка до виконання високих професійних і соціальних ролей у матеріальному й духовному виробництві. Студентство - особлива соціальна група, яка формується з різних соціальних верств суспільства й характеризується особливими умовами життя і побуту, особливою суспільною поведінкою й психологією, для якої набуття знань і підготовка до майбутньої роботи в суспільному виробництві, науці й культурі є головним і в основному єдиним заняттям. [25, с. 472]

Отже, студентство виконує в суспільстві певну соціальну роль. По-перше, це навчально-професійна діяльність та опанування майбутньої професії. По-друге, активна участь у справах всього суспільства, особливо під час соціально-політичних перетворень. Практично завжди студентство виступало як організована політична сила, здатна не тільки ставити, але й розв’язувати масштабні політичні завдання. По-третє, це збереження духовних традицій суспільства та формування його інтелігенції. У більшості сучасних країн студентство являє собою відкриту соціальну групу, яка формується за рахунок кращих представників різних верств суспільства. При цьому студентство перманентно мінливе за своїм персональним, соціальним, статевим складом і цілком змінюється за п’ятирічний цикл. За цей період з різноманітного в соціальному плані конгломерату першокурсників формується єдиний за своїми професійно-світоглядними характеристиками новий соціальний прошарок - інтелігенція.

Студентству, як специфічній соціальній групі, властиві такі риси як відносна автономність, підвищена суспільно-політична активність, наявність власної субкультури, революційність мислення, недостатність поваги до чужих поглядів.

При всій сталості принципових рис студентство як соціальна група в незалежній Україні набуло певних принципових перетворень. В поведінці сучасних студентів все менше романтизму і все більше практицизму. Вони більше відкриті світу і загальним світовим тенденціям. Сучасний український студент - це переважно самостійна людина, дуже добре озброєна знаннями сучасних інформаційних технологій. Чимало дослідників студентства та й звичайних сучасників закидають студентській молоді низьку культуру та запити, які орієнтовані на дозвіллєву галузь.

Підсумовуючи вище сказане, можемо зробити висновок, сьогодні телебачення є одним з головних сфер впливу на поведінку та свідомість молодої людини. Ефект присутності, властивий телебаченню, здатний увести молоду людину від реального та об’єктивного світосприйняття. Це особливо небезпечно саме в студентському віці, коли молода людина формується як громадянин, як активний член суспільства.

3. Емпіричне дослідження особливостей впливу ЗМІ на формування толерантності у студентів

.1 Методика і процедура дослідження

Існують різні тести на визначення толерантності. Навіщо ж їх використовувати? По-перше, вони можуть допомогти нам визначити рівень толерантності в групі з якою ми працюємо - це дуже корисно, наприклад, при підготовці уроків толерантності, оскільки дозволяє формувати тему і наповнення уроку в залежності від того наскільки толерантні його учасники. По-друге, тести в легкій формі дають уявлення про його особистому рівні толерантності тестованого, і звернути його увагу на низький рівень толерантності.

Об'єктом нашого дослідження є вплив засобів масової інформації на молоде покоління, а саме на формування політичної толерантності у студентської молоді.

Предметом дослідження є:

 частота отримання інформації за допомогою ЗМІ;

 причини недовіри до інформації, представленої в ЗМІ;

 бажання або небажання погоджуватися з точкою зору ЗМІ;

 ступінь задоволення якістю інформації, представленої в ЗМІ;

 перевагу тих чи інших засобів масової інформації;

 оцінка тенденцій розвитку ЗМІ;

 оцінка якості різних видів ЗМІ.

Мета дослідження: виявити ступінь впливу засобів масової інформації на сучасне покоління молодих людей.

Завдання дослідження:

 виявити частоту звернення до тих чи інших засобів масової інформації молодими людьми;

 визначити ступінь довіри до сучасних ЗМІ серед молоді;

 виявити задоволеність або незадоволеність одержуваної інформацією;

 проаналізувати переваги вибору того чи іншого виду ЗМІ;

 оцінити ступінь популярності ЗМІ серед молодих людей;

 зробити висновки про міру впливу засобів масової інформації на молодь.

