

19. Послание митрополита Климента к смоленскому пресвитеру Фоме: Неизданный памятник литературы XII века. Сообщение Хр. Лопарёва. – Спб.: Типография Имп. акад. наук, 1892. – 36 с.

20. Рогович М.Ю. Київська Русь і антична культура // Філософська думка. – 1980. – № 1. – С. 97-107.

21. Слово про закон і благодать // Історія філософії України. Хрестоматія: Навчальний посібник / Упорядники М.Ф. Тарасенко, М.Ю. Русин, А.К. Бичко та ін. – К: Либідь, 1993. – С. 7-28.

22. Тарасенко М.Ф. Русин М.Ю. Бичко І.В. та ін. Історія філософії України: Підручник. – К.: Либідь, 1994. – 416 с.

23. Тисяча років української суспільно-політичної думки: У 9-ти т. Х–ХVст. / Передм. О. Сліпушко, В. Яременко; упор. прим. О. Сліпушко. – К.: Дніпро, 2001. – Т. 1. – 632 с.

24. Флиер А.Я. Форма культурная // Культурология. XX век. Словарь. – Спб.: Университетская книга, 1997. – С. 499-502.

25. Хамітов Н.В. Гармаш Л.Н. Крилова С.А. Історія філософії. Проблема людини та її меж: Навчальний посібник / За ред. Н.В. Хамітова. – К: Наукова думка, 2000. – 272 с.

26. Элиаде М. Аспекты мифа. – М.: ТОО «Инвест-ППП», 1995. – 239 с.

#### *Аннотация*

*В статье рассмотрена идея морального прогресса в педагогической системе Климента Смолятича, происходящего в результате утверждения в общественной жизни христианского гуманизма.*

**Борисов В.В.**

***Краматорський економіко-гуманітарний інститут***

## **РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ, ЯКІ МАЮТЬ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОСВІДОМОСТІ**

Формування національної самосвідомості здійснюється не у вакуумі. Важливу роль у цьому процесі грає не тільки минулий досвід індивіда, етноса чи нації, але вся система соціальних інститутів, у якій кристалізована сукупність різноманітних соціальних зв'язків. До таких інститутів потрібно віднести: родину, школу, засоби масової інформації, церкву, різні державні установи. Кожний з цих інститутів може робити суперечливий за своїм

спрямуванням вплив на те, як у людини формується національна самосвідомість. Тому необхідний докладний аналіз ролі кожного з інститутів.

У розробленій *У. Бронфенбреннером* моделі соціальних впливів на процес соціалізації виділені три рівні: мікрорівень, до якого відноситься родина, шкільний клас, група однолітків; своєрідний проміжний рівень, що представлений не тими групами, куди безпосередньо включена дитина, але тими дорослими, за посередництва яких цей вплив виявляється (наприклад, це може бути організація, де працює один з батьків: вона впливає не безпосередньо, а через систему емоційних оцінок цієї організації батьками); нарешті, макросоціальні структури, до яких відносяться закони, національна політика, норми і цінності суспільства, а також традиції і звичаї.

Елементи національної самосвідомості розвиваються в людини протягом усього її життя, і особливе значення мають у цьому процесі ранні стадії соціалізації індивіда, що найчастіше здійснюються саме в родині. Тому тут можна розглянути перший етап суб'єктивного осмислення людиною всього, що відбувається навколо неї і свого місця в навколишньому світі. На думку *П. Бергера* і *Т. Лукмана*, на ранніх стадіях соціалізації біографія людини починає «наповнятися змістом» [6, С. 152], відбувається процес послідовної *легитимізації* дитини у світі, коли виникає знання соціальних ролей, їхнього пояснення, правил дії в кожній з них. Можна виділити чотири основних рівні, на яких здійснюється ця легитимізація: перший саме приходиться на родину, коли дитині уперше відкривається істина — «так вже влаштовані речі». Частково тут же може бути присутній і другий рівень — осмислення існуючого порядку речей через прислів'я, казки, фольклор. Третій рівень також починається в родині, коли хтось значимий поступово, цілеспрямовано підносить деякі істини. Першими агентами тут виступають батьки, хоча пізніше, на наступних етапах соціалізації, це будуть учителя, колеги, засоби масової інформації й ін. Нарешті, четвертий рівень, коли легитимізація здійснюється всім соціумом, «символічним універсумом» [4; 6, С. 154]. Коли людина долає всі ці рівні, вона засвоює всю область значень, що циркулюють у суспільстві, тобто для неї «усе розставляється по місцях».

