

СОЦІАЛЬНА РОБОТА

Вакуленко О.В.

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ОСОБЛИВИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ ОСОБИСТОСТІ

На вибір певного способу життєдіяльності людини мають вплив різні чинники. Особлива роль у цьому процесі належить засобам масової інформації. У статті розглядаються функції та висвітлюються питання реального впливу різних видів засобів масової інформації на свідомість молоді, специфіка та технології такого впливу в сучасних умовах.

Мета дослідження – вивчення впливу ЗМІ та інших джерел інформації на формування способу життя дітей та молоді. Були визначені завдання дослідження – виявлення джерел інформації, які формують здоровий спосіб життя дітей та молоді; виявлення спрямованості (позитивної, негативної), міри впливу різних джерел інформації на спосіб життя дітей та молоді різних вікових і соціальних груп; виявлення міри орієнтації засобів масової інформації на формування здорового способу життя дітей та молоді.

Предметом нашого дослідження були: зміст інформації про ЗСЖ, яку отримують діти, молодь з таких джерел, як ЗМІ (газети, журнали, які найчастіше читають діти та молодь, телевізійні передачі; радіопередачі; реклама); навчальні заклади (шкільні програми з біології, валеології, літератури, художньої літератури; навчальні посібники, педагоги, позакласна робота); позашкільне спілкування (дитячі формальні та неформальні організації, спортивні секції; позашкільні установи різного спрямування, позапрограмна художня література); сімейне оточення (батьки; близькі родичі та інші); однокласники, ровесники, дорослі знайомі.

Формування певного способу життя людини обумовлене конкретними соціальними умовами. При більш-менш уніфікованому рівні потреб, характерному для даного суспільства, кожна особистість характеризується своїми індивідуальними способами їх задоволення, тому поведінка людей різна і залежить від багатьох факторів. В умовах сучасного світу у формуванні та становленні особистості все значнішою стає роль засобів масової інформації.

З раннього дитинства людина опиняється в певному інформаційному полі. Вона не може жити без інформації, постійно сприймає через безліч каналів і, осмислюючи, формує відтак свою поведінку. Засоби масової інформації сьогодні слід розглядати як особливий і багато в чому визначальний чинник формування способу життя молоді. Безпосереднім об'єктом їх дії є як окремих індивідів, так і великі групи людей, які становлять аудиторію того чи іншого з них. Засоби масової інформації мають величезні можливості впливати на формування стандартів поведінки особистості як суто інформаційно, так і за допомогою наочних зразків стилю життя. Вони створюють своєрідний інформаційний світ, поринаючи в який, людина, зокрема молода, набуває певного світогляду, уявлень про життєві цінності, хоча, здавалося б, дія різних засобів масової інформації має, у сукупності, несистематизований, а часом і суперечливий характер [1; 58].

Засоби масової інформації (ЗМІ) – один із важливих чинників, що тією чи іншою мірою виконує замовлення суспільства та окремих соціальних груп щодо певного впливу на населення в цілому, в тому числі й на окремі вікові та соціальні категорії. Можна виокремити два аспекти такого впливу. По-перше, засоби масової інформації істотно сприяють як засвоєнню молоддю широкого спектру соціальних норм, так і формуванню у них ціннісних орієнтацій у сфері політики, економіки, здоров'я, права тощо. По-друге, засоби масової інформації фактично є своєрідною системою неформальної освіти та просвіти різних категорій населення, і зокрема дітей та молоді. При цьому користувачі засобів масової інформації здобувають досить різнобічні, суперечливі, несистематизовані знання, відомості з різних питань соціально-політичного життя.

Засоби масової інформації відображають умови життя людей, системи їхніх зв'язків і залежностей у макро- і мікромасштабі і при цьому виконують два протилежних, на перший погляд, завдання: фіксують і розвивають інтереси як особистості, так і суспільства. Політологічний, соціальний та психологічний аспекти феномена “засобів масової інформації” важко відокремити. Існує абсолютний взаємозв'язок соціальних і психологічних підходів заради досягнення поставленої мети. За допомогою технічних засобів відбувається розповсюдження повідомлень, інформації, що містять певні ідеї для подальшого формування (або впливу на формування) установок, оцінок, думок та поведінки людей. Нерідко в такому випадку засоби масової інформації виконують не стільки інформаційні та культурологічні, скільки ідеологічні функції.

