

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ПСИХОЛОГІЇ ТА БЕЗПЕКИ

Кафедра практичної психології

**«ВПЛИВ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ
ОСОБИСТОСТІ»**

кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти
освітнього ступеня «бакалавр»
Вікторії ОНИСЬКІВ
4 курсу денної форми навчання
спеціальність 053 «Психологія»
ОПП «Психологія»

Науковий керівник:
викладач кафедри практичної
психології
Вікторія БАГРІЙ

Рецензент:
кандидат психологічних наук, доцент
Оксана ХРИСТУК

Кваліфікаційна робота допущена до захисту
« ____ » _____ 2023 р., протокол № ____
Т.в.о. завідувача кафедри практичної психології
доктор психологічних наук, доцент
_____ *Євген КАРПЕНКО*

**Львів
2023**

АНОТАЦІЯ

Ониськів В. «Вплив ЗМІ на формування толерантності особистості»

Кваліфікаційна робота присвячена розкриттю питання впливу ЗМІ на формування толерантності особистості. В ході кваліфікаційної роботи було проаналізовано поняття «толерантність» а також її функції, описано фактори формування толерантності особистості. Авторка виділила особливості впливу ЗМІ та чинники, які лежать в основі впливу на розвиток та формування особистості. Робота носить теоретико-емпіричний характер.

У емпіричному розділі підбрано та охарактеризовано батарею методик та проведено емпіричне дослідження. В результаті дослідження було виявлено якими методами та шляхами ЗМІ може впливати на особистість, стимулювати або переконувати за допомогою телебачення, інтернету та інших джерел інформації. Встановлено, що на толерантність значною мірою впливає джерело інформації (інтернет) та оточення в якому знадиться людина. Також важливим чинником формування толерантності являються емоційне IQ, вплив улюбленого кіно-теле персонажа та тип темпераменту.

Ключові слова: толерантність, ЗМІ, особистість, вплив, маніпуляція, довіра.

Onyskiv V. «Influence of mass media on the formation of individual tolerance»

The qualification work is devoted to the disclosure of the issue of the influence of mass media on the formation of individual tolerance. In the course of the qualification work, the concept of «tolerance» and its functions were analyzed, the factors of the formation of individual tolerance were described. The author singled out the peculiarities of the influence of mass media and the factors underlying the influence on the development and formation of personality. The work is theoretical and empirical in nature.

In the empirical section, a battery of methods was selected and characterized, and an empirical study was conducted. As a result of the study, it was discovered in which methods and ways mass media can influence a person, stimulate or persuade

with the help of television, the Internet and other sources of information. It has been established that tolerance is largely influenced by the source of information (the Internet) and the environment in which a person finds himself. Also, an important factor in the formation of tolerance is emotional IQ, the influence of a favorite movie-television character, and the type of temperament.

Key words: tolerance, media, personality, influence, manipulation, trust.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЛІ ЗМІ У ФОРМУВАННІ ОСОБИСТОСТІ	
1.1. Особливості впливу різних засобів масової інформації	8
1.2. Чинники впливу змі на розвиток і формування особистості	11
Висновок до розділу I	14
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТОЛЕРАНТНОСТІ ЯК ЯКОСТІ ОСОБИСТОСТІ	
2.1. Тракткування поняття «толерантність» у психологічній науці	15
2.2. Фактори формування толерантності