

Шайгородський Юрій Жанович

Вплив медіа на суспільно-політичні та етико-моральні процеси в Україні

УДК 32:316.3:004.77:17.02(477)
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-6.15>

Шайгородський Юрій Жанович
доктор політичних наук, професор,
заступник директора з наукової роботи
Інституту політичних і етнонаціональних
досліджень
імені І. Ф. Кураса Національної академії
наук України
вул. Генерала Алмазова, 8,
Київ, Україна

Визначено домінантні канали впливу мас-медіа на усілякі процеси в суспільстві, його позитивні та негативні наслідки. Показано, що вплив мас-медіа на суспільно-політичні процеси та на формування морально-етичних норм не є лінійним, безпосереднім, а опосередковується передусім соціально-груповою рефлексією.

Проаналізовано зміст вітчизняного телевізійного контенту, виокремлено проблему небезпеки неконтрольованого розвитку і неетичного використання сучасних інтернет-технологій. Доведено, що завдяки технологічним можливостям та доступності медіа суттєво впливають на формування сучасного порядку денного, на суспільно-політичні процеси, на рівень загальної та політичної культури, суспільної інтеграції та консолідації.

Обґрунтовано, що сучасний телевізійний та інтернет-контент є суттєвим чинником не лише позитивного, але й негативного впливу на суспільну свідомість та поведінку, позначається на ціннісних орієнтаціях як системній сукупності уявлень про належне, норми, оцінки, установки. Мас-медіа належить особлива роль у процесі формування світогляду, ціннісних орієнтацій і моральних якостей передусім молодого покоління. Адаже для сприйняття як позитивних, так і негативних моделей поведінки найбільш «відкритими» виявились діти та молодь. Саме в підлітковому та юнацькому середовищі передусім зростає кількість проявів агресивної поведінки.

Наголошено на небезпеці негативних впливів сучасних інтернет-технологій на свідомість та мисленнєву діяльність, зокрема молодих людей. Актуалізовано проблему реформування системи освіти, науки, культури, дієвого моніторингу інформаційного простору, розробки комплексної програми, зорієнтованої на реалізацію практичних заходів та створення умов, які сприяли б гармонізації особистісного та суспільного розвитку, формуванню активної суспільно-політичної та громадянської позиції.

Ключові слова: суспільно-політичні процеси, політична культура, мас-медіа, цінності, ціннісні орієнтації, суспільна мораль, інтернет-залежність, деструктивний вплив мас-медіа.

Вступ. Загальноприйнятим та усталеним, зокрема в соціальних та поведінкових науках, є визнання суттєвості впливу засобів масової інформації на сприйняття громадянами суспільно-політичних процесів, їх оцінку, а відтак – на рівень громадянської активності; на становлення й утвердження суспільної моралі, її норм і принципів; на формування світогляду, на побудову моделей взаємодії між людьми та норм поведінки в суспільстві. Підтверджують наявність і вагомість такого впливу численні соціологічні, психологічні, філософські, педагогічні дослідження. Дійсно, нині інформаційно-комунікаційний ресурс набув такого розвитку, що охоплює практично всі сфери діяльності людей, а комунікаційна складова цього ресурсу перетворила його у своєрідний мейнстрим [2]. Від його змісту значною мірою залежить визначення «суспільного порядку денного» [3], домінантних напрямів культурного, наукового, суспільно-політичного, морально-етичного, інформаційного просторів життєдіяльності. На особистісному рівні *mainstream media* [1] впливають на оцінки і судження, на формування ціннісних орієнтацій і установок, а відтак – на ставлення до суспільно-політичних процесів, визначення етико-моральних меж, моделей і норм поведінки.

Як і будь-яке глобальне явище, інформатизація має свої позитивні й негативні сторони. З одного

боку, це швидке й практично безперешкодне та всеохоплююче розповсюдження інформації, що дає можливість підвищити рівень інтелектуального розвитку, розвитку освіти та культури, посилити аналітичні, прогностичні можливості, налагодити комунікації. З другого – це широкі можливості для пропагандистського, маніпуляційного, провокативного впливу з метою поширення неправдивої інформації, зразків деструктивної поведінки, розпалювання міжнаціональної та міжконфесійної ворожнечі тощо.

Мета і завдання. Метою статті є визначення впливу медіа на суспільно-політичні та етико-моральні процеси в Україні. Виходячи з цього, в наступні завдання: дослідити особливості впливу сучасних медіа на суспільно-політичні та етико-моральні процеси в Україні; визначити домінантні канали цього впливу, його позитивні та негативні наслідки.

