

Ільченко О. А.

Національна академія Національної гвардії України

РОЛЬ ЗМІ У ФОРМУВАННІ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ ТА КОЛЕКТИВНОЇ СВІДОМОСТІ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ АНКЕТУВАННЯ)

У цій статті визначено роль ЗМІ у формуванні і масової свідомості, і колективної свідомості військовослужбовців. Аналіз виконано на матеріалі анкетування, участь у якому взяли 239 респондентів.

ЗМІ – важливий і потужний засіб формування масової свідомості. Та інформація, яка потрапила в поле зору медійників, неминуче вплине на процеси когнітивної обробки інформаційного масиву суспільно-політичної, культурної тематики.

Професійна спільнота як частина мас неминуче потрапляє під інформаційні, інтерпретаційні, прагматико-оцінні впливи медіа, а отже, медіапотоки зачіпають своїм впливовим потенціалом процеси формування колективної свідомості військовослужбовців.

Мета цього дослідження – визначити роль ЗМІ в процесі формування і масової свідомості, і колективної свідомості військовослужбовців.

Простежується тенденція: загальнонаціональна, морально-етична чи вузькоспеціалізована інформація відображається в інтелектуальній системі цінностей людей (українців) доти, доки вона потрапляє в інформаційну обробку ЗМІ; втрата відповідним інформаційним темарієм ролі важливого контенту (або заміщення його іншим) нівелює здатність конкурувати з більш «модним» на певний період інформаційним наповненням медіапростору.

Високий рівень загальнонаціональної компетентності масової свідомості й колективної свідомості військовослужбовців варто не тільки підтримувати, а й доповнювати актуальною новою інформацією. Роль ЗМІ в цьому аспекті безумовна.

Український кінематографічний і літературний фонд із військової тематики варто поповнювати й популяризувати, зокрема в медіапросторі, відкривати до нього доступ для масового реципієнта, чим підвищувати статусність військової професії, впливати на їхню колективну свідомість підтримкою й шанобливим ставленням за їхній професійний подвиг перед народом і державою.

Подальші наукові розвідки з проблематики дослідження дадуть змогу здійснити когнітивно-прагматичний аналіз впливового потенціалу ЗМІ стосовно формування масової й колективної свідомості професійних груп, зокрема військовослужбовців.

Ключові слова: масова свідомість, колективна свідомість, ЗМІ, військовослужбовець.

Постановка проблеми. Засоби масової інформації (далі – ЗМІ) – важливий і потужний засіб формування масової свідомості. Та інформація, яка потрапила в поле зору медійників, неминуче вплине на процеси когнітивної обробки інформаційного масиву суспільно-політичної, культурної тематики.

Професійна спільнота як частина мас неминуче потрапляє під інформаційні, інтерпретаційні, прагматико-оцінні впливи медіа, а отже, медіапотоки зачіпають своїм впливовим потенціалом процеси формування колективної свідомості військовослужбовців.

Тож актуальність теми цього дослідження зумовлена необхідністю визначення впливової ролі ЗМІ на формування масової свідомості і колективної свідомості військовослужбовців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Поняття «масова свідомість» у проєкції на соціальні угруповання різного типу обґрунтовано в праці професорки Л. М. Пелепейченко [5]; І. О. Лисичкіна й О. О. Лисичкіна потрактували термін «когнітивна війна», відмежувавши його від суміжних понять [1], й окреслили лінгвістичний інструментарій когнітивної війни [2]; висвітлили значущість і роль нарративу у мотивації, формуванні ідентичності, спільних цілей і дій, зміцненні психологічної стійкості, співробітництві та інших важливих аспектах успішної військової діяльності, обґрунтувавши важливий потенціал нарративу у формуванні корпоративної культури та внутрішнього іміджу військової організації через здатність нарративу створювати спільне бачення, визначати цінності та норми поведінки [3]; визна-

чили роль пропаганди у формуванні масової та колективної свідомості військовослужбовців [4].