Природа феномена засобів масової інформації полягає в тому, що в їхній діяльності знаходять широке висвітлення й відображення, пошуки і здобутки найрізноманітніших гуманітарних, суспільних наук, головним завданням яких є розробка загальнолюдських проблем та проблем окремої людини. Тож соціальний розвиток людини сьогодні неможливий без засобів масової інформації. Завдяки можливостям засобів масової інформації формується духовна і моральна єдність в

людині, що, безперечно, накладає на них особливу відповідальність. Зрозуміло, засоби масової комунікації – це не єдиний фактор, що впливає на соціалізацію особистості, однак їхній вплив особливо сильний.

Аналіз суті і особливостей ЗМІ дозволяє виокремити такі їх соціальні функції:

- *виховання* – формування та зміна інтенсивності і напрямів певного типу ціннісних орієнтацій в аудиторії;
- *організація поведінки* – зміна яких-небудь дій представників аудиторії;
- *створення певного емоційно-психологічного тону* (в тому числі зняття напруги) у представників аудиторії;
- *комунікації* – посилення, підтримка або, навпаки, послаблення зв'язків між представниками аудиторії, на яку передається інформація.

Споживання інформації має свої етапи: процес сприймання інформації, часткове засвоєння, повне незасвоєння.

Система виховання до недавнього часу не ставила перед собою за мету підготовку підростаючого покоління до взаємодії з усіма ЗМІ. У нинішніх умовах оволодіння умінням використовувати той чи інший пізнавальний потенціал, який вони несуть у будь-якій із форм, набуває все більшого значення. Тоді медіа-освіта стає особливим фактором соціального виховання. Її основні завдання: підготувати молодь до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити усвідомлювати наслідки її дії на психіку, оволодіти засобами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів.

Телебачення та кінопрокат сьогодні є найбільш впливовими серед ЗМІ. Поширення цих видів ЗМІ створило нову ситуацію щодо формування потреб особистості. Якщо раніше таке формування здійснювалося виходячи з реальних умов життя і, як правило, потреби ненабагато випереджали можливості для їх реалізації, то зараз цей процес зазнав істотних змін. Кіно, відео, телебачення розкривають принади різних способів життя, а молода людина неспроможна правильно оцінити свої особисті можливості, сімейні обставини, становище держави. Як наслідок, у молоді формуються потреби, які не співвідносяться з можливостями їх задоволення.

Ситуація загострюється й тим, що в нашій країні зовсім відсутня система кіновиховання. Якщо читати й розуміти літературні твори все таки вчать у навчальних закладах, то щодо того, яким чином вибрати і сприймати кінопродукцію, настановча інформація відсутня практично взагалі. Репетуар, який переважно дивляться підлітки та молодь, – фільми жахів, бойовики, еротичні фільми. Усе більшу роль у житті підростаючого покоління відіграють комп'ютери комп'ютерні мережі. Робота з комп'ютером, з одного боку, сприяє розширенню контактів, можливостей обміну соціокультурними цінностями, появи і реалізації

нових форм досвіду, розвитку процесу уявлення, інтенсифікації вивчення іноземних мов та ряду інших позитивних ефектів. А з іншого – розвиток електронних систем породив зовсім новий вид комунікації та самореалізації – можливість віртуальної взаємодії людини з певними зацікавленими партнерами, що дозволяє знайти однодумців та виразити себе у спілкуванні з ними (наприклад, через Інтернет).

Крім того, у людини, яка перебуває у комп'ютерній віртуальній реальності, створюється уявлення, що вона безпосередньо бере участь у подіях. Це створює нові можливості для самореалізації та самоутвердження й може призвести до тих чи інших змін свідомості у дітей, підлітків та молоді. Але, водночас, вона може призвести до “синдрому залежності” від комп'ютерної мережі, звуження інтересів, відходу від реальності, надмірного захоплення комп'ютерними іграми, до соціальної ізоляції, ослаблення емоційних реакцій та до інших негативних проявів [1; 60].