Засоби масової інформації - це організаційно-технічний комплекс, що забезпечує швидку передачу і масове тиражування словесної, образної та музичної інформації.

Молодь - соціально-демографічна група суспільства, що виділяється на основі сукупності характеристик, особливостей соціального стану та обумовлених тими чи іншими соціально-психологічними властивостями, які визначаються рівнем соціально-економічного, культурного розвитку, особливостями соціалізації в російському суспільстві.

Позитивні та негативні фактори, що впливають на ефективність впливу ЗМІ на молоде покоління:

позитивні:

 можливість і бажання зайнятися самоосвітою і підняти свій культурний рівень;

 наявність вільного часу;

 доступність і загальність охоплення засобів масової інформації;

 відбуваються в світі події особливої важливості;

 пропаганда ЗМІ.

негативні:

 зниження культурного рівня молоді;

 незацікавленість у самоосвіті;

 прагнення до активного проведення часу;

 відсутність доступу до каналів ЗМІ.

Гіпотези дослідження:

 молоде покоління сучасності не проявляє інтересу до засобів масової інформації;

 переважна частина молоді віддає перевагу інтернет телебаченню, радіо і пресі;

 інформація представлена в ЗМІ, не викликає у молодих людей довіри.

База дослідження (Вибірка) - імовірнісна, створювалася методом випадкового відбору населення у віці 18 років до 25 років, переважно студентів м. Луцька. У дослідженні брало участь 30 чоловік.

Методом збору інформації є анкетне опитування.

Характеристика інструментарію:

 анкетний лист (30 примірників);

 пояснення по анкетному листу;

 програма обробки даних (Microsoft Excel, Microsoft Word).

Анкета складається з 18 питань, з них 15 закритих питань (2 запитання типу "так - ні", 1 альтернативний питання, 1 питання-шкалу), 1 відкрите питання, 3 напівзакритих питань. Можна також виділити 1 питання-пастку, 1 питання-фільтр, 1 питання-глушник.

Анкета розбита на 4 смислових блоків:

) перевагу того чи іншого виду ЗМІ;

) довіра до інформації, представленої в ЗМІ;

) виявлення цілей використання ЗМІ;

) паспортичка.

.2 Аналіз результатів дослідження

У сучасному українському суспільстві стан масової свідомості визначається не тільки погіршенням об'єктивних умов життя, але і залежить від чинників на нього деструктивного інформаційно-психологічного впливу, під впливом якого у людей втрачається об'єктивний погляд на події та факти, знижується здатність відрізнити істину від брехні, розвиваються психічні аномалії, що негативним чином впливає на власне життя людей і на їх соціальну роль у суспільстві. Найбільше прояв ці процеси знаходять у молоді. Формування цієї групи йшло в умовах, коли окреслилася різка поляризація різних верств суспільства не тільки за рівнем життя, а й за поглядами на життя, по типу політичних та ідеологічних орієнтації, відношенню до цілей і змісту власного життя. Багато дослідників проблем молоді відкрито визнають, що відбулися значні деформації свідомості молоді. Вони виявилися в "крах ідеалів", негативному ставленні до історії та традицій українського суспільства, зростанні соціального нігілізму, прагненні до "незалежності" від суспільства, зрозумілої як вседозволеність. Тому сьогодні нагальною необхідністю є вивчення свідомості молоді як великої соціальної групи. Було проведено дослідження групи молодих людей у віці від 18 до 25 років (з них 19 осіб жіночої статі і 11 - чоловічої) з метою виявити їх ставлення до засобів масової інформації та ступінь впливу ЗМІ на їх свідомість та формування політичної толерантності. Перед основним опитуванням, для того, щоб проаналізувати вплив засобів масової інформації на студентів, необхідно дізнатись, яке місце посідає перегляд телепрограм у структурі їх загального вільного часу. З цією метою до основної анкети, яку ми запропонували опитуваним, було поставлено запитання: "Чим ти зазвичай займаєшся у вільний час?". Проаналізувавши отримані відповіді, ми дійшли таких висновків: більшість молоді (36% від загальної кількості опитаних) зазвичай витрачають вільний час на перегляд телевізора; на другому місці серед уподобань студентської молоді - спілкування з друзями (25 % від загальної кількості опитаних); на третьому місці - "спілкування" з комп’ютером (20%); 7% студентів займаються у вільний час спортом, 6% - читають книги; 4% мають інші захоплення: грають на гітарі, пишуть оповідання та ін.; гуртки, організації відвідує лише 2% опитаних.