Методи дослідження. Дослідження виконано з оперттям на методи загальнонаукового, філософського, системного, логічного, структурно-функціонального, соціально- та політико-психологічного аналізу. Використання цих методів уможливило, з одного боку, цілісне сприйняття об'єкта дослідження в поєднанні його зв'язків і взаємозалежностей, з другого – виокремлення функцій, визначення спрямованості та можливих напрямів

і наслідків медіа-впливу на рівень політичної культури та суспільної моралі як складових суспільно-політичних процесів.

Результати. У контексті нашого дослідження важливим є врахування того, що вплив мас-медіа на суспільно-політичні процеси, на процеси соціалізації, психологічного розвитку та формування ціннісних орієнтацій не є лінійним, безпосереднім, а ціннісні орієнтації як системна сукупність уявлень, норм, оцінок, цінностей і установок, як регулятор поведінки і підстава її оцінки не є продуктом виключно медіа впливу. Вони є передусім продуктом впливу соціально-групового – рефлексією на судження «значущих інших», референтних груп (за Г. Хайменом). У ранньому дитинстві – це переважно батьки й близькі родичі; у молодшому шкільному віці – вчителі; в підлітковому й ранньому юнацькому – ровесники. Перехід до дорослого життя передбачає приєднання до цілого кола референтних груп (різних за функціональною спрямованістю та структурованістю) – навчальних, професійних, формальних і неформальних тощо. Тобто вплив на формування політичної свідомості, морально-етичних норм і якостей є переважно опосередкованим – через референтні групи. При цьому варто врахувати й те, що опосередкований вплив є досить потужним, оскільки референтна група набуває ознак «значущих інших». Саме в цих групах передусім відбувається самоідентифікація й інтенсивний процес «оцінки», «переоцінки», «коригування» й інтеріоризації цінностей, своєрідний контроль і «звіряння» поведінки. Усі ці референтні групи є т. зв. «групами присутності» (або ж «членськими референтними групами», за Р. Мертоном), до яких людина входить безпосередньо, членом яких вона є.

Водночас існують групи, які в соціальних і поведінкових науках дістали назву «ідеальних референтних груп». «Ідеальна референтна група» – це група, існування якої ґрунтується здебільшого на парасоціальній взаємодії – уявній, вигаданій, «побудованій» свідомістю групи, до складу якої людина не входить. У цьому випадку еталоном суб'єктивних оцінок, життєвих ідеалів та планів, моделей поведінки, ціннісних орієнтирів виступають герої фільмів, телевізійні «зірки», літературні герої, історичні й політичні діячі тощо. Ці уявлення міфологізовані, у свідомості людини вони позбавлені суперечностей. Саме тому «ідеальною референтною групою» можуть стати цінності ідеалізованих епох – «епохи лицарів», «світлого радянського минулого», «безклопітного європейського майбутнього» тощо. І якщо вплив медіа на процеси соціалізації, формування ціннісних орієнтацій особистості, моральних норм і принципів у межах «груп присутності» є суттєвим, то в формування уявлень про «еталонну» групу – майже всевладним. Поступово медіа як складова інформаційного суспіль-

ства набуває усе більшої ваги у визначенні напрямів суспільно-політичного розвитку, в процесах соціалізації, формування цінностей і орієнтацій, поведінкових і моральних норм, правил взаємодії та форм спілкування.

Дослідження впливу медіа на сучасні суспільно-політичні та етико-моральні складові ментального розвитку в контексті утвердження демократичних принципів та суспільної моралі передбачає визначення основних каналів та форм цього впливу, аналіз домінуючих тенденцій, а також – наявних та можливих його наслідків. Попри те, що протягом останнього часу майже вдвічі (з 23,5% у 2018 до 44,1% у 2020 році) зросла кількість користувачів соціальних мереж, телебачення, як і раніше, залишається безперечним лідером інформаційного поля, і навіть суттєве зростання кількості інтернет-користувачів мало позначилося на його популярності. Як свідчать результати соціологічних досліджень, 75% опитаних отримують інформацію про стан справ в Україні та світі, переглядаючи програми телебачення [20]. Водночас до найпопулярніших інформаційних джерел входять й інтернет-медіа. Тож – кількість тих, хто отримує інформацію переважно з телевізора, й тих, хто віддає в цьому перевагу Інтернету, майже зрівнялася (адже сумарно кількість тих, хто для отримання інформації користується переважно соціальними мережами й інтернет-ЗМІ, становила 71%).