Отже, спрямування впливу ЗМІ полягає у тому, щоб допомогти молоді зорієнтуватися у соціальних, екологічних, інформаційних, комп'ютерних явищах, оволодіти досвідом старших поколінь, зрозуміти своє покликання, визначити місце в суспільстві, а також сприяти формуванню здорового способу життя (ЗСЖ). ЗМІ називають ще засобами масової комунікації (ЗМК) тому, що вони надають можливість взаємного контакту людей. Процес взаємодії між ЗМІ та різними категоріями людей отримав назву інтерактивного взаємозв'язку, мають великий вплив на особистість і вплив цей є неоднозначним.

Слід наголосити, що політологічний, соціальний та психологічний аспекти феномена “засобів масової інформації” важко розділити. Існує абсолютний взаємозв'язок соціальних і психологічних підходів заради досягнення загальної мети. За допомогою технічних засобів відбувається поширення інформації, яка несе певні ідеї для подальшого формування (або впливу на формування) установок, оцінок, думок, а також поведінки людей. У такому випадку засоби масової інформації досить часто виконують не стільки культурологічні та інформаційні, скільки ідеологічні функції.

Пропаганда засад здорового способу життя повинна вестися усіма засобами, але найбільші можливості оперативного інформування та охоплення найширшої аудиторії, звичайно, мають телебачення, радіо та преса. Більша частина української молоді задовольняє свої інформаційні потреби саме за допомогою телевізора. Однак чи є цей спосіб ефективним – питання спірне. Адже перегляд телепередач тут виступає не стільки засобом отримання інформації, скільки формою дозвілля, отримання задоволення від видовищ.

Телепередачі за рейтингом впливу можна згрупувати таким чином: до першої групи потрапили науково-популярні фільми, політичні програми, передачі про мистецтво, документальні фільми, релігійні програми, освітні програми,

інформаційні передачі, новини, дитячі передачі; до другої – зарубіжні художні фільми, розважальні передачі, телесеріали, вітчизняні фільми (у тому числі й радянські), ігрові шоу, музичні програми й мультфільми. Нарешті, третя група об'єднує спортивні трансляції та відеофільми. Серед друкованих періодичних видань перше місце посідають журнали і газети розважального та інформаційного профілю .

В інформаційному бюлетені “Моніторинг громадської думки населення України” № 4 (53) за квітень 2001 року Українського інституту соціальних досліджень [2; 4], наведені дані, які засвідчують, наскільки довіряє населення засобам масової інформації (у відсотках).

Т а б л и ц я 1

Рівень довіри населення України до засобів масової інформації, %

ЗМІ	Повністю довіряю	Скоріше, довіряю, ніж ні	Скоріше, не довіряю	Повністю не довіряю	Важко відповісти
Преса	9	42	29	13	7
Телебачення	11	45	26	12	6
Радіо	10	43	28	13	6

З цієї таблиці можна побачити, що чималий відсоток населення України довіряє засобам масової інформації. При цьому серед засобів масової інформації за рівнем довіри лідирує телебачення – йому довіряють 56% респондентів. На другому місці – радіомовлення – 53%, пресі довіряють – 51%.

Цілеспрямоване використання засобів масової інформації у соціальній роботі, як це засвідчують дослідження зарубіжних учених, дозволяє забезпечити активний вплив на спосіб життя на таких чотирьох рівнях: індивідуальний; груповий; організаційний; суспільний. Індивідуальний та груповий рівні включають сім'ю та ровесників, організаційний рівень – школу, місце роботи, місця позанавчальної діяльності тощо [3; 23].

Метою впливу засобів масової інформації на *індивідуальному рівні* щодо формування здорового способу життя є усвідомлення, знання, ставлення, самодієвість, вміння – все це загалом змінює поведінку людини. Усвідомлення проблеми здоров'я є найбільш вагомим результатом на індивідуальному рівні, хоча воно недостатньо оформлене як самостійна концепція здоров'я.

