

*Лазарева Алла Олексіївна (Одеса) – кандидат філософських наук, доцент кафедри соціальної роботи і кадрового менеджменту Одеського національного політехнічного університету.*

## **РОЛЬ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ У ФОРМУВАННІ ПАТРІОТИЗМУ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ**

Формування патріотизму сучасної молоді є важливою частиною стратегії соціальної політики України, адже формування громадської ідентичності молоді з державою та суспільством України виступає необхідністю виживання суспільства в цілому. Зміна концептуальних основ освіти, за якими основні акценти робляться на формуванні фахівців в певній галузі без урахування виховних основ формування громадянської свідомості, призводить до того, що основними ресурсами, які сприятимуть формуванню патріотизму молоді є ресурси масової культури.

Вільний вибір інформації, який українська молодь здійснює на основі освоєння мас-медіа, спрямований на послаблення гостроти сутності соціальної проблематики, а також формування певного уявлення безпеки в ситуації соціального ризику, загроза з боку якого не усвідомлюється. Отже, в цій статті ми розглянемо вплив масової культури через засоби масової комунікації (телебачення та інтернет) на формування патріотизму української молоді.

В сучасних умовах розвитку суспільства свідомість української молоді формується під впливом різних засобів масової інформації, які здійснюють безпосередній вплив на формування свідомості та поведінки молоді людини. Формуючи комунікаційний простір мас-медіа створюють певний простір для сприйняття інформації у тому вигляді, який транслюється.

Масова культура - створюється професійними творцями і поширюється за допомогою електронних пристроїв (радіо, телебачення, магнітофони, комп'ютери тощо); коли велика кількість людей стала отримувати ідентичну інформацію, із порівняно невеликої кількості джерел [4].

Час появи масової культури — приблизно середина ХХ ст. Головною її ознакою є вторинна (на відміну від історично сталої) система культурних цінностей, призначених для масового споживання. Масова культура відрізняється високим рівнем стандартизації музичних, кінематографічних та інших зразків, що культивують типові ціннісні орієнтації [3]. Глобалізація інформаційного простору формує певні шаблони щодо продуктів споживання, сукупності пріоритетних потреб та моделей поведінки. Цінності масової культури, реалізовані в її продуктах, виражають уявлення про життєвий комфорт, соціальну стабільність та особистий успіх. Масова культура забезпечує соціалізацію величезних мас людей в умовах складного і мінливого середовища сучасного постіндустріального суспільства [4]. Утверджуючи спрощені, стереотипні уявлення, масова культура попри те виконує функцію постійного життєзабезпечення найрізноманітніших соціальних груп. Вона несе в собі фундаментальну суперечність: з одного боку масова культура через майже необмежені можливості репродукування робить доступними для широких мас досягнення світової культури, а з іншого боку — ці досягнення подаються у спрощеному, полегшеному, «усередненому» вигляді, що не лише не сприяє підвищенню інтелектуального рівня її споживачів, але й навпаки, знижує рівень аналітичного сприйняття дійсності. Усе, що виникає існує, мислиться в масовому суспільстві, мусить користуватися попитом на ринку, тільки тоді воно може бути продане [3]. Отже, інформація, яка подається через засоби масової комунікації подаються у певному вигляді, який є необхідним для вільного засвоєння отриманої інформації.

Патріотизм розглядається як одне з найважливіших почуттів, на основі котрого формуються взаємовідносини громадянина з державою. Існують такі підходи до

інтерпретації патріотизму: 1) Найбільш поширеними є точки зору і судження, які визначають патріотизм як піднесене почуття любові до Батьківщини, що значною мірою зумовлюється поняттям самого терміну «патріотизм». Наступний підхід інтерпретує патріотизм як силу патріотичного почуття не обмежується лише глибиною і піднесеністю любові до Батьківщини, а спонукає суб'єкта до активних дій, вчинків на благо своєї Батьківщини [2].

Молодіжний патріотизм в сучасних умовах формується під впливом інтернет ресурсів, через інформаційні продукти, які ретранслюються у вигляді фільмів та серіалів. Досвід формування патріотизму американської молоді здійснювався за допомогою використання коміксів, в Україні найпопулярнішою основою сприйняття інформаційного контенту є художні фільми та серіали.

Зміст цих продуктів має привабливий вигляд, впливає на почуття та створює певне емоційне сприйняття інформації, а патріотизм – це також почуття, на яке можна впливати шляхом знайомства з історією певних подій через особисті трагедії людей.

В українському медійному просторі існує певна кількість фільмів та серіалів, які формують патріотизм молоді на основі протистояння особистості певним життєвим обставинам, що спонукають людину діяти не тільки заради себе, але й заради співвітчизників. Серед них можна виділити: «Не зарікайся», в якому через особисті трагедії показані військові дії на Донбасі, розглядається таке явище, як сепаратизм та його сприйняття населенням, яке залишилось жити на Донбасі та населенням, яке проживає в тій частині України, де не має військових дій, а кадри з військовою документальною хронікою ще більше підсилюють ефект трагізму.

#### **Список використаної літератури**

1. Ванюшина О. Серіал як феномен масової культури // Вісник КНТЕУ. — 2009. — № 3. — С. 101–112.
2. Ефимов Е. Г. Массовая культура, социальные сети и патриотизм // Известия ВолгГТУ. — 2014. — № 2. — С. 52–55.
3. Мельниченко А. А. Масова культура як елемент сучасного виховного простору // Вісник Нац. техн. ун-ту України «КП». Філософія. Психологія. Педагогіка: зб. наук. праць. – Режим доступу: [http://novyn.kpi.ua/2006-3/07\\_Melnichenko.pdf](http://novyn.kpi.ua/2006-3/07_Melnichenko.pdf)
4. Наумкіна О. С. Масова культура в сучасній Україні // Гуманітарний часопис. — 2008. — № 3. — С. 67–72.