У цій моделі, як і в багатьох інших підходах, велика роль надається родині, принаймні на ранніх етапах соціалізації. Аналіз ролі соціальних інститутів у формуванні національної самосвідомості доцільно почати саме з характеристики ролі родини.

Оскільки елементи національної самосвідомості зазнають змін протягом усього життя людини, особливе значення мають у цьому процесі ранні стадії соціалізації індивіда. Тут уперше для дитини світ, який її оточує, з'являється для неї в «відфільтрованому» вигляді, оскільки перші «значимі інші» (у даному випадку — батьки) відбирають певну інформацію, що оповіщає про те, що відбувається навколо. Вибору «значимих інших» на цьому етапі немає [1, 5], тому перший варіант образу навколишнього світу носить у певному розумінні примусовий характер. Дуже важливо, що цей перший образ світу здобуває відразу і певного емоційного забарвлення: об'єктивна реальність «переводиться» батьками дитини в суб'єктивну, хоча і за допомогою мови, але разом з тим і як деяке емоційне тло, що багато в чому задає в майбутньому загальну тональність світовідчуження.

У сфері **діяльності** родина — перший осередок, де дитина опановує **початковими формами взаємодії**. Вона взаємодіє з батьками, іншими дітьми, самим старшим поколінням, якщо воно є. Усі ці взаємодії складаються в рамках однієї групи: так чи інакше, дитина вперше усвідомлює, що він належить до тієї ж самої групи, що і навколишні його люди. Родина виступає як перша група *приналежності*. Саме через цю групу у свідомості дитини закладаються перші уявлення про себе, як представника певної спільноти, що має свої особливі риси.

Інший аспект — сприйняття дитиною в родині **перших норм і цінностей**. З одного боку, родина транслює норми і національні цінності, з іншого боку — подає свої власні, сімейні норми і цінності, які можуть мати етнічне підґрунтя. Ці два види норм можуть знаходитися один з одним у згоді, але можуть і суперечити один одному, навіть вступати в конфлікт. Якщо нормальним для спільноти є осуд юдофобії, а в родині дитина з перших днів життя чує, що жиди погані, то це типовий приклад конфлікту національної і етнічної норми. Від того, як будуть складатися відносини між цими двома типами норм, залежить стиль поведінки, що складається, чи — ширше — стиль життя. Таким чином, уперше перед дитиною з'являються різні можливі способи сполучення пізнання і поведінки (дії). Частина стереотипів формується на підставі засвоєння деяких політичних понять і уявлень, що проникають у свідомість дитини через погляди дорослих членів родини.

У сфері **міжетнічного спілкування** родина також дає перші навички. Їхній характер багато в чому залежить від того, які зразки спілкування демонструють самі дорослі. Зокрема, у родині акцентується така

характеристика спілкування, як його орієнтованість. Сама концепція виховання, «імпліцитна теорія виховання», яка свідомо чи несвідомо реалізується батьками, може сприяти або шкодити формуванню високого рівня національної самосвідомості. У родині формуються конкретні форми і способи спілкування з представниками інших етнічних груп та націй. Це чітко виявляється, наприклад, у використанні деяких невербальних засобів спілкування. В одному з досліджень описуються вчителя, що приїхали в З'єднані Штати Америки, з Кавказу, що дали негативну оцінку учням індійського походження за те, що ті не дивилися в очі дорослим під час бесіди. Насправді ж це не означало приписаної дітям-індіанцям неввічливості, а всього лише традицію, сформовану в моноетнічних родині і яка має свої коріння, і полягає в тім, що відведення погляду прийнято було розглядати у індіанців, саме як висловлення поваги [5].

Однак це лише перша ступінь прилучення людини до образу сформованого етнонаціонального світу. Вихід за межі родини в «велике життя» включає в процес пізнання й інші соціальні інститути.