Важливою функцією засобів масової інформації є передача простої інформації великій кількості людей. Оволодіння знаннями є вагомим результатом, оскільки це веде до створення бажаного чи прогнозованого ставлення і стає необхідною умовою для подальшого формування у людини здорової поведінки, а моделі повідомлення – переконання доводять, що зміни у ставленні людини до власного здоров'я залежать від набутих знань. Природно, знання можуть змінювати на ставлення і поведінку людей, які цікавляться проблемою здоров'я,

але можуть ніяк не впливати на тих, хто не цікавиться цим, не звертає на це уваги. Ставлення людини до здоров'я суттєво впливає як на пошук інформації про здоров'я, так і на поведінку, спрямовану на збереження і зміцнення здоров'я.

У ході дослідження ми виявили, що здатність засобів масової інформації впливати на формування здорового способу поведінки визначається такими чинниками: розумінням того, як змінити поведінку; розумінням того, як втілити відомі принципи поведінки у медіа-кампанії; обмеженим застосуванням і розумінням втручання на вищому рівні організації аудиторії. У спробі поєднати проміжний і кінцевий результати досягнутої мети засоби масової інформації можуть виконувати кілька ролей: роль виховного чинника, доповнення, підтримки і роль пропагандиста.

Безперечно, середовище суспільної інформації значно впливає на колективний досвід. Мас-медіа висвітлюють те, що ми думаємо про суспільство. Через процес відбору вони визначають, які проблеми є важливими, а які менш важливими. Відповідно до того, яку увагу мас-медіа приділяють тим чи іншим проблемам, увага до проблеми попередження захворювань і пропагування здорового способу життя може бути або завищеною, або надто низькою. Середовище інформації також спричиняє зміни на соціальному, організаційному, груповому та індивідуальному рівнях. Незаперечним є той факт, що громадська думка відіграє важливу роль у реалізації й підтримці державної політики, у розподілі суспільних ресурсів. При цьому засоби масової інформації активніші щодо формування самої громадської думки.

Не можна не враховувати і того факту, що закони, політика і розподіл суспільних ресурсів на всіх рівнях управління можуть істотно впливати на здоров'я спільноти. Так, скажімо, прикладами урядового регулювання в даному аспекті є політика щодо щорічного загального медичного обстеження школярів, студентів, введення до штатного розпису в школах соціального педагога, психолога. Крім того уряд може регулювати і дії організацій. Засоби масової інформації підтримують урядові позиції і культивують політику прийняття їхніх регулювань громадськістю.

Важливим чинником у пропагуванні здорового способу життя є соціальні норми. Вплив засобів масової інформації проявляється як у сприйнятті особистістю, так і в нормативній поведінці у соціальній системі. Індивідуальне сприйняття соціальних норм під впливом мас-медіа може бути настільки сильним, наскільки вдало подаються одні нормативні стосунки і поведінка та виключаються інші. За таких умов на поведінку людини впливають лише узагальнені і вивірені соціальні норми. На суспільному рівні нормативна поведінка впливає принаймні частково з тих норм поведінки, які постійно висвітлюються засобами масової інформації.

Контент-аналіз телепередач за один тиждень (24-30 січня 2000 р.) дав змогу

виявити ті програми, в яких порушуються питання здорового способу життя. Умовно ці передачі можна тематично розділити за такими напрямками:

- *Спортивні* – “Світ спорту”, “Сім днів спорту”, “Гандбол”, “Всесвітній спортивний огляд “Gillette” (УТ-1); “Преспорт-новини”, “Спортивний канал” (УТ-2); “Спорт-тайм”, “Інтерспорт” (Інтер); Супербол (ICTV); “Підйом”, “Спорт-краса” (Новий канал); “Грації від Гравісу” (7 канал, Гравіс); “Веселі старти”, “Український хокейний огляд”, “Телефутбол”, “Спортивна столиця” (ТЕТ). Сюди ж можна віднести трансляцію футбольних, баскетбольних, тенісних та ін. матчів. Ці передачі, крім інформації про спортивні події, намагаються прищепити молоді потребу самостійно займатися спортом.

