

## **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН НА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОСВІДОМОСТІ МОЛОДІ**

**Актуальність дослідження:** необхідність в розкритті філософської сутності впливу інформаційних війн на формування цінностей молоді.

Розробленість в науковій літературі: дослідженням проблеми національної свідомості займалися такі науковці: Головаха Е., Здіорук С. І., Шелестова Л., Попович М., Пазенок В., Кримський С., Сабадуха В. та інші.

**Мета дослідження:** визначення оптимальних умов впливу засобів масової інформації на формування національної свідомості громадян України як основи консолідації суспільства на підставі дослідження сучасного стану функціонування вітчизняних ЗМІ, особливостей реалізації державної інформаційної політики в сучасних умовах.

**Завдання дослідження:** з'ясування ролі засобів масової інформації у процесах формування національної свідомості громадян України; охарактеризувати інструменти впливу ЗМІ на створення у суспільстві відповідної системи світоглядно-ціннісних орієнтацій, визначити напрями діяльності органів державної влади щодо забезпечення повноцінного функціонування ЗМІ як чинника формування національної свідомості в умовах глобалізаційних процесів.

**Об'єкт дослідження:** вплив інформаційних технологій на людину та суспільство в цілому.

**Предмет дослідження:** вплив самих засобів масової інформації на національну самосвідомість.

Все більше в сучасному суспільстві стверджується думка про те, що людство знаходиться на початку розвитку "третьої" (поряд з усною та писемною) системи культури - культури засобів масової комунікації суспільства. У той же час, з точки зору соціологічної науки, люди, що складають аудиторію масової комунікації, розглядаються як особистості, котрі "включаються" в мережу реальних суспільних відносин завдяки функціонуванню технічних засобів.

Масова комунікація дозволяє їм встановлювати та підтримувати зв'язок з більш широким соціальним середовищем, кордони якого знаходяться далеко за межами їх безпосереднього оточення. Вирішальне значення у вирішенні ефективності та значущості для людини цих процесів має те, наскільки практика реального суспільного життя особистості співвідноситься із змістом одержаної інформації [4].

Національна мережа засобів масової комунікації – це один із "трьох китів", на якому базується державна самосвідомість, поряд з національною інтелігенцією та національною політичною елітою" [3,75].

Подобається нам сучасна інформація, яку надають ЗМІ чи ні, вона є невід'ємною частиною ринкових процесів і сучасного життя в цілому. В умовах конкурентної боротьби великої кількості виробників однакових товарів, телекомпаній, політичних партій надання інформації виходить за межі простого інформування, розрахованого на свідоме сприйняття і трансформується у більш дійовий засіб впливу – в психологічне програмування, підсвідоме навіювання.

Складовою суспільної свідомості є національна свідомість, яку науковці визначають як систему колективних соціально-психологічних феноменів, сутністю котрих насамперед є уявлення про свою спільноту як національну, окрему від інших спільнот. Основними елементами національної свідомості, насамперед, є: етнічна та національна ідентичність, етнічна свідомість, національна самосвідомість, подвійна етнонаціональна свідомість, історична пам'ять, національна мрія, національна ідея, національний менталітет і характер [4, 87].

Такий вплив ЗМІ на людей, їх моральні цінності, етичні і поведінкові норми, може зруйнувати структуру суспільних цінностей, викликати заміну вищих цінностей цінностями

нижчих порядків, що призводить до морального розладу молоді і суспільства в цілому і, безумовно, може причинити розвиток негативних тенденцій у суспільстві [4, 88].

Сучасні ЗМІ, особливо телебачення набувають планетарного характеру, звертаються до багатомільйонної аудиторії, створюють новий тип культури – аудіовізуальний [2].

Національно свідомі працівники засобів масової інформації у своїй діяльності дотримуються принципів загальнолюдської моралі, суть якої полягає в тому, що завжди правильно чинить той, хто захищає свою мову, культуру.

Рівень впливу тих чи інших засобів масової інформації у різних вікових групах є різним. Так, серед вікових груп 10 - 14 років найбільш популярними є спеціальні журнали та радіо. У наступних (15 - 22 років) вікових групах зростає рівень використання таких інформаційних джерел як телебачення, інформаційні буклети, газети.