Визначення ролі ЗМІ у формуванні масової свідомості та колективної свідомості військовослужбовців предметом наукового дослідження не було.

Постановка завдання. Мета цього дослідження – визначити роль ЗМІ в процесі формування і масової свідомості, і колективної свідомості військовослужбовців.

Реалізація мети передбачає вирішення таких завдань:

1) виявити рівень знань, уявлення, ціннісні пріоритети щодо незалежної України й про видатних українців;

2) описати поведінкові норми й стереотипи військовослужбовців;

3) узагальнити норми комунікативної поведінки військовослужбовців;

4) визначити джерела комунікативного впливу в процесі формування колективної свідомості військовослужбовців.

Виклад основного матеріалу. Методом добору інформації для опису результатів дослідження було обрано анкетування. Усього опрацьовано 239 відповідей респондентів. 94,6% із них – військовослужбовці Національної гвардії України, 1,3% – військовослужбовці Збройних Сил України, 0,8% – представники інших військових формувань України, 2,1% не є військовослужбовцями (див. рис. 1). Віковий ценз зумовлений, очевидно, професійною діяльністю: 89,5% анкетованих – молоді люди 18–30 років, 7,9% – 31–40 років, 1,7% – 41–50 років, 0,8% – більше 50 років (див. рис. 2). Гендерна прерогатива належить чоловікам – 75,1% респондентів (див. рис. 3).

Ви є військовослужбовцем?
239 ответов

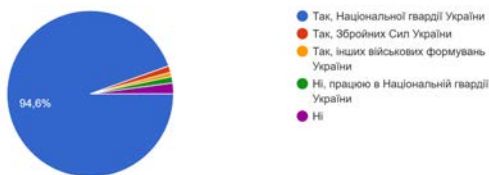


Рис. 1

Ваш вік:
239 ответов

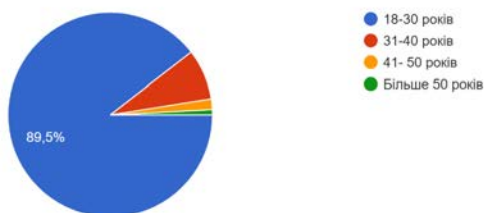


Рис. 2

Ваша стать:
237 ответов

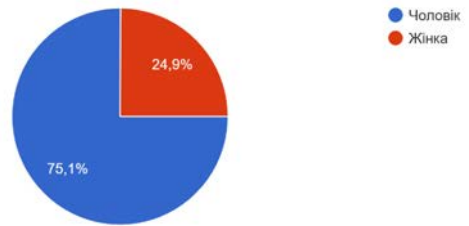


Рис. 3

Загальнонаціональні знання, уявлення, ціннісні пріоритети про Україну у мас формують зокрема через посередництво ЗМІ: саме ЗМІ задають «моду», формують «смак», підтримуючи увагу до тієї чи тієї загальноукраїнської події, актуалізуючи відповідну історико-національну тенденцію шанувати «своє», «рідне».

Відсутність популяризації важливих загальнонаціональних дат у інфопросторі ЗМІ породжує обмеженість мас у цілому і військовослужбовців зокрема, наприклад, на запитання, коли відбувся Всеукраїнський референдум, на якому громадяни висловилися за підтримку незалежності, відповіді респондентів розділилися між трьома запропонованими варіантами – 59,2% дали правильну відповідь (1 грудня 1991 року), 38,7% – обрали дату 24 серпня 1991 року, 2,1% – 18 липня 1991 року (див. рис. 4).

1. У 1991 народжується нова незалежна держава – Україна. Громадяни висловились за підтримку незалежності на Всеукраїнському референдумі. Цей референдум був...
238 ответов

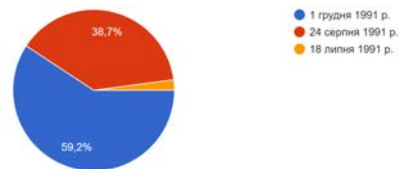


Рис. 4

Обізнаність із загальноукраїнськими концептами в цілому демонструє високий рівень. На запитання про грошову одиницю, яка замінила радянський рубль, більшість респондентів продемонстрували належний рівень ерудиції – 57,3% правильних відповідей. Запитання про перший мобільний дзвінок, який здійснив Леонід Кравчук, отримало 76,1% правильних відповідей (1993 рік).