Отримані результати ми узагальнили у порівняльній таблиці.

Таблиця 1 Форми проведення вільного часу студентів (у %)

|  |  |
| --- | --- |
| Форми вільного часу | м. Луцьк |
| 1. Перегляд телевізора | 36 |
| 2. Спілкування з друзями | 25 |
| 3. За комп’ютером | 20 |
| 4. Заняття спортом | 7 |
| 5. Читання книжок | 6 |
| 6. Відвідування гуртків, організацій | 2 |
| 7. Інші захоплення | 4 |

Результати дослідження поданої нами анкети наступні.

Велика частина сучасних молодих людей віддають перевагу інтернет іншим засобам масової інформації (38%), на другому місці йде телебачення (32%), решта ЗМІ слідують з великим відривом. 14 осіб з 30 опитаних приділяють перегляду засобів масової інформації кілька днів на тиждень, 8 - щодня, 3 - кілька разів на місяць. Це не надто великий показник, але все-таки можна сказати, що більша частина молодих людей цікавляться інформацією, представленою в ЗМІ. Проте варто зауважити, що 68% опитаних не довіряють інформації, отриманій в ЗМІ. Серед причин такої недовіри найбільше відповідей про те, що ЗМІ надають неправдиву інформацію (8 осіб), ЗМІ необ'єктивні (5 осіб), і тільки 3 людини взагалі не довіряють ні чиїй думці, крім своєї. Незважаючи на це, 8 респондентів у половині випадків погоджуються з думкою, висловленою в ЗМІ.

На питання про те, хто повинен контролювати інформацію, представлену в ЗМІ 40% опитаних заявили, що це має робити народ і 32% - уряд. Це показує, що незважаючи ні на що молоді люди вважають уряд країни достатньо компетентним і зацікавленим в молодіжній культурі й політиці.

Не стало відкриттям, що більшість респондентів (13 осіб) користуються інформацією, отриманою з ЗМІ, для розваги, трохи менше (9) - для навчання і 6 - для роботи. Лише 2 людини назвали метою користування просвітництво, самоосвіту не вибрав ніхто. Це ще раз підтверджує переважання розважальної функції ЗМІ над іншими, принаймні з точки зору молоді.

Цікаві відповіді про те, якій сфері людської діяльності повинна приділятися більше уваги в сучасних ЗМІ. Найбільше відповідей довелося на соціальну, культурну і виховну сфери (12, 6 і 4 респондентів відповідно). Це показує, що молоді люди, незважаючи на низький інтерес до даних сфер діяльності, розуміють, що саме цього не дістає сучасним ЗМІ, щоб зацікавити і залучити молодь. 76% опитаних вважають, що в майбутньому інтернет стане найбільш популярним і затребуваним ЗМІ.

У висновку варто сказати, що більша частина респондентів (70%) задоволена інформацією, що надходить із ЗМІ. Були дані деякі характеристики преси, ТБ, радіо та інтернету з проханням оцінити їх за п'ятибальною шкалою. У категорії "новизна представленої інформації" безумовним лідером є ТБ (30 відповідей), найменше голосів було віддано пресі. По повноті охоплення подій лідирують преса і ТБ (24 і 22 особи відповідно), найменше - радіо (9). Най об’єктивнішою зі ЗМІ респонденти порахували пресу, самим найменш об'єктивним - інтернет. Точно такі ж відповіді розподілилися і по категорії "доступність". Інтернет визнали найбільш глобальним зі ЗМІ. Він же випереджає всіх по динамічності свого розвитку.