Порівняно широка мережа телевізійних каналів різниться не лише за домінуючими жанрами (про що свідчать, зокрема, й здійснений нами контент-аналіз обсягу й змісту загальнонаціональних каналів телебачення [див. 17, с. 177–178], а й за рівнем довіри глядачів до самих каналів [20]. Серед телеканалів першої п'ятірки за рівнем довіри (з показниками понад 10%) увійшли: «1+1» (24,2%), «Україна» (18,9%), «ICTV» (16,8%), «СТБ» (14,6%) та телеканал «Інтер» (13,0%). Найбільше увагу телеглядачів привертають новинні програми. Їх популярність (залежно від віку), коливається від 57% до 76%, суттєво «випереджаючи» інші жанри телепродукції. І це зрозуміло. Новини, їх зміст та емоційна спрямованість слугують для глядачів своєрідним «коректором» оцінок і поведінки. Найрейтинговою програмою новин на українському телебаченні є «Телевізійна студія новин» (ТСН) каналу «1+1». (Зазначимо, за результатами дослідження Центру соціальних та маркетингових досліджень «Социс» загальне охоплення телеаудиторії ТСН перевищує 27 млн глядачів [16]).

Водночас здійснений автором статті контент-аналіз змісту програм «Телевізійної студії новин» засвідчив стійку тенденцію до поширення новин негативного змісту. Понад 80% часу й дві третини сюжетів програми присвячено висвітленню надзвичайних ситуацій, сюжетам, пов'язаним із людськими жертвами, криміналом, стихійними

та рукотворними лихами, життєвими негараздами, хворобами, корупцією, людськими втратами тощо [18, с. 36–37]. Такі повідомлення формують у глядача враження домінування аморальності в суспільстві, когнітивного дисонансу – розбіжності між очікуваннями й дійсністю. Очевидно, що інформація про безкарність «мажорів» – порушників правил дорожнього руху, що призвело до смертей та каліцтв, про корупціонерів, які unikли покарання, про політиків-невігласів, яким присуджуються наукові ступені й присвоюються вчені звання тощо, руйнує етичні запобіжники, викликає зневіру у справедливість та унормованість суспільного життя.

Домінування негативних новин викликають відповідні емоції – тривогу, розпач, невдоволення, сум, жаль, розчарування, гнів, обурення, заздрість, ненависть, злість, розгубленість, страх. А страх – найсильніша людська емоція, оскільки в його основі – інстинкт самозбереження, й виникає він як реакція на небезпеку, на загрозу реального або передбачуваного лиха. Страх мобілізує людину на реалізацію уникаючої поведінки (К. Ізард). Після невдалих спроб впливу на негативні обставини середовища у людини виникає особливий стан – «набутої безпорадності» (М. Селігман). Явище синдрому «набутої безпорадності» формується внаслідок нездатності впливати на події й контролювати їх, але які сприймаються як особистісно спрямовані. Дослідники цього психологічного феномену відзначають, що поведінка людей під впливом факторів, що породжують цей синдром, характеризується пасивністю, відмовою від активних дій з подолання проблем, супроводжується втратою відчуття свободи та контролю, невірою у можливість змін, у власні сили, пригніченістю, безпорадністю тощо. Ці стани є маркерами «набутої безпорадності» й переносяться на інші ситуації, тобто генералізуються (Д. Хіротто). Візуалізація ж змісту (за допомогою телебачення) посилює емоційний вплив на людину, опосередковуючи та корегуючи сприйняття нею реальності (Е. Бойд).

Винятковий ефект телебачення, окрім власне змістової спрямованості, полягає у самому факті його існування, його доступності, здатності звести мільйони громадян до рівня пасивних глядачів та інформ-споживачів протягом значної частини їхнього життя. Дослідники встановили, що нині чи не в кожному помешканні телевізор увімкнений в середньому сім годин на добу. За даними компанії з дослідження ринку Childwise [15], діти віком від 5 до 16 років проводять перед екраном телевізора у середньому шість з половиною годин на день. Діти віком від 5 до 10 років щоденно витрачають на перегляд ТБ близько чотирьох з половиною годин. Найдовше користуються електронікою хлопці-підлітки – у середньому вісім годин на

добу (підлітки-дівчата проводять перед екраном у середньому сім з половиною годин).