- *Медичні* – “Медичний тижневик “36,6” (УТ-1, ТЕТ); “Планета Здоров’я”, “Супутник планети Здоров’я”, “Домашній доктор”, “Ліки майбутнього”, “Медичний центр “Довіра” (Інтер); “Збережемо здоров’я”, “Світ людини. Медицина” (ТЕТ, СТБ); “Рецепти здоров’я”, “Індустрія здоров’я” (7 канал); “Клятва Гіппократа” (Тоніс, Гравіс). З цих передач можна отримати кваліфіковані поради щодо збереження власного здоров’я, профілактики та запобігання різним хворобам. Тут також порушуються соціальні проблеми – алкоголізму, наркоманії, токсикоманії, тютюнопаління в дитячому та юнацькому середовищі.

- *Дитячі та молодіжні* – “Вулиця Сезам”, “Дітвора”, “Фан-клуб”, “Естафета”, “... до 16 і старше” (Інтер); “Молодіжна телевізійна служба”, “Створи себе” (ТЕТ); “Молодіжний канал М”, “Стрес”, “Бути собою”, “Ровесник” (7 канал) та інші. З цих передач діти і молодь мають можливість отримати досить різноманітну інформацію з багатьох галузей життя – здоров’я, спорт, секс, харчування, особиста гігієна, шкідливі звички і т.п. Позитивним є те, що кожна з цих програм орієнтована на конкретну вікову аудиторію і відповідно до цього будується.

- *Жіночі* – “Бути жінкою” (УТ-1, Гравіс); “Пані”, “Шарм” (Інтер); “Жінка на всі 100?” (ТЕТ); “Жіночий світ” (7 канал, Тоніс). Тут обговорюються жіночі проблеми і можливі шляхи їх розв’язання. Переглядаючи ці передачі, молоді дівчата поступово вчиться як стати господинею, дружиною, матір’ю.

- *Передачі з харчування* – “Сімейна кухня” (УТ-2); “Смачно з Бурдою”, “Смак” (Інтер); “Шоу їжі “Пальчики оближешь!”. Основною метою цих передач є презентація рекомендацій щодо різних кулінарних рецептів, і на жаль значно менше приділяється уваги пропаганді правильного харчування і лікувальних дієт.

- *Інформаційно-розважальні* – “Доброго ранку, Україно” (УТ-1); “Сніданок з “1+1”, “Шоу самотнього холостяка” (УТ-2); “Сім’я від А до Я”, “Воскресные встречи”, “Мелорама”, “Музичний під’їзд” (Інтер); “Джаз-степ-танц-клас!”, “Зачем и почему?” (ТЕТ); “Разом з вами” (ІСТБ); “Зоряні зустрічі” (Тоніс) та інші. У цих програмах питання здорового способу життя розглядаються досить побіжно, переважно у контексті загальної теми, певної системи щодо їхнього

висвітлення не існує. Однак позитивним є вже те, що інформація подається у розважальній і ненав'язливій формі.

Підводячи підсумок, можна сказати, що на сьогодні чітко продуманої системи висвітлення проблем здорового способу життя на телебаченні не розроблено. Передачі цієї тематики становлять незначний відсоток від загального масиву телебачення (найбільша частка з них припадає на канал "Інтер"). До того ж із назв програм не завжди ясно, про що в них піде мова, і іноді ці проблеми обговорюються там, де навіть важко про це здогадатися. Іншою проблемою є те, що ці передачі транслюються переважно вдень, коли значна частина дітей і молоді перебуває або на заняттях, або на роботі. З огляду на це доцільно було б змінити час виходу деяких передач. Відповідним державним установам і соціальним службам потрібно звернути увагу на те, щоб у спеціальних передачах, крім загальних порад, подавалися конкретні адреси, куди можна було б звернутися в разі потреби.

Подібні тенденції спостерігаються і в українському радіомовленні, де також відсутня чітка система подання матеріалу зазначеної тематики, але в цілому ряді радіопрограм присутні інформаційні елементи пропаганди здорового способу життя. Серед них можна назвати такі:

- *Перша програма* – Радіо "Родина": "Школяда", "Школярам", "Батькам"; Молодіжне радіо: "Європа-Центр", "Старшокласник", "Запобігти. Врятувати. Допомогти", "Контакт", "Берегиня", "Ваше здоров'я", "Все про футбол", "Спорт за тиждень" та інші.

- *Промінь* – психоаналітична програма для молоді "Знаю як", "Спортивний сніданок", "Молодіжні ініціативи", пізнавальна програма "Світ, у якому ти живеш", програма для молоді "Лімузин" та інші.