Перша зустріч дитини з колізіями «великого життя» відбувається в школі. Всі результати первинного виховання в родині (якщо, звичайно, не вклинювався дитячий сад) виявляють себе тут. Однак придбані в родині погляди і стереотипи попадають у школі в зовсім новий контекст: школа виступає для дитини справжньою моделлю суспільства. Тут обов'язкове дотримання тих норм і правил, що панують і в інших соціальних інститутах, тут формується уявлення про прийняті в суспільстві санкції — покарання і заохочення, тобто дитині передається вся система соціальних вимог.

Школа в набагато більшому ступені, чим родина, залежить від суспільства і навіть від держави (навіть якщо це приватна школа). Тому національні цінності тут «уводяться» у свідомість набагато більш безпосередньо, ніж у родині. Всі попередні характеристики національного консенсусу, національних цінностей як факторів формування національної самосвідомості влітаються в школі в сам процес навчання.

Так, протягом багатьох років розвитку школи в нашій країні її ідеологізованість, підпорядкування загальним нормам тоталітарної держави приводили до досить твердої системи привчання до визначеного комуністичною ідеологією погляду на світ націй, що цілком вписувався в доктрини офіційної ідеології, атеїстичного світогляду. Практично діапазон власних уявлень про природу існуючих національних відносин був украй

звужений. Це стосувалося і «лозунгових» оцінок різноманіття найближчих людських стосунків: «Хто не з нами — той наш ворог», „Національне питання остаточно вирішено на теренах СРСР” і т. ін.

Така ситуація в школі приводила до розмитості етнічної і національної ідентичності. Робилася спроба підміни етнічної або національної ідентичності, членством в різноманітних організаціях: приналежність до багатьох груп носила суто формальний характер. Мало хто міг ідентифікувати себе з членством у таких групах як «Спілка охорони пам'ятників». Формальний характер цих груп і не припускав скільки-небудь усвідомленого залучення в їхню діяльність. Разом з тим природна для людини ідентифікація з багатьма традиційними групами власне кажучи зводилася нанівець. Так, утратили своє значення такі групи, як земляцтво, сусідство, приналежність до етносу. Радянське суспільство проводило визначену лінію впливу на підростаюче покоління, з метою формування нової радянської людини, саме через школу, тому вона багато в чому відповідальна за те, який світ конструювався її вихованцями.

Людина в школі ставала справжнім «продуктом середовища»: вона або засвоювала задану картину світу, або ставала в опозицію до неї. Ні в цьому, ні в іншому випадку це не означало побудови адекватної картини світу, його справжнього образу.

Поряд з цим у школи ні при яких обставинах не можна відняти такої найважливішої функції, як збагачення індивіда різноманітною інформацією, у тому числі, яка стосується суто національних проблем. Школа відіграє найважливішу роль у **формуванні національної самосвідомості** людини. Образ етнонаціонального світу не зводиться до його політичного образу, але не є повним без певного усвідомлення політичного боку життя суспільства. Особлива область сучасної психології — політична психологія — фундаментально займається і проблемами політичної соціалізації. Значна частина проблем цієї сфери має безпосереднє відношення до національної самосвідомості.

Одна з них — розуміння політичних категорій, у яких описується в «дорослому» суспільстві політичне життя. Найбільше саме в школі закладається фундамент для адекватного тлумачення таких категорій політичного життя, як «демократія», «національні меншини», «влада», «право націй на самовизначення», та й самих категорій «політика» і «політики». Тому, як діти засвоюють цей непростий словник, присвячено багато