На тлі інтенсивного розвитку Інтернету посилюється тенденція психологічної залежності від нього. «Інтернет-залежність» – так визначається психічний розлад, що виникає на ґрунті зловживання Інтернетом [12]. Психологи-дослідники [4], а з часом і психіатри визнали нав'язливу потребу і звикання до Інтернету однією з форм психологічної залежності людини. Це явище може спричинити стан, у якому людина фокусуватиметься на віртуальному, а не на реальному світі. Психологічні дослідження [21] інтернет-залежності зосереджуються на характеристиках віртуального середовища, його проєкції на реальність життєдіяльності та на психологічних особливостях осіб, що підпадають під цей вид залежності. Відбувається своєрідна заміна реальних відносин на відносини віртуальні [10]. На небезпеку негативних впливів на свідомість та мисленнєву діяльність у контексті поширення інтернет-технологій вказали й доповідачі Римського клубу. На його ювілейному, п'ятдесятому, засіданні (2021) особливу увагу приділено необхідності розвитку інтегрального мислення, не обмежуючись його аналітичними формами. Крім того, як зазначається в доповіді Римського клубу, розвиток штучного інтелекту демотивує людей – якщо технології «вирішать усі проблеми», зникає потреба у пошуку складних, комплексних рішень, які потребують зміни способу життя. Наголошується на існуванні загрози неконтрольованого розвитку і неетичного використання сучасних технологій [6].

Дійсно, практично необмежений доступ до інформації не завжди сприяє розвиткові логічного й критичного мислення. Штучний інтелект спрощує процес вибору, часто це залежить від уже «зафіксованих» інтернет-програмами уподобань користувача, або ж – домінантного в мережі тренду, – пропонує «готові рішення», робить цей вибір автоматичним, практично безальтернативним і прогнозованим. З одного боку, такий алгоритм «прийняття рішень» є корисним, щонайменше – з технологічної точки зору. З другого – позбавляє людей навичок (привчає до не обов'язковості) аналітичного мислення, критичного ставлення до пропонувананих рішень, зрештою – формування самого процесу мислення та його необхідних складових – суджень, умовиводів, які є передумовою освоєння нових знань, їх інтеграції у власну систему цінностей, значень і смислів [19].

Мас-медіа належить особлива роль у процесі формування світогляду, ціннісних орієнтацій і моральних якостей передусім молодого покоління. Адже для сприйняття як позитивних, так і негативних моделей поведінки найбільш «відкритими» виявились діти та молодь. Саме в підлітковому та юнацькому середовищі передусім

зростає кількість проявів агресивної поведінки. До заборонених раніше жанрів і тем звернулися й активно використовують їх і кінематографісти. Зокрема, неухильно зростає кількість фільмів зі сценами насильства, утім, як і ступінь натуралізму в його зображенні. Моніторингом телевізійного контенту [9] було встановлено, що на телевізійному екрані український телеглядач сцени агресії бачить в середньому кожні 16 хвилин, а в період з 19.00 до 23.00 (прайм-тайм), коли перед екраном збирається найбільша глядацька аудиторія, цей умовний інтервал скорочується до 12 хвилин. За результатами опитування, понад 80% хлопчиків та 77% дівчаток-підлітків ствердно відповіли на запитання «Чи ти любиш фільми жахів?» [7]. Часто телебачення пропонує певні способи вирішення конфліктів. Нерідко вони побудовані на агресивності [8]. Зрозуміло, що залежність між спогляданням насильства, аморальної й агресивної поведінки не можна назвати лінійною. Водночас високий рівень насильства, характерний для сучасної кіно- і телепродукції, негативно впливає (поряд з іншими соціальними факторами) на оціночні судження й формування поведінкових норм. Нерідко уявлення про норми та правила, про шляхи досягнення цілей людина прагне перенести із віртуального у світ реальний.

Маємо визнати, що досить часто впливи соціальних мереж є деструктивними. На жаль, прикладів, що підтверджують такий висновок, чимало: група в соцмережі «Синій кит», контент якої пропагував суїцид, що призвело до реальних смертей серед підлітків та молодих людей; «Новый путь» [14] – група, яка прийшла на зміну колишньої й пропонує підліткам участь у смертельних іграх. Неабиякого поширення в мережі набули групи й публікації, пов'язані з популяризацією сюжету південнокорейського трилера про виживання «Гра в кальмара». Не всі глядачі зрозуміють, що ідея фільму полягає в критиці сучасної капіталістичної системи. Натомість під час перегляду глядач переконується, що досягти життєвого успіху можна або випадково, або ж ціною фізичного знищення оточуючих. З героїв де-факто знято всю особисту моральну відповідальність за свій вибір, так само як за вчинки, які йому передували. Усі вбивства у фільмі подані настільки легко та невимушено, що будь-який підліток подумає, наскільки легко та невимушено можна організувати та реалізувати такий злочин. (Показово, що трилер «Гра в кальмара» протягом короткого часу очолив загальносвітовий рейтинг стрімінгового сервісу Netflix).