Геополітична картина цікавить українське суспільство в цілому, військових зокрема, не тільки в синхронному подієвому зрізі, а і в діахронічному. Респонденти з належним пієтетом вивчають дипломатію України, розвиток зарубіжних

держав, які мають потужний провладний потенціал у світі.

Історична царина продемонструвала високий рівень ерудиції: українські військові обізнані з авторством першої у світі Конституції (Конституції прав і свобод війська Запорізького 1710 року). Як видається, це зумовлено не роллю ЗМІ в формуванні масової свідомості, а професійним інтересом відповідною тематикою, тобто формуванням колективної свідомості військовиків сектору безпеки й оборони.

Культурний дискурс у ЗМІ в 90-х роках почав займати менше інформаційного простору (хоча українська музична індустрія активно розвивалася, набуваючи обертів слави не тільки на українському, а й на міжнародному рівні), а стрімкий розвиток шоу-бізнесу змусив забути молодь, яка переважає серед анкетованих респондентів, про популярні гурти, які зникли із сучасної української сцени, й перші хіт-паради кліпів, що мали шалений успіх на тогочасній естраді. Прогалини демонструє й знання класичної музики, видатних музичних діячів, зокрема засновників української національної композиторської школи.

ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні музичних смаків українців і в цілому й військовослужбовців зокрема. Серед воєнно-патріотичних пісень, за результатами анкетування, популярності набули «Дике Поле», «Фортеця Бахмут», «Буде весна», «Ой у лузі червона калина», «Моя країна не впаде на коліна», «Чути гімн», «Ворога поборемо», «Народна», «Марш нової української армії» та деякі інші.

Кінематографічна галузь активно й регулярно висвітлюється в медіапросторі. Обізнаність у цій царині наочно демонструють відповіді респондентів щодо питань про всесвітньо відомих акторів. У відповідях анкетованих трапляються й імена українських артистів, й імена зарубіжних діячів кіномистецтва.

Відповіді респондентів, як видається, вказують на кінематографічний «голод» саме на твори українського виробництва на військову тематику. Те ж саме стосується й художньої літератури з відповідної теми. Сюжетна канва, яка би зацікавила опитаних респондентів, має ґрунтуватися на реальних життєвих подіях, що описують буденність війни й тактику бойових дій; репрезентувати продумані глибокі образи воїнів, їхню мужність і відвагу; зображати мислення й почуття людей, які пережили жахи війни; виховувати почуття патріотизму, поваги до учасників бойових дій.

Літературна ерудиція репрезентує достойний рівень знання української класики: анкето-

вані добре обізнані із творчим доробком відомої поетеси Ліни Костенко, пригадали й імена Ольги Кобилянської, Лесі Українки, Григорія Квітки-Солов'яненка та багатьох інших.

Науковий дискурс, що в ЗМІ адаптується під інтелектуальні запити мас, демонструє стійкий інтерес до відповідних досягнень, наприклад, 71,1% анкетованих знають про першого космонавта незалежної України Леоніда Каденюка, який у 1997 році здійснив політ у космос на американському БТКК «Колумбія» з метою вивчення впливу невагомості на здатність рослин фотосинтезувати.

Професійний інтерес зумовлює високий рівень ерудиції військових у відповідній сфері – вони обізнані із винахідниками вертольотів, літаків, бомбардувальників. Прогалини у їхніх знаннях стосуються наукових досягнень у галузі фізіології та медицини, досліджень імунології, хірургії, зокрема зварювання у відкритому космосі та зварювання живих тканин.