емпіричних досліджень. Майже усі вони виявили той факт, що розпізнавання образів у політичному житті відбувається важко і результати незадовільні. Так, у дослідженні *К. Хелкама* [7] було опитано 200 фінських школярів про те, що таке «політика» і «політики». Уся група опитуваних складалася з двох підгруп — «активних» і «пасивних» (малося на увазі їхня участь у шкільному громадському житті, інтерес до поточної інформації). Цікаво, що всі дали дуже негативний опис категорії «політики»: це амбіційні люди, вони рвуться до влади, вони кар'єристи, егоїсти й ін. Легко допустити, що фарбування категорії так чи інакше була запрограмована школою. Серія досліджень проведена *Ю. Торні-Путта* [9], що використовує у своїх роботах ряд положень теорії Л. С. Виготського. Зокрема, вона думає, що важка для освоєння політична термінологія (і категоризація) може включатися у свідомість дитини двояким чином: шляхом *асиміляції* (включення нової інформації у вже наявну схему без зміни цієї схеми) і шляхом *акомодатії* (зміна старої схеми внаслідок конфлікту, що позначився, з новою інформацією). Умовою й у тому, і в іншому випадку може бути тільки більш-менш задовільна класифікація політичних категорій і елементарне їхнє розуміння.

Разом з тим у дослідженнях Торні-Путта показано, що американські діти вкрай погано структурують політичні категорії; це проявилось, наприклад, у тому, що вони атестували Бога і Христа як американських президентів. В іншому дослідженні-грі брали участь 12—17-літні учні, що повинні були зіграти ролі дипломатів із шести країн — СРСР, Франції, Японії, Бразилії, Нігерії, Мексики. У такий спосіб можна було побічно виявити рівень уявлень школярів про репрезентовані шість країн, про стандарти поведінки в цих країнах, про їхній менталітет. Результати виявлення досить красномовні. Особливо цікавими були побудовані учнями скрипти, що описують операційну поведінку «дипломатів» з різних країн. Дослідниця, утім, не ставила за мету коректувати часто дуже перекручені образи-уявлення, виявлені в школярів. Вона думала, що саме складання скрипта корисне для розвитку уявлень про міжнаціональний простір — орієнтації в континентах, країнах, границях і т.п. Крім того, сам скрипт, запропонований іншим учасникам гри, одержує «обкатування», тобто теж сприяє збагаченню політичних уявлень і формуванню політичної культури [9].

Є ряд відповідних досліджень в нашій країні, зв'язаних, зокрема, з вивченням освоєння підлітками норм і цінностей, формування «Я-концепції»,

побудови ними життєвих планів. Особливо важливі такі дослідження в наш час, коли суспільство, ще не усвідомило такі категорії як: „національна ідея”, „українська політична нація”, „національні меншини”.

Роль школи як соціального інституту, «відповідального» за формування національної самосвідомості, може бути успішно виконана тільки в тому випадку, якщо в ній будуть досить гармонійно сполучатися завдання національного і громадянського виховання.

У формуванні національної самосвідомості в сучасних суспільствах величезну роль грають засоби масової інформації (ЗМІ): газети, радіо, телебачення. Вони дають можливість передавати великі обсяги інформації на колосальні по чисельності аудиторії і тим самим охоплювати не окремих індивідів чи окремі групи, а саме маси. З цього погляду засоби масової інформації можна розглядати як канал формування **масової** національної самосвідомості. ЗМІ, забезпечують не тільки постачання населення інформацією, але і взаємозв'язок, взаємозалежність народів і культур.

Сформульована ще в 20-і рр. двадцятого століття концепція засобів масової інформації одержала своє втілення в „формулі Г. Лассуела”, де позначені п'ять елементів, включених у процес масової інформації: комунікатор (хто передає). повідомлення (що передається). аудиторія (кому передають). канал (за допомогою якого засобу ведеться передача). ефективність (який результат впливу від передачі). Дослідження впливів засобів масової інформації традиційно й організується шляхом вивчення кожного з позначених компонентів [3, 8, 10].

Перш ніж зупинитися на ролі засобів масової інформації у формуванні національної самосвідомості, необхідно сказати кілька слів про специфіку їхнього впливу на людину і на маси людей.

Перша з таких особливостей полягає в тому, що інформація, передана через ЗМІ, у силу її величезного масштабу є завжди **організованою**. На відміну від інформації, яка одержується під час, наприклад, міжособистісного спілкування, інформація в ЗМІ повинна бути певним чином структурована. Але це означає, що ця інформація **вже** пройшла через добір, класифікацію, категоризацію фактів і явищ національного життя. Людина одержує в результаті **інтерпретацію** інформації, як би її об'єктивний характер ні підкреслювався. У цьому сенсі характер інформації, яка пропонується ЗМІ, у чомусь уподібнюється інформації, що пропонується в шкільних підручниках.