Пристрасть до комп'ютерних ігор захопила чимало людей різного віку, особливо підліткового та юнацького. Інтернет-компанії Facebook та Microsoft працюють над створенням віртуальних (virtual reality, VR) проєктів «метавсесвіту». Facebook, на шляху до поєднання соці-

альної мережі з віртуальною реальністю, вже оголосив про ребрендинг і перехід до назви Meta. У 2017 році компанією Epic Games створено онлайн гру Fortnite, і це не просто інтерактивна гра, оскільки користувачі заходять у неї як у соціальну мережу, створюють групи, спілкуються, налагоджують віртуальні стосунки, мають можливість переходити у т. зв. «творчий» режим і створювати власний контент. За неповні чотири роки існування, на кінець 2020 року, в цій грі було зареєстровано понад 350 мільйонів осіб, або ж – 5% усього населення планети [13].

Розширює традиційні функції ЗМІ й поява т. зв. «непрофесійних медіа», які створюються самими користувачами Інтернету. Адже, і пост у Facebook, і публікація в Instagram, і власний канал на YouTube – також є інформаційно-комунікаційними засобами. Значного поширення набули форми поведінки, передусім підлітків, які пов'язані з небезпекою для здоров'я й життя та зорієнтовані на висвітлення в групах соціальних мережах (зокрема, в Instagram, в TikTok та ін.) – рух «дріфтерів-любителів»*, «зачеперів»**, «руферів»*** тощо.

В умовах соціального розшарування, несправедливого розподілу благ і колосальної майнової диференціації цей аспект перетворюється в суттєвий моральний, а зрештою – й поведінковий чинник. Водночас і телебачення, й інтернет-мережа часто «пропонують» продукцію з досить спрощеними сюжетами. Результати аналізу телевізійного контенту свідчать, що загалом в ефірі загальнонаціональних телевізійних каналів домінуючими є формати телевізійного серіалу (понад 35% загального ефірного часу). Навіть побіжний аналіз змісту телесеріалів вказує на перевагу мелодрам, фільмів кримінального жанру, стрічок з містичними сюжетами тощо. Більшість мелодраматичних серіалів побудована в межах досить простих сюжетних ліній, коли нічим непримітна дівчина за «щасливим» збігом обставин стає знаменитою, багатую й коханою; або ж багатими й успішними стають герої фільму внаслідок злочину – пограбування банку, афери, корупції, або ж вбивства. Низка телепродукції ґрунтується на легітиматії в суспільній свідомості протиправних дій поліцейських, демонстрації порушення ними прав людини задля «торжества справедливості» тощо. Пропоновані телесюжети можуть слугувати глядачам підставою для власного життєвого планування, уявлення про потреби й способи їх задоволення. Розрив між бажаним і реальним, між соціальними очікуваннями й можливостями часто призводить

* Дріфт (англ. Drift) – техніка проходження поворотів, вид автоспорту.

** Зачепінг, трейнсерфінг – екстремальна розвага, проїзд на автотзачапах вагонів, поручнях та підніжках, на гальмівних майданчиках та на дахах електропоїздів.

*** Руфер – людина, що прогулюється по дахах.

до депривації* – психічного стану, коли впродовж тривалого часу людина не має змоги достатньою мірою задовольняти бажані матеріальні й психічні потреби. Такий стан призводить до соціальної дезорієнтації, моральних і психологічних відхилень у поведінці та діяльності.

Ціла низка розважальних програм також використовує вже сформоване у певної частини глядачів прагнення «щасливого випадку», коли «шанс» стати успішним і знаменитим (наприклад, співаком) не пов'язується із рівнем професійної підготовки й наполегливою працею. Очевидно, що такі й значна кількість аналогічних програм ТБ опосередковано (й наполегливо) формують соціальні стандарти й поведінкові моделі, впливають на формування цінностей, моральних і поведінкових норм [17].