На жаль, сьогодні система українських національних ЗМІ об'єктивно поки що не орієнтована на формування розвиненої національної свідомості та державно-політичної ідентичності, збереження культурно-історичної самобутності українського суспільства. Значна частина ЗМІ орієнтована не на задоволення комунікативно-інформаційних та просвітницько-виховних потреб суспільства, а насамперед на обробку суспільної свідомості в інтересах різних політичних сил, висвітлює приватні чи корпоративні інтереси певних фінансово-економічних угруповань.

Національна свідомість ґрунтується на уявленнях етноспільноти про соціальні цінності, норми, спільне походження, традиції, що своїми коренями сягають далекого минулого. Вона глибоко пов'язана з територією проживання, мовою, соціально-економічними набутками, які акумулюються в особливостях духовного розвитку, політичних інституціях, національних інтересах і традиціях, ідеях, національній мрії, національній ідеї, національній ментальності, національному характерові, національній психології [2, 45].

До елементів національної свідомості Ю. Бромлей відносить етнічну свідомість та уявлення про типові риси своєї спільноти, уявлення про рідну землю чи територію народу та про національний державний устрій [3, 176-183].

Висновок: засоби масової інформації та комунікації, реклама, у відношенні до проблем поширення національної самосвідомості, мають досить виражений дуалістичний характер. З одного боку, саме за допомогою ЗМІ та реклами поширюються певні настанови. З іншого боку - саме ЗМІ володіють найміцнішими каналами впливу для нас.

Небезпека глобального негативного впливу засобів масової інформації на особистість існує, та може бути нейтралізована шляхом визначення психологічного впливу певних інновацій. Протидіяти негативному впливові телебачення можна й потрібно.

Інформаційна війна наділена великим потенціалом для повної заміни фізичного примусу на психологічний вплив. У конструктивному руслі це може бути використано для забезпечення стабільності сучасної цивілізації. В умовах інформаційної війни об'єктами руйнування стають ціннісні орієнтири суспільства, національний менталітет, суспільний ідеал, а одним з основних інструментів деструктивного інформаційного впливу стають засоби масової комунікації.

### *Література*

1. Гнасевич, Н. В. Вплив політичної пропаганди в інформаційно-психологічних операціях : принципи, форми та засоби впливу / Н. В. Гнасевич, О. М. Рудакевич // Україна в умовах реформування правової системи : сучасні реалії та міжнародний досвід : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. [м. Тернопіль, 21-22 квіт. 2017р.]. - Тернопіль : Економічна думка, 2017. - С. 323-328.

2. Куц Ю. Національна свідомість і самосвідомість у етнополітиці й державотворенні / Ю. Куц // Актуальні проблеми державного управління: Наук. зб. - Х.: Харк. філ. УАДУ, 2000. - № 2(7). - С. 45-52.

3. Лизанчук В. Феномен невмирущості нації / В. Лизанчук // Наукові записки АН ВШ України. - 2004. - Вип. 6, 9-29. - С. 74-81.

4. Попович М. В. Національна ідея і соціальні трансформації в Україні / За ред. М .В.Поповича.// - К.: УЦДК, 2005. - 328 с.
5. Гончарук, Т. В. Ментально-філософські засади національного буття, їх детермінуючий вплив на суспільні процеси [Текст] / Т. В. Гончарук // Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної української нації : монографія / Т. В. Гончарук, Н. В. Гнасевич, М. І. Гурик [та ін.] ; кер. авт. кол. О. М. Рудакевич. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – С. 44-71
6. Гончарук Т., Шумка М. Національно-культурна ідентичність як маркер модернізованого українського суспільства // Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей: Збірник наукових праць. Книга 6. – Л.: УБС НБУ, 2013. – 722с. – С. 391-399.
7. Гурик, М. І. Історична пам'ять народу у контексті актуальних завдань розбудови модерної української нації. / М. І. Гурик // Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної української нації : монографія / Т. В. Гончарук, Н. В. Гнасевич, М. І. Гурик [та ін.] ; кер. авт. кол. О. М. Рудакевич. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – С. 90-113.
8. Гнасевич Н. В. Українська національна ідея: генеза та сучасний зміст / Н. В. Гнасевич // Світоглядні та соціокультурні засади формування української модерної нації: моногр. / авт.колектив : О. М. Рудакевич (керівник) та ін. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – 256 с.
9. Рудакевич, О. Взаємозв'язок національної ідентичності і культури в націєтворчому процесі / О.Рудакевич // Грані : [наук.-теорет. громад.-політ. альманах]. – 2010. – № 2. – С. 155–159.