Таким чином, в ході даної роботи були поставлені завдання та проаналізовано результати дослідження. Вони показали, що всі три гіпотези повністю підтвердилися. ЗМІ не привертають уваги сучасного покоління молодих людей, за винятком хіба що тільки розважальної сторони. Молодь не відчуває до інформації, отриманої з ЗМІ особливої довіри; навіть такі процеси як "массовізація" і "стереотипізація" проносяться її через призму своїх оцінок і суджень молодих людей. І нарешті, молоде покоління є активними користувачами інтернету і майбутнє ЗМІ бачить саме за ним.

Висновки

За підсумками проведеного дослідження розвинена соціально-філософська концепція масової свідомості. У роботі розглянуто та проаналізовано основні визначення, пов’язані з поняттям толерантності, засобів масової інформації, встановлені характеристики взаємодії ЗМІ та сучасного покоління молодих людей. У роботі також розкрито специфіку процесу політичної соціалізації молоді в умовах що відбуваються сьогодні, в умовах глобальних змін, виявлено особливості її впливу на процес формування масової та індивідуальної толерантності, свідомості.

Виявлено основні "механізми" впливу на сучасні суспільні процеси комунікативних та інформаційних систем, які значною мірою формують і надають певну спрямованість свідомості людей. Однією з особливостей подібного роду дій слід вважати обмежену можливість отримання через відповідні засоби масової інформації знань про дійсні події і достовірних фактах. Рівень передач швидше визначається штучно сформованими "запитами" масового глядача, ніж завданням підвищити його духовний розвиток. Засоби масової інформації не викликають у молодих людей ні особливого інтересу, ні довіри.

Дослідження впливу ЗМІ на молодь показало, що в поведінці молодих людей все більше проявляються елементи ірраціональності. У значної частини молодих людей спостерігаються ознаки наростаючої маргіналізації особистості, відсутність стійких інтересів, ідеалів, переконань, ціннісних орієнтацій, знижена відповідальність за свої вчинки, здатність до свідомого вибору.

Зміни, що відбулися в реальному положенні і свідомості молоді, вимагають переорієнтації всієї системи її навчання і виховання, розробки нової моделі соціалізації особистості. Ця модель повинна враховувати як об'єктивні потреби розвитку суспільства в нової особистості "універсалістського" типу, так і суб'єктивні можливості самої особистості.

Усунення недоліків і протиріч у процесі формування свідомості молоді вимагає розробки державної молодіжної політики, а також контролю засобів масової інформації, часто негативно впливають на свідомостей молоді, та тісної співпраці ЗМІ та держави в питаннях молодіжної культури, освіти та духовного виховання.

Вміщені в роботі положення та висновки розширюють проблемне поле досліджень молоді як особливої великої соціальної групи. Вони можуть бути використані в процесі викладання соціальної філософії, соціології, соціальної психології та інших дисциплін.

Сформульовані в роботі теоретичні положення з проблеми можуть скласти основу подальших досліджень, спрямованих на більш глибокий аналіз причин ситуації, що виникла у взаємозв'язку "молодь - засоби масової інформації".

Список використаних джерел

1. Абакумова И. В., Ермаков П. Н. О становлений толерантной личности в поликультурном образовании / И. В. Абакумов, П. Н. Ермаков // Вопросы психологии. - 2003. - № 3. - С. 78-82.

. Бал Г. О. Про співвідношення принциповості й толерантності / Г. О. Бал / Педагогіка толерантності. - 1997. - № 1-2. - С. 110-111.

. Безлюлева Г. В. Нужна ли нам толерантность? / Г. В. Безлюлева, Г. М. Шаламова // Профессиональное образование. - 2003. - № 8. - С. 26.

. Бутковский В. Эффективность СМИ в системе образования взрослых // Школа. - 2004. - № 1. - С. 2 - 6.

. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

. Декларація принципів толерантності // Вік толерантності: науково-публіцистичний вісник. - М.: Вид-во МДУ, 2001 р.

. Демократия: конфликтность и толерантность / Под ред. B.C. Рахманина. Воронеж: Воронежский госуниверситет, 2002. - 402 с.