Телевізійний контент, публікації в інтернет-ЗМІ, відео в YouTube, які висвітлюють життя вітчизняних та закордонних «селебріті», дають чимало інформації для спонуки парасоціальної взаємодії, а через неї – пошуку власної ідентичності. Адже в умовах інформаційного суспільства традиційні форми ідентифікації поступово втрачають свою домінуючу роль, з'являються нові види ідентичності та нові форми особистісної самоідентифікації [5]. Тенденція, що посилюється, стала предметом соціально-психологічних досліджень сучасних процесів формування ідентичності та дістала назву «селебріті-ідентичність». Під селебріті-ідентичністю (від англ. *celebrity* – відома особистість) розуміють «ототожнення себе індивідом як шанувальника обраної їм знаменитості (відомої персони або групи) та/або відчуття належності до групи шанувальників, з прийняттям або формуванням відповідних уявлень та норм поведінки» [11, с. 55]. Цей вид та форма ідентичності обираються, передусім молодими людьми, несвідомо, але суттєво впливають на моральну свідомість та особистісну структуру ціннісних орієнтацій.

Висновки. Медіа належить особлива роль у процесі формування світогляду, ціннісних орієнтацій і моральних якостей, а відтак – у розвиткові суспільно-політичних та етико-моральних процесів в Україні. Рівень об'єктивності медіа та виваженості оцінок стосовно суспільно-політичних процесів та подій створюють підґрунтя установок, цінностей, уявлень про нормативність форм поведінки. Об'єктом впливу медіа є передусім психологія особистості та масова психологія. Особливої значущості й ваги набувають інформаційні засоби за нинішніх умов – стрімкого розвитку та проникнення практично у всі сфери життєдіяльності інформаційних та комунікаційних технологій, розробки та впровадження їх нових форм.

* Депривація (лат. *deprivatio* – втрата, позбавлення) – скорочення або повне позбавлення можливості задовольняти свої психофізіологічні або соціальні потреби.

Завдяки технологічним можливостям та доступності медіа беруть участь у формуванні сучасного порядку денного та визначенні напрямів суспільного розвитку. Поряд з позитивними, існує чимала кількість негативних чинників впливу медіа на загальну та політичну культуру, рівень суспільної інтеграції та консолідації. Сучасний телевізійний та інтернет-контент є суттєвим чинником негативного впливу на свідомість та поведінку, узвичаює її деструктивні та агресивні форми, сприяє запереченню значення етичних норм, правовому та моральному нігілізму. Позначилася й посилюється тенденція до інтернет-залежності користувачів – явища, яке негативно впливає на психічне й фізичне здоров'я, спосіб життя та когнітивні здібності користувачів; небезпеки неконтрольованого розвитку і неетичного використання сучасних інтернет-технологій.

Важливим аспектом діяльності органів державної влади за нинішніх умов має стати реформування системи освіти, науки, культури, забезпечення ефективності діяльності інформаційної сфери, створення дієвої системи заохочення та примусу, зорієнтованої на реалізацію практичних заходів, створення, зокрема в освітніх закладах, таких умов, які сприяли б гармонізації особистісного та суспільного джерел розвитку, формуванню активної суспільно-політичної та громадянської позиції, ціннісних орієнтацій, адекватних завданням і цілям сучасності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Danesi M. Dictionary of media and communications / foreword by Arthur Berger. Armonk, New York. London, England : M. E. Sharpe, 2009. 332 p.
2. Chomsky Noam. What Makes Mainstream Media Mainstream. *Z Magazine*. URL: https://chomsky.info/199710_/.
3. McCombs M., & Reynolds A. News influence on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). *Media effects: Advances in theory and research*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002. P. 1–18.
4. Mingmin Zhang. Trust in social media brands and perceived media values: A survey study in China. URL: <http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/matvejchev-rimskij-klub.htm>.
5. Roose J., Schafer M. S., Schmidt-Lux Th. (Hrsg.). Fans. *Soziologische Perspektiven*. Wiesbaden, 2010.
6. Weizsaecker E., Wijkman A. Римський клуб, юбилейный доклад. URL: <http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/matvejchev-rimskij-klub.htm>.
7. Боєчко О. Вплив екранного насильства на формування агресивної поведінки підлітків. *Humanities & Social Sciences*. 2009. С. 197–198. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6661/1/77.pdf>.
8. Дівчина прийшла в школу з арбалетом і підстрелила двох вчителів. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/09/6/7306207/>.
9. Зайцев А. А., Онышко Ю. В., Исаков Р. И. Мониторинг сцен насилия в программах ведущих телека-

налов України. *Архів психіатрії*. 2002. Вип. 2(29). С. 31–36.

10. Иванова Т. В. Интернет-зависимость как проблема современного общества. *Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания*. 2014. № 24. С. 49–53.

11. Крылов А.Н. Селебрити-идентичность как элемент самоидентификации молодежи в условиях постиндустриального общества. *Ценности и смыслы*. 2011. № 4(13). С. 54–62.