Врахувати це необхідно при визначенні ролі ЗМІ в процесі національної самосвідомості.

Друга особливість ЗМІ полягає в тому, що вони забезпечують не тільки інформування населення, але і служать засобом масової **комунікації**, тобто у своєрідній формі створюють контекст спілкування. Своєрідність цієї форми комунікації в тім, що в її рамках відсутній безпосередній зворотний зв'язок, який має місце в міжособистісному спілкуванні: джерело передачі інформації позбавлено негайної можливості довідатися про свій вплив, про те, прийнята чи відкинута передана їм інформація. Характер зворотного зв'язку в засобах масової інформації прийнято позначати як «відстрочений зворотний зв'язок». Більш того, і сам процес спілкування між споживачами інформації тут також специфічний: кожен окремих споживач інформації не знає про результати її оцінки іншими. Проте в кінцевому рахунку, завдяки публікаціям оглядів листів, проведених опитувань, маси людей мають можливість порівняти результати свого сприйняття зі сприйняттям інших людей, і це сприяє або згоді щодо отриманої інформації, щодо подій національного життя, або, навпроти, протиставленню одних версій інтерпретації іншим. Крім того, публікації в пресі, передачі по радіо і телебаченню продовжують жити й у безпосередньому міжособистісному спілкуванні: обговорюються, викликають суперечки і дискусії. Масова національна самосвідомість викристалізовується в ситуації розкиду думок і їхнього зіткнення.

Третя в тому, що подача інформації через різні канали ЗМІ підпорядковується **нормам спілкування**, прийнятим у суспільстві. Це висуває особливі вимоги до тексту: передбачається, що він повинний бути не просто добре структурований, але і бути ясным і зрозумілим для сприйняття представниками різних етносів, які утворюють політичну націю. На жаль, цього не завжди дотримуються і тоді цінність інформації значно знижується. В ідеалі ж чітко сформульована думка в тексті повідомлення в стані більш адекватно побудувати й образ того явища, про яке йде в повідомленні мова. Узагалі використання мови в засобах масової інформації само по собі має принципове значення. Вище уже відзначалося, що мова служить найважливішим засобом оформлення наших уявлень про явища навколишнього світу.

Серед особливостей масового комунікативного процесу треба вказати ще на **особливу роль комунікатора**. Ця роль тут специфічна: комунікатором виступає цілий колектив учасників і творців тексту (передач, репортажів і



ін.). Але специфіка ситуації в тім, що споживачу інформація безпосередньо подається одним представником цього колективу: будь то автор статті чи ведучий передачі, чи навіть диктор на радіо і телебаченні.

Усе сказане дає можливість зробити висновок про величезну і специфічну роль ЗМІ в процесі формування масової національної самосвідомості. Власне перед кожною пересічною людиною національний світ уже певним чином «позначений» засобами масової інформації. Це дає підставу іноді взагалі зробити похмурий висновок відносно того, наскільки в сучасному суспільстві людина у стані власно сформувані і усвідомити образ світу, і порушити питання про те, у якому ж у дійсності світі ми живемо: нами пізаному (не говорячи вже про «реальний») чи нам запропонованому засобами масової інформації?

Тепер доречно більш конкретно розглянути деякі з функцій ЗМІ з погляду їхнього значення при формуванні національної самосвідомості. Поряд з такими соціальними функціями, як забезпечення соціального контролю і керування, інтеграції етносів в політичну націю і поширення культури, у ЗМІ виділяються і специфічні **соціально-психологічні** функції. Головні з них — це функції соціального орієнтування людини і групи, формування національної ідентичності, контакту з іншою людиною, її самоствердження.

У контексті проблеми національної самосвідомості особливий інтерес представляють функція орієнтування людини і групи в сучасному світі і функція вироблення програми національної ідентифікації.

*Орієнтування* людини чи групи в світі реалізуються при участі створення суспільної думки й у відповідній розробці стратегії поведінки в різних ситуаціях. Таким чином, ця функція стимулює подвійну активність: у формуванні уявлення про політичну націю і у формуванні програми дії в цьому напрямку. Іншими словами, засоби масової інформації забезпечують у даному випадку ту єдність пізнання і поведінки, що і є головним результатом.

Не менш значима і функція створення в людини почуття прилучення до нації, причетності до неї. Дана функція грає безпосередньо службову роль у процесі визначення людиною власної ідентичності: інформація, передана через ЗМІ, насамперед розширює перед індивідом можливості вибору групи приналежності, тому що дає більш широкий перелік різних груп, їхній спектр. Крім того, пропозиція різних характеристик цих груп, як позитивних, так і

негативних, удосконалює оцінку їх з боку споживача інформації. В області політичної соціалізації роль ЗМІ вище, ніж родини і школи.

У ранніх дослідженнях було виявлено, що преса стимулює почуття національної приналежності і розвиває інтерес до світу, розташованому за межами особистого оточення. Пізніше радіо і телебачення ще більше розширили зовнішній світ, запропонували слухачам і глядачам ставати безпосередніми учасниками подій у момент їхнього здійснення. Це сприяє такому розширенню погляду на світ, що не може не позначитися на формуванні його образу.

Роль засобів масової інформації в процесі формування національної самосвідомості полягає також і в тому, що в них найчастіше пропонується вже *готовий* образ якогось-небудь явища. Особливу роль у цьому грає телебачення. Серія експериментальних досліджень була присвячена питанню про те, як саме подається в пресі чи на телебаченні образ якоїсь-небудь етнічної групи. У ряді досліджень, які проводилися в США, наприклад, аналізувався образ афроамериканця-студента, на сторінках молодіжної преси. У багатьох американських дослідженнях виявлено, як телебачення подає образи представників різних етнічних груп, причому сам підбір професій зміщує акценти: суспільство з'являється як таке, що складається переважно з білих — лікарів, адвокатів і ін., рідше — з фермерів і дрібних підприємців. Природно, це спотворює реальну картину суспільства, але сприймається вона саме так, як її подають засоби масової інформації.

У цьому зв'язку в теоріях масової комунікації зачіпається дуже гостре питання про *мотиви*, по яких люди звертаються за інформацією саме до цих засобів. На основі даних численних досліджень можна зробити висновок, що домінують три основних мотиви: одержання інформації, потреба в контакті з іншими людьми і потреба в розвазі. Два останніх мотиви досить зрозумілі, а от щодо першого ситуація не така проста.

В усіх країнах з розвинутою системою телебачення поширена критика на його адресу, зв'язана з тим, що телебачення спотворює реальність, зображує її з позицій певних груп відповідно до якихось їхніх особливих інтересів. Тобто ситуація усвідомлюється досить чітко: телебачення дає «препароване» зображення життя. Однак це не знижує інтересу до нього і число телеглядачів від цього усвідомлення не зменшується. Можна припустити, що споживач інформації *має* потребу в такій препарованій картині світу: чи тому, що інтерпретація збігається з його власною (тоді вона за законами когнітивної

відповідності зміцнює його позицію, підтримує впевненість у її «правильності»). чи тому, що за допомогою аналізу цієї перекрученої картини споживачу легше «викрити» носія протилежних поглядів, чи тому, що перекручена картина світу дає можливість індивіду піти від тягот повсякденності, особливо якщо на екрані представлено «красиве життя». Але при всіх цих обставинах у наявності *бажання* одержати той образ, що хочеться мати, чи як мінімум *згода* на своєрідний «обман». Усі ці мотиви так чи інакше мають відношення до потреби в одержанні певної соціальної інформації.

Роль засобів масової інформації в побудові образу єдиної політичної нації була б з'ясованою неповно, якщо не сказати ще і про поширення при їхній допомозі певних етнічних і національних *стереотипів*. Якщо взагалі стереотип — продукт історичного розвитку певної спільноти, історичного розвитку культури, тобто складається протягом досить довгого періоду, то за допомогою ЗМІ стереотип впроваджується у свідомість окремих індивідів і цілих груп протягом досить короткого часу. Повторюваність інформації, різноманітні форми її подачі, уміле використання психологічних закономірностей сприйняття роблять, здавалося б, неможливе: незважаючи на усвідомлення перекручування реальності в пресі, на радіо чи телебаченні, наполегливо повторюваний образ (стереотип) сприймається і засвоюється, відповідно перетворюючись у фактор індивідуальної чи масової самосвідомості. Усякий стереотип є перекручений і трансформований образ; у випадку його впровадження в когнітивну структуру споживача інформації виникає як би «вторинне» перекручування: перший раз телебачення зобразило представника, певного етносу- підприємця як шахря, другий раз телеглядач, сприйнявши цей образ, сам доповнює його або за рахунок власного негативного досвіду взаємодії з таким підприємцем, або за рахунок збігу телеінформації з мережею повсякденних суджень (сусідів по черзі, по квартирі, колег). Виникає механізм *зміцнення стереотипу*, тобто певної фіксації уявлення про яке-небудь явище.

У 80-і рр. в області досліджень ЗМІ були активно включені розробки, виконані в рамках психології соціального пізнання. Так, одержали поширення нові моделі переконуючої комунікації, де особлива увага звертається на той механізм, за допомогою якого індивід переробляє зміст отриманого зі ЗМІ повідомлення. Одна з моделей — «вірогідна модель переробки інформації», запропонована Дж. Качоппо і Р. Петті [3, 8] є найбільш відомою. У моделі

розглядаються два способи, якими діє реципієнт: центральний і периферичний. Перший з них припускає глибоку переробку інформації, що забезпечує виявлення логіки отриманого повідомлення, його підтексту. Другий фіксує увагу реципієнта на різних «додаткових», другорядних факторах і тому характеризується поверхневою переробкою інформації. Вибір того чи іншого способу визначається мотивацією реципієнта, його когнітивними здібностями, від того, чи націлений споживач інформації змінити свої аттитюди чи, навпроти, втриматися на колишній позиції. Від цього і залежить результат впливу ЗМІ на побудову образу світу.

Природно, що описані механізми впливу засобів масової інформації на формування національної самосвідомості, виявляють себе по-різному залежно від аудиторії. Ступінь впливу ЗМІ взагалі, і зокрема на побудову картини світу, залежить як від ряду індивідуальних характеристик одержувача масової інформації, так і від характеристик тих етнічних і національних спільнот, на які спрямоване такий вплив. Аудиторія засобів масової інформації — об'єкт численних емпіричних досліджень за кордоном. Виявлено параметри аудиторії, від яких залежить міра сприйняття нею інформації: вік, рівень освіти, стать, професійні і національні особливості. З усіх аудиторій молодіжна аудиторія найбільш сприйнятлива до того, що їй пропонують ЗМІ.

Сила цього впливу ще й у тім, що формування національної самосвідомості відбувається як би в процесі спілкування з якоюсь великою спільністю, групою. Споконвічна потреба людини в підтримці, у відчутті певної захищеності від помилки на тій підставі, що «усі» так думають, знаходить тут своє задоволення. Хоча, як відзначалося, процес цей суперечливий (так, сьогодні в Україні одні запевняють, що тільки повернення до соціалістичного інтернаціоналізму врятує ситуацію, інші, навпаки, призивають до демократичного розвитку). усе-таки він завжди підкріплений посиленням на чийсь думку. У перетвореній формі тут виявляється можливість і необхідність тільки спільного осмислення явищ життя. Теза психології про єдність пізнання і спілкування знаходить ще одне переконливе підтвердження.

Зрозуміло, що міра і ступінь розкиду думок, що пропонуються ЗМІ, залежить від типу суспільства, у якому вони функціонують. У тоталітарному суспільстві система ЗМІ повною мірою обслуговує пануючу ідеологічну доктрину й образ світу подається відповідно до неї. У демократичних

суспільствах, особливо при наявності незалежних засобів масової інформації, спектр пропонованих суджень про світ значно більш багатий. У першому випадку для споживача інформації є практично лише два шляхи – або прийняти пропонований образ, або відкинути його. В другому випадку задача складніше — здійснити вибір і приєднатися до одного з можливих трактувань. Для людини, що не звикла до такого вибору, ситуація виявляється вкрай некомфортною, звідси нерідкі нарікання на те, що в ЗМІ панує сумбур. У дійсності ж набір інформації різного роду відкриває можливість для більш «суб'єктивного» освоєння навколишнього світу, коли поряд з вибором ідентифікації збільшуються й умови для обговорення достоїнств і недоліків як обраної, так і відкинутої альтернативи. Тому плюралізм ЗМІ в демократичному суспільстві — умова формування більш «індивідуальної» картини світу, як ні парадоксально це звучить.

Той факт, що образи різних етнічних і національних подій та явищ підносяться в засобах масової інформації з різною частотою й інтенсивністю і цим значною мірою обумовлюється прийняття чи відкидання споживачами інформації. Її значимість можна добре проілюструвати на ряді прикладів. Так, незважаючи на велику гостроту проблеми входження української мови в заклади освіти і виховання в нашій країні на сучасному етапі розвитку, «образ середовища» не займає значного місця в картині світу. У нашому дослідженні, було виявлено, наприклад, що старші школярі приділяють мало уваги в бесідах з однолітками, батьками і вчителями проблемам державної мови. На питання ж про те, як вони сприймають інформацію про це зі ЗМІ, більшість взагалі утруднилася з відповіддю. Хоча висвітлення проблеми, особливо в останні роки, не можна назвати незадовільним, усе-таки, очевидно, щось у її подачі не знаходить відгуку в системі сприйняття споживача інформації.

Таким чином, можна зробити висновок, що поряд з родиною і школою система масової комунікації — найважливіший канал одержання інформації, яка впливає на формування національної самосвідомості молоді.

### ***Використана література***

1. Агеев В.С. Стереотипизация как механизм социального восприятия // *Общение и оптимизация совместной деятельности* / Под. ред. Г.М.Андреевой, Я. Яноушека. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – С.177-188.

2. Коул М. Культурно-историческая психология: наука будущего. – М.: „Когито-Центр”, Изд-во „Ин-т психологии РАН”, 1997. – 432 с.

3. Лебедева Н.Н. Социальная идентичность на постсоветском пространстве: от поисков самоуважения к поискам смысла // Психологический журнал. – 1999. – Т. 20. – № 3.

4. Перен М. Національна ідея – стрижнева основа етнонаціональної політики на сучасному етапі в Україні // Етнонаціональний розвиток в Україні та стан української етнічності в діаспорі: сутність, реалії конфліктності, проблеми та прогнози на 21 століття: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / За ред. проф. М.І.Перен. – Київ-Чернівці: Київський військовий гуманітарний інститут, 1997. – Ч. 1. – С. 1-7.

5. Перотті Антоніо. Виступ на захист полікультурності. – Львів: Кальварія, 2001. – 128 с.

6. Ценности и символы национального самосознания в условиях изменяющегося общества / Ин-т этнологии и антропологии РАН / Под ред. Л.М.Дробижевой. – М., 1994. – 236 с.

7. Helkama K., Uutela A., Schwartz S.H. Values Systems and Political Cognitions // Social Psychology and Economic Cognition. – Surrey, 1992.

8. Moscovici S., Lage E. Studies in social Influence: Majority versus Minority Influence in a Group // EJ of SP, 1976.

9. Torney – Putta J. Cognitive Representationis of the Political System in Adolescents: the Continuum from Pre- Novice to Expert. – Helsinki, 1991.

10. Wartości w procesie wychowania młodzieży. – Kraków, 1992.

#### *Аннотация*

*Рассмотрена роль социальных институтом, имеющих влияние на формирование национального самосознания. Анализируется роль семьи в формировании моральных норм и ценностей, национального самосознания средствами СМИ.*

*Дахер Е.А.*

*Украинская академия банковского дела*

## **НОВЫЙ МЕТОД ОБУЧЕНИЯ МАТЕМАТИКЕ В ВУЗАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ**

При изучении общего курса высшей математики в экономических вузах студенты знакомятся с огромным количеством информации. Очевидно, что за