. Допира А.И. Воздействие экранного насилия на подрастающее поколение: история социально-психологических последствий // Практична психологія та соціальна робота. - 2000. - № 8. - С. 10 - 14.

. Дорожкин, Ю.Н. Студенческая молодежь современной России: социальный статус, жизненные ориентации, взгляд в будущее: / Ю.Н. Дорожкин, Э.С. Гареев, Т.А. Зайцева. - Уфа: Лива, 2005. - 215 с.

. Жадан І., Шовкопляс Н. Толерантність в системі ставлень суб’єкта політичної активності// Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні/ за ред. С.Д. Максименка, В.Т. Циби, Ю.Ж. Шайгородського та ін. K.: Український центр політичного менеджменту, 2003, с. 453

. Запесоцкий, А.И. Молодежь в современном мире. Проблемы индивидуализации и социально - культурной интеграции: / А.И. Запесоцкий. - М: Дело, 2003. - 184 с.

. Карпухин, О.И. Молодежь России: особенности социализации и самоопределения: / О.И. Карпухин. - Социс. - 2003. - № 3

. Клепцова Е. Ю. Психология и педагогика толерантности / Е. Ю. Клепцова. - М. : Академический Проект, 2004. - 176 с.

. Коваль Л.Г., Звєрєва І.Д., Хлєбнік С.Р. Соціальна педагогіка / Соціальна робота: Навч. посібник. - К.: ІЗМН, 1997. - 392 с.

. Лисовский, В.Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: / В.Т. Лисовский. - Спб: Нева, 2006. - 224 с.

. Лозовский, Б.Н. Журналистское воздействие на молодежь: / Б.Н. Лозовский. - Свердловск: Развитие, 2003. - 198 с.

. Любивый, Я.В. Современное массовое сознание: динамика и тенденции развития: / Я.В. Любивый -Киев: Наукова думка, 2003. - 243 с.

. Мацковский М.М. Толерантность как объект социологического исследования/ М.М. Мацковский // Межкультурный диалог: исследования и практика; под ред. Г.У Солдатовой, Т.Ю. Прокофьевой, TA. Лютой. М.: Центр СМИ МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004, с. 150

. Основы теории коммуникации: / под ред. М.А. Василика. - М: Гардарики, 2003. - 384 с.

. Панарин А.С. Философия политики. Уч. пос. для политолог, ф-тов и гуман. вузов. М.: Новая школа , 1996. 424 с.

. Политическая конфликтология: Учебное пособие / Под ред. С. Ланцова. -СПб.: Питер, 2008. 319 с.

. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. - М.: Прайм-ЕВРО-ЗНАК, 2001. - 448 с.

. Шестопал Е.Б. Проблемы изучения политической нетерпимости // Межкультурный диалог: исследования и практика; под ред. Г.У. Солдатовой, Т.Ю. Прокофьевой, TA. Лютой. М.: Центр СМИ МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004

. Щеколдіна З. Д. Тренінг толерантності. - М.: "Ось-89", 2004 р.

. Якименко С.І. Можливості впливу телевізійних ЗМІ на формування толерантності студентів вищих навчальних закладів // Педагогічний дискурс, випуск 14, Миколаїв - 2013

Додаток А



Додаток Б

Шановні відповідачі!

Дана анкета складена студенткою з метою написання курсової роботи по темі "ВПЛИВ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ У СТУДЕНТІВ".

Дана анкета анонімна і її дані не будуть використовуватися ні в яких інших цілях, крім аналізу дослідження. Для заповнення анкети вам необхідно ручкою обвести в гурток підходящий варіант відповіді (якщо зазначено, кілька).

Заздалегідь дякую, що знайшли час заповнити анкету!

. Якому із засобів масової інформації Ви віддаєте перевагу?

.1. телебачення 1.2. радіо 1.3. Преса 1.4. Інтернет 1.5. ніяке

. Як часто Ви користуєтеся засобами масової інформації?

.1. щодня 2.2. Декілька разів на тиждень 2.3. Декілька разів на місяць 2.4. Час від часу 2.5. вкрай рідко 2.6. Взагалі цього не роблю

. Чи довіряєте Ви інформації, представленої в ЗМІ?