12. Лоскутова В.А. Интернет-зависимость как форма нехимических аддитивных расстройств: автореф. дисс. ... канд. мед. наук, спец.: 14.00.18. Новосибирск, 2004. 23 с.

13. Метавсесвіти Fortnite, Facebook, Microsoft та BMW: коли настане віртуальне майбутнє. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/09/7/677544/>.

14. «Синий кит» вернулся в новом обличье. URL: <https://iz.ru/697537/anzhelina-grigorian-vladimir-zykov/sinii-kit-vernulsia-v-novom-obliche>.

15. Скільки часу діти проводять перед екраном. *BBC News. Україна*. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/science/2015/03/150329_children_screens_she.

16. Українці найбільше довіряють новинам на каналі «1+1» – результати соціальних досліджень. *Центр соціальних і маркетингових досліджень «Соціс»*. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/ukrayinci-naybilshe-doviryayut-novinam-na-kanali-1-1-rezultati-socialnih-doslidzhen-1312140.html>.

17. Шайгородський Ю. Теоретичні й прикладні засоби регулювання політичного життя в Україні. *Зміна цивілізаційної парадигми розвитку України: теоретико-методологічний аналіз*. Київ: ІПіЕнд ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. С. 130–209.

18. Шайгородський Ю. Медіапсихологічні чинники електорального вибору – 2019. *Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін: науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 22. 2020. Вип. 28. С. 30–42.

19. Шайгородський Ю.Ж. Політичне мислення як чинник регулювання політичного життя. *Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін: науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 22. 2017. Вип. 22. С. 3–15.

20. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020 р.). *Центр Разумкова*. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminyly-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r>.

21. Янг К. Диагноз – Интернет-зависимость. *Мир Internet*. 2000. № 2. С. 24–29.

REFERENCES:

1. Danesi M. (2009). Dictionary of media and communications / foreword by Arthur Asa Berger. Armonk, New York. London, England: M. E. Sharpe. 332 p. DOI: 10.1016/j.chb.2021.107024

2. Chomsky Noam. What Makes Mainstream Media Mainstream. *Z Magazine*. URL: https://chomsky.info/199710_/

3. McCombs M., & Reynolds A. (2002). News influence on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). *Media effects: Advances in theory and research*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. P. 1–18.

4. Mingmin Zhang. Trust in social media brands and perceived media values: A survey study in China. URL: <http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/matvejchev-rimskij-klub.htm>

5. Roose J., Schafer M., Schmidt-Lux Th. (Hrsg.). (2010). *Fans. Soziologische Perspektiven*. Wiesbaden.

6. Weizsaecker E., Wijkman A. Римський клуб, jubilejnyj doklad [Club of Rome Commemorative Talk]. URL: <http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/matvejchev-rimskij-klub.htm>

7. Boiechko O. (2009). Vplyv ekrannoho nasylstva na formuvannia ahresyvnoi povedinky pidlitkiv [Influence of screen violence on the formation of aggressive behavior of adolescents]. *Humanities & Social Sciences*. S. 197–198. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6661/1/77.pdf>

8. Divchyna pryishla v shkolu z arbaletom i pidstrelyla dvokh vchyteliv [The girl came to school with a crossbow and shot two teachers]. *Ukrainska pravda*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/09/6/7306207/>

9. Zajcev A., Onyshko Ju., Isakov R. (2002). Monitoring scen nasilija v programmah vedushhih telekanalov Ukrainy [Monitoring of scenes of violence in the programs of the leading TV channels of Ukraine]. *Arhiv psihiatrii*. Vyp. 2 (29). S. 31–36.

10. Ivanova T. (2014). Internet-zavisimost' kak problema sovremennogo obshhestva [Internet addiction as a problem of modern society]. *Intellektual'nyj potencial XXI veka: stupeni poznanija*. No. 24. S. 49–53.

11. Krylov A. (2011). Selebriti-identichnost' kak jelement samoidentifikacii molodezhi v uslovijah postindustrial'nogo obshhestva [Celebrity Identity as an Element of youth Self-identification in a Post-industrial society]. *Cennosti i smysly*. No. 4 (13). S. 54–62.

12. Loskutova V. (2004). Internet-zavisimost' kak forma nehimicheskikh additivnykh rasstrojstv [Internet Addiction as a Form of Non-Chemical Addictive Disorders]. Avtoref. diss. ... kand. med. nauk, spec.: 14.00.18. Novosibirsk. 23 s.