- *Третя програма* – радіоальманах "Читаючи журнали", культурологічна програма "Кажу вам!", "Успіх" та інші.

Соціологічні дослідження показали, що найбільшою популярністю у молодих людей користуються музичні радіостанції, насамперед, "Русское радио" і "Європа-плюс". Значна частка респондентів відповіла, що слухає основні державні радіопрограми – УР-1 і УР-2, які транслюються через стаціонарну дротову радіомережу. Це свідчить, що можливе більш активне використання радіоефіру для пропаганди здорового способу життя [3].

Частіше і певною мірою більш ґрунтовно ця проблема висвітлюється у пресі. У ході аналізу об'єктом уваги стали, насамперед, ті журнали, що видаються спеціально для дітей і юнацтва, – "Малятко", "Яблунька", "Соняшник", "Мурзилка", "Пізнайко", "Барвінок", "Однокласник", "Клас", "Yes!", "Cool girl", "Ровесник", а також ті, які призначені і для дорослих, і для молоді, – "Отдохни", "Лиза", "Натали". Аналіз змісту журналів за 1999 рік показав, що у жодному з них тема здорового способу життя не стала провідною, хоча проблема здоров'я так чи

інакше обговорюється на їхніх сторінках. Публікації з цього приводу можна тематично розбити на такі блоки:

- роз'яснення шкідливості тютюнопаління, вживання алкоголю та наркотиків – у журналах “Ровесник”, “Однокласник”, “Клас”, “Барвінок”;
- опис фізичних вправ – у журналах “Натали”, “Лиза”, “Отдохни”, “Ровесник”, “Cool girl”;
- реклама медикаментів, вітамінів – у журналах “Натали”, “Лиза”, “Отдохни”, “Пізнайко”;
- рецепти народної медицини – у журналах “Лиза”, “Отдохни”, “Барвінок”, “Яблунька”, “Однокласник”;
- проблеми статевого виховання – у журналах “Cool girl”, “YES!”, “Клас”;
- поради психологів, спеціалістів медицини – у журналах “Натали”, “Лиза”, “Отдохни”, “Ровесник”, “Клас”, “Cool girl”, “YES!”.

Серед дитячих журналів різні аспекти цієї проблеми найчастіше порушуються “Барвінком”, який розрахований на дітей 6-10 років. Цей журнал постійно проводить конкурси та вікторини на тему здорового способу життя, майже у кожному номері публікуються спеціальні статті, які подають чимало корисної інформації з питань здоров'я та гігієни.

Рубрика “Школа здоров'я” представлена і в журналі “Яблунька” (для дітей 4-6 років), але вона, на жаль, не регулярна і більшість матеріалів, вмішених там, досить поверхові й не цікаві для дітей цього віку. У популярному журналі “Пізнайко”, розрахованому на дітей 5-7 років, у питанні пропаганди здорового способу життя спостерігається певний перекося у бік рекламування різних вітамінів. Журнал роз'яснює дітям, що не обов'язково їсти всі овочі та фрукти – достатньо вживати “Вібовіт”, “Вітергін” та інші вітаміни. Думається, що дитячим виданням слід було б виважиніше підходити до таких публікацій. Журнали “Малютко”, “Соняшник”, “Мурзилка”, які призначені для наймолодших дітей, як не прикро, але взагалі не торкаються цієї теми. Лише в останньому з них у рубриці “Школа безпеки” у двох номерах розглядалися способи запобігання деяким травмам. Така неувага до проблем здоров'я навряд чи виправдана для дитячих видань, особливо ж огляду на те, що основи здорового способу життя доцільно закладати у молодшому дитячому віці.

Серед журналів, розрахованих на підлітків і юнацтво, можна назвати журнал “Однокласник”, де дана тема ведеться у художньо-розповідній формі і завдяки цьому легко сприймається читацькою аудиторією. Досить побіжно проблема здорового способу життя висвітлюється на сторінках журналу “Ровесник”, хоча у рубриці “Что говорят ... что пишут” існує окрема колонка “О здоровье для здоровых”, а також рубрика “О спорте большом и маленьком”.

У журналі “Клас” спеціально не виділяється дана проблема, але в ряді постійних рубрик, вміщуються публікації, які дають відповіді на найбільш

хвилюючі питання підлітків щодо їхнього фізичного та психічного розвитку. У цьому плані треба відзначити рубрику “Лікбез для хлопців”. Проблеми статевого розвитку є також постійною темою публікацій у журналах “Cool girl” і “Yes” (хоча деякі з них носять занадто відвертий характер і певною мірою сприяють зниженню рівня сексуальної культури). Крім цього, у цих журналах пропонуються фізичні вправи, подаються поради психологів і спеціалістів медицини для підлітків.

Розважальні журнали “Лиза”, “Отдохни”, “Натали” для дорослих і молоді мають постійні рубрики, в яких публікуються корисні поради щодо лікування і профілактики різноманітних захворювань, серії гімнастичних вправ, види лікувальних дієт, масажу та ін. Стосовно “Натали” можна зазначити, що він певною мірою перевантажений рекламою різних косметичних і лікувальних препаратів, спортивного устаткування. З одного боку, це необхідний крок для забезпечення фінансування журналу, а з іншого – ведеться, певною мірою, нав’язування молоді певних видів продукції, передусім іноземного виробництва.

Таким чином, аналіз змісту перерахованих журналів свідчить, що у більшості з них тема висвітлюється нерегулярно і безсистемно. На противагу можна назвати журнал “Будьмо здорові”, де з першого номера ведеться рубрика “За здоровий спосіб життя”. Тут розглядаються проблеми природного оздоровлення, здорового харчування, фізичної активності, подолання шкідливих звичок (тютнопаління, алкоголізму, наркоманії), психічного здоров’я, профілактики недуг. У постійних рубриках “Азбука здоров’я”, “Складові здоров’я”, “Пізнай себе”, “Енциклопедія Здоров’я”, “Рости здорова, дитино” надаються конкретні поради дієтологів, натуропатів, представників народної та традиційної медицини, пропонуються комплекси фізичних вправ. Взагалі більшість публікацій спрямована на формування у читачів переконаності щодо необхідності ведення здорового способу життя.

Серед газет можна позитивно відзначити газету “Здоров’я киян”, в якій пропаганда здорового способу життя серед мешканців Києва є домінуючою темою значної кількості публікацій. У газеті запроваджені також спеціальні рубрики “Молодим – про здоровий спосіб життя” і “Загартовуйся з юнацьких років”, даються досить змістовні рекомендації для молоді.

Багато в цьому напрямі робить і найстаріше українське видання – “Спортивна газета”, яка намагається сформувати в суспільстві думку про те, що ведення здорового способу життя можливе незалежно від рівня особистих прибутків. На спеціалізованих шпальтах (“Салон пані Валерії”, “Супермен”) висвітлюються питання з дієтології, оздоровчих гімнастик, аутотренінгу. Читач отримує практичні поради з оволодіння новими оздоровчими системами – аеробікою, шейпінгом, бодібілдингом тощо.

Певним зрушенням у напрямі активізації пропаганди здорового способу

життя можна вважати і появу в 1999 році всеукраїнської газети “Валеологія” – видання про культуру здоров’я, здоровий спосіб життя та методи зцілення. Газета розрахована на широке коло читачів – батьків, педагогів, молодь та дітей, включаючи і зовсім маленьких.

Проблема здорового способу життя тією, чи іншою мірою порушується і на сторінках таких популярних газет, як “Факты”, “Киевские ведомости”, “Вечірній Київ”, “Сегодня”, “Аргументы и факты” та інші. Кореспонденти цих газет в авторських статтях торкаються таких тем, як здоров’я дітей, дитяче харчування, дитяча бездоглядність, злочинність, дитячий суїцид, вживання дітьми алкоголю та наркотиків тощо. Але більшість цих публікацій носить сенсаційний характер і має за мету привернути увагу читача, а не ґрунтовно дослідити причини цих негативних явищ, а тим паче запропонувати реальні шляхи їх подолання.

Теми здоров’я та спорту висвітлюють такі молодіжні газети, як “Гарт”, “Зірка”, “Злагода”, “Молодь України”, “Перемена”, “Україна молода”, “Український футбол”, “Я, ти, ми”, спеціалізовані журнали “Медицина України”, “Мир натуральної медицини”. В них часто публікуються матеріали, розраховані на фахівця – спортсмена, тренера, медика та ін. Із вищезазначеного можна зробити висновок, що більшість сучасних українських ЗМІ в тій чи іншій формі торкається проблем формування основних засад здорового способу життя серед дітей і молоді.

На думку молоді, за даними національного опитування дітей та молоді (жовтень 1999 р.), найбільш впливовими інформаційними джерелами з питань негативного впливу на здоров’я наркотичних речовин (тютюн, алкоголь та наркотики) є, перш за все, телебачення (64%), газети (44%), радіо (25%). Останні позиції за рейтингом цих джерел займають спеціальна література (книжки, журнали, довідники) та інформаційні буклети і листівки. Стосовно такого джерела інформації, як Інтернет, то молоді люди готові звернутися до нього вдвічі частіше, ніж роблять це зараз, але слід враховувати, що це більшою мірою стосується мешканців обласних центрів та великих міст і значно менше – сільської молоді [4; 24].

Ці дані свідчать про те, що робота ЗМІ у цьому напрямі не є марною і має свої позитивні наслідки. А це доводить, що доцільно якнайповніше використовувати всі можливі засоби впливу на дитячу та юнацьку аудиторію. Досвід багатьох західних країн свідчить, що навіть незначні позитивні зміни у способі життя населення дозволяють істотно знизити ризик захворювань і смертності.

Підводячи підсумок, можна констатувати, що українські засоби масової інформації сьогодні є вагомим чинником впливу на людську свідомість взагалі, а особливо – на свідомість та формування певного стилю, способу життя молодого покоління країни. Зараз в інформаційному просторі України відсутня потужна

система узгоджених конструктивних ідеологем, здатних консолідувати суспільство для подолання існуючої кризи. Натомість в ньому проявляється низка негативних тенденцій, які за умови їх подальшого розвитку можуть призвести до критичного ступеня дезорієнтації і деморалізації населення. У ситуації сучасної соціально-психологічної нестабільності варто, щоб засоби масової інформації взяли на себе місію вироблення і утвердження національної ідеології, заснованої на кращих національних традиціях і загальнолюдських цінностях та орієнтованої на оптимістичну перспективу розбудови незалежної України.

Л і т е р а т у р а :

1. Мудрик А.В. Социальная педагогика: Учеб для студ. пед. вузов / Под ред. В. А. Сластенина. – М.: “Академия”, 1999. – 184 с.

2. Інформаційний бюлетень “Моніторинг громадської думки населення України” № 4(53) за квітень 2001 р. – 25 с.

3. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді/ О. Яременко, О. Балакирева, Н. Бутенко, О. Вакуленко та ін. – К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2000. – 111 с.

4. Формування здорового способу життя: Навч. посібн. для слухачів курсів підвищення кваліфікації державних службовців/ О. Яременко, О. Вакуленко, Л. Жаліло, Н. Комарова та ін. – К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2000. – 232 с.

Карпенко О.Г.

ОБ’ЄКТ, ПРЕДМЕТ ТА МЕТОДИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ: СИСТЕМНИЙ ПІДХІД

Утвердження соціальної роботи як окремої галузі соціальної практики та самостійного виду професійної діяльності відбулося в Україні на початку 90-х років ХХ століття. Специфіка процесу становлення соціальної роботи в Україні полягає в тому, що невирішеність проблем у соціальній сфері змушує фахівців соціальної роботи паралельно вирішувати два питання: налагоджувати ефективні систему соціального захисту та розробляти теоретико-методологічні основу, що є адекватною сучасним умовам. Створення ефективної системи соціальної освіти є важливою передумовою вирішення багатьох соціальних проблем засобами професійної соціальної роботи.

Активізація процесу підготовки соціальних працівників змусила звернути серйозну увагу на теоретико-методологічні проблеми соціальної роботи. Багато фахівців прийшли до висновку, що подальший розвиток практики соціальної роботи обумовлює необхідність інвентаризації її теорій.