.1. Так 3.2. Ні

Якщо 3.1., То переходьте до ст. 5

. Якщо "ні", то назвіть причину подібного недовіри?

.1. Необ'єктивність та подання інформації в спотвореному вигляді

.2. Інформація представлена в інтересах уряду, а не народу

.3. Надання неправдивої інформації з метою привернути уваги глядачів / слухачів / читачів

.4. Я взагалі схильний (на) довіряти тільки власній думці

.5. інше \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

. Чи часто Ви погоджуєтеся з думкою, висловленою в ЗМІ?

.1. дуже часто 5.2. Не часто, але погоджуюся

.3. Іноді погоджуюся, іноді ні 5.4. вкрай рідко

. Чи вважаєте Ви правильним, що засоби масової інформації іноді "нав'язують" людям свою точку зору?

.1. Так, іноді це необхідно

.2. Ні, у кожного має бути своя власна думка

.3. Все залежить від ситуації

. Чи повинен, на Вашу думку, хто-небудь контролювати інформацію, представлену ЗМІ?

.1. Має контролювати уряд

.2. Має контролювати особливе міністерство

.3. Повинен контролювати народ

.4. Не повинен контролювати ніхто

. Чи задоволені Ви якістю інформації, почерпнутої з ЗМІ?

.1. Так 8.2. немає 8.3. Не знаю

. У більшості випадків Ви користуєтеся інформацією, отриманою з ЗМІ, для ...

.1. роботи 9.2. навчання 9.3. Просвітництва 9.4. самоосвіти

.5. Розваги 9.6. спілкування 9.6. інше

. Як, по-вашому, засоби масової інформації впливають на життя людей?

.1. Допомагають орієнтуватися в морі інформації

.2. Дозволяють дізнаватися про відбуваються в світі

.3. Дають можливість всім людям брати участь у житті держави

.4. Забезпечують взаємодію різних груп суспільства

.5. Допомагають упорядкувати і проаналізувати відбуваються в світі події

.6. Служать тільки для розваги

.7. Надають можливість рекламування товарів і послуг

.6. Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

. Який сфері діяльності людини, на Ваш погляд, ЗМІ повинні приділяти найбільшу увагу?

.1. політичної 11.2. економічної 11.3. соціальної 11.4. культурної

.5. Духовної / релігійної 11.6. Виховної / освітньої 11.8. Сфері міжнародних відносин 11.9. сімейної

. Як Ви вважаєте, яке з засобів масової інформації буде найбільш популярно в майбутньому?

.1. телебачення 12.2. радіо 12.3. Преса 12.4. Інтернет

.5. Жодне з існуючих, тому винайдуть щось нове

. Чи можете Ви припустити, які тенденції розвитку ЗМІ очікують людство через кілька десятків років?

. Оцініть якість характеристик різних видів ЗМІ.

(оцініть за п'ятибальною шкалою, де 1 - не має ніякого значення, 2 - майже не важливо, 3 - важливо, але не дуже, 4 - дуже важливо, 5 - найважливіше)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Новизна представленої інформації | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Повнота охоплення подій | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Об'єктивність | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Доступність | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Глобальність | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Динамічність розвитку | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

15. З декількох суджень виберіть те, яке Вам ближче.

.1. "Навіть якщо мені це не потрібно, я дивлюся новини з метою дізнатися що відбуваються в світі"

.2. "Телевізор або радіо включені в квартирі завжди, але я звертаю на них увагу, тільки якщо відбувається щось цікаве"

.3. "Якщо мені зовсім нічим більше зайнятися, я можу подивитися телевізор або почитати газету"

КІЛЬКА ЗАПИТАНЬ ПРО ВАС

. Ваша стать: 16.1. М 16.2. Ж

. Рід занять: 17.1. вчуся 17.2. працюю 17.3. Працюю і вчуся 17.4. Чи не вчуся і не працюю

. Ваш рівень доходу: 18.1. Грошей ніколи не вистачає 18.2. Вистачає тільки на найнеобхідніше 18.3. Грошей вистачає майже завжди 18.4. Ні в чому себе не обмежую