13. Metavsesvity Fortnite, Facebook, Microsoft та BMW: koly nastane virtualne maibutnie [The metaverses of Fortnite, Facebook, Microsoft and BMW: when the virtual future will come]. *Ekonomichna pravda*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/09/7/677544/>

14. «Sinij kit» vernulsja v novom oblich'e [The «Blue Whale» is back in a new guise]. URL: <https://iz.ru/697537/anzhelina-grigorian-vladimir-zykov/sinii-kit-vernulsia-v-novom-obliche>

15. Skilky chasu dity provodiat pered ekranom [How much time do children spend in front of the screen?]. *BBC News. Україна*. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/science/2015/03/150329_children_screens_she

16. Ukraintsy naibilshe doviriaut novynam na kanali «1+1» – rezultaty sotsialnykh doslidzhen [Ukrainians trust news on «1+1» channel the most]. *Tsentr sotsialnykh i marketynhovykh doslidzhen «Sotsys»*. URL: <https://tsn>.

ua/ukrayina/ukrayinci-naybilshе-doviryayut-novinam-nakanali-1-1-rezultati-socialnih-doslidzhen-1312140.html

17. Shaihorodskyi Yu. (2019). Teoretychni y prykladni zasoby rehuliuвання politychnoho zhyttia v Ukraini [Theoretical and applied means of regulating political life in Ukraine]. *Zmina tsyvilizatsiinoi paradyhmy rozvytku Ukrainy: teoretyko-metodolohichni analiz*. Kyiv : IPIEnD im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy. S. 130–209.

18. Shaihorodskyi Yu. (2020). Mediapsykhologichni chynnyky elektoralnogo vyboru–2019 [Mediapsychological Factors of Electoral Choice–2019]. *Politychni nauky ta metodyka vykladannia sotsialno-politychnykh dystsyplin: naukovyi chasopys Natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni M. P. Drahomanova*. Serii 22. No. 28. S. 30–42.

19. Shaihorodskyi Yu. (2017). Politychne myslennia yak chynnyk rehuliuвання politychnoho zhyttia [Political Thinking As A Factor Regulation Of Political

Life]. *Politychni nauky ta metodyka vykladannia sotsialno-politychnykh dystsyplin: naukovyi chasopys Natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni M. P. Drahomanova*. Serii 22. No. 22. S. 3–15.

20. Yak zminylys upodobannia ta interesy ukraintsiv do zasobiv masovoi informatsii pislia vyboriv 2019 r. ta pochatku pandemii COVID-19 (serpen 2020 r.) [How Ukrainians' preferences and interests in the media have changed since the 2019 elections and the start of the COVID–19 pandemic (August 2020)]. *Tsentr Razumkova*. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r>

21. Jang K. (2000). Diagnost – Internet-zavisimost' [Diagnosis – Internet Addiction]. *Mir Internet*. No. 2. S. 24–29.

The influence of the media on socio-political, ethical and moral processes in Ukraine

Shaihorodskyi Yuriy Zhanovych

Doctor of Political Sciences, Professor,
Deputy Director for Research
Kuras Institute of Political
and Ethnic Studies
of the National Academy
of Sciences of Ukraine
Generala Almazova str., 8, Kyiv, Ukraine

The article is devoted to the study of the influence of modern media on the socio-political and ethical-moral processes in Ukraine, to the definition of the dominant channels of this influence, its positive and negative consequences. It is shown that mass media influence on socio-political processes and on the formation of moral and ethical norms is not linear and direct, but is mediated primarily by socio-group reflection. The content of domestic television content is analyzed; the problem of danger of the uncontrolled development and unethical use of modern Internet technologies is singled out. It is proved that due to technological capabilities and accessibility, media significantly affect the formation of the modern agenda, socio-political processes, the level of general and political culture, social integration and consolidation.

The mass media has a special role in the process of forming the worldview, values and moral qualities, especially of the younger generation. After all, children and young people were the most "open" to the perception of both positive and negative patterns of behavior. It is in adolescence and adolescence primarily increases the number of manifestations of aggressive behavior. Modern television and Internet content is a significant factor of not only positive, but also of negative impact on public consciousness and behavior; it affects the value orientations as a systemic set of ideas about what is right, norms, assessments, attitudes. The danger of negative influences of modern Internet technologies on consciousness and mental activity, in particular of young people, is emphasized. It is actualized the problem of reforming of the educational system, science, culture, creating an effective system of the information space monitoring, developing a comprehensive program focused on the implementation of practical measures and creating conditions that would promote harmonization of personal and social development, of active socio-political and civic position.

Key words: socio-political processes, political culture, mass media, values, value orientations, public morality, Internet addiction, destructive influence of mass media.