Спортивний дискурс – постійна рубрика ЗМІ, що зумовлює інтерес до відповідних досягнень в Україні та світі. Так, 60,7% опитаних пам'ятають Оксану Баюл – колишню українську фігуристку, першу олімпійську чемпіонку незалежної України, дворазову срібну призерку чемпіонатів Європи, чемпіонку світу. Результати опитування констатують призабутість спортивних успіхів і досягнень Альони Савченко – фігуристки, яка виступала у парному спортивному фігурному катанні (25,6% відповідей), Ірини Мовчан – української фігуристки, яка виступала у жіночому одиночному фігурному катанні, чемпіонки і призерки Чемпіонатів України з фігурного катання, учасниці першості Європи і світу, інших міжнародних турнірів із фігурного катання (13,7% відповідей). 59,7% анкетованих згадали історію українського футболу – перший матч української збірної з угорцями, що відбувся в Ужгороді 29 квітня 1992 року. Не забуте ім'я Валерія Лобановського – видатного тренера, який створив власну систему тактики гри і якого у 2013 році видання World Soccer включило до десятка найкращих тренерів в історії футболу.

Вплив ЗМІ нерідко помічаємо й на рівні норм поведінки. Формуються не тільки поведінкові стереотипи, а й розуміння загальнонародських (масових) і професійних (колективних) моральних понять. Це помічаємо у відповідях на питання: «Як Ви розумієте поняття «добросесність»?», «Як Ви розумієте значення словосполучення «пріоритет службових інтересів»?», «Як Ви розумієте значення словосполучення «неупередженість у діяльності офіцера»?», «Як Ви розумієте значення

словосполучення «прозорість у діяльності офіцера»?», «Як Ви розумієте значення словосполучення «компетентність і сумлінність у діяльності офіцера»?», «Як Ви розумієте значення словосполучення «зловживання офіційною посадою»?».

Комунікативна поведінка вирізняє військовослужбовців у медіапросторі. Сама професійна спільнота в 90,9% усвідомлює ці особливості, професійно позиціонуючи себе через відповідну термінологію, професіоналізми, мовленнєві формули ввічливості. Мова військових, на думку самих респондентів, має бути грамотною, багатозначною, виразною, не надто образною й емоційною, чіткою, лаконічною, логічною, переконливою, впевненою, зрозумілою і конструктивною. Комунікативну поведінку військовослужбовців у більшості випадків контролює Статут.

Вплив ЗМІ на формування масової свідомості й колективної свідомості військовослужбовців, безперечно, потужний. Але не варто його переоцінювати: головним джерелом формування морально-етичних професійних якостей, популяризації патріотичної ерудованості завжди була і є сім'я (52,3% відповідей), яка розставляє пріоритети в інтелектуальній системі, формує ціннісний апарат виміру, задає інтерпретаційний тон інформаційному медіапотокі.

Висновки і пропозиції. Простежується тенденція: загальнонаціональна, морально-етична чи вузькоспеціалізована інформація відображається в інтелектуальній системі цінностей людей (українців) доти, доки вона потрапляє в інформаційну обробку ЗМІ; втрата відповідним інформаційним темарієм ролі важливого контенту (або заміщення його іншим) нівелює здатність конкурувати з більш «модним» на певний період інформаційним наповненням медіапростору.

Високий рівень загальнонаціональної компетентності масової свідомості й колективної свідомості військовослужбовців варто не тільки підтримувати, а й доповнювати актуальною новою інформацією. Роль ЗМІ в цьому аспекті безумовна.

Український кінематографічний і літературний фонд із військової тематики варто поповнювати й популяризувати, зокрема в медіапросторі, відкривати до нього доступ для масового реципієнта, чим підвищувати статусність військової професії, впливати на їхню колективну свідомість підтримкою й шанобливим ставленням за їхній професійний подвиг перед народом і державою.

Подальші наукові розвідки з проблематики дослідження дадуть змогу здійснити когнітивно-прагматичний аналіз впливового потенціалу ЗМІ стосовно формування масової й колективної свідомості професійних груп, зокрема військовослужбовців.

Список літератури:

1. Лисичкіна І., Лисичкіна О. Когнітивна війна: нові спроможності чи новий термін? *Стратегічні комунікації у сфері забезпечення національної безпеки та оборони: проблеми, досвід, перспективи: IV міжнар. наук.-практ. конф.*, 27 верес. 2023 р.: тези доповідей / Міністерство оборони України, НУОУ. К.: НУОУ, 2023. С. 66-68. URL: http://repositc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/18536/1/2_5300948988634084300.pdf
2. Лисичкіна І., Лисичкіна О. Лінгвістичний інструментарій когнітивної війни. *Актуальні проблеми філології та методики викладання іноземних мов у сучасному мультилінгвальному просторі: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції*, 18 жовтня 2023 р., ВДПУ імені Михайла Коцюбинського / гол. ред. О.М. Ігнатова. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ». 2023. С. 42-44. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/55470/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%82%D0%B5%D0%B7_%D0%92%D1%81%D0%B5%D1%83%D0%BA%D1%80.%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84._%D0%92%D0%94%D0%9F%D0%A3_2023_%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B8%CC%86_27.10%20%281%29.pdf
3. Лисичкіна І., Лисичкіна О. Наратив як інструмент формування колективної свідомості військовослужбовців. *Збірник наукових праць Національної академії Національної гвардії України*. Вип. 2 (42). С. 58-62. URL: <http://znp.nangu.edu.ua/article/view/293345>
4. Лисичкіна І.О., Лисичкіна О.О. Роль пропаганди у формуванні масової та колективної свідомості військовослужбовців. *Актуальні проблеми діяльності складових секторів безпеки і оборони України в умовах особливих правових режимів: поточний стан та шляхи вирішення: тези Всеукраїнської науково-практичної конференції* (30 березня 2023 року). Харків: Вид-во НАНГУ, 2023. С. 746-747.
5. Пелепейченко Л. М. Поняття «масова свідомість» у проекції на професійне угруповання військовиків. *Збірник наукових праць Національної академії Національної гвардії України*. Вип. 2 (42). С. 94-100. URL: <http://znp.nangu.edu.ua/article/view/293387/286210>

Pchenko O. A. THE ROLE OF THE MEDIA IN THE FORMATION OF MASS CONSCIOUSNESS AND COLLECTIVE CONSCIOUSNESS OF MILITARY SERVICEMEN (based on survey materials)

This article defines the role of mass media in the formation of mass consciousness and collective consciousness of military personnel. The analysis was performed on the questionnaire material, in which 239 respondents took part.

Mass media is an important and powerful means of forming mass consciousness. The information that got into the field of view of the media will inevitably affect the processes of cognitive processing of the information array of socio-political, cultural topics.

The professional community, as part of the masses, inevitably falls under the informational, interpretive, pragmatic and evaluative influences of the media, and therefore, media streams affect the processes of formation of the collective consciousness of military personnel with their influential potential.

The purpose of this study is to determine the role of mass media in the process of formation of mass consciousness and collective consciousness of military personnel.

A trend can be observed: nationwide, moral-ethical or highly specialized information is reflected in the intellectual value system of people (Ukrainians) until it enters the information processing of mass media; the loss of the role of important content (or its replacement by another) with the corresponding information topic reduces the ability to compete with the information content of the media space that is more "fashionable" for a certain period.

The high level of nationwide competence of the mass consciousness and collective consciousness of military personnel should not only be maintained, but also supplemented with relevant new information. The role of mass media in this aspect is unconditional.

The Ukrainian cinematographic and literary fund on military topics should be replenished and popularized, in particular in the media space, open access to it for a mass recipient, thereby increasing the status of the military profession, influencing their collective consciousness with support and respectful attitude for their professional feat before the people and the state.

Further scientific research on the issues of the research will make it possible to carry out a cognitive-pragmatic analysis of the influential potential of mass media in relation to the formation of mass and collective consciousness of professional groups, in particular, military personnel.

Key words: *mass consciousness, collective consciousness, mass media, military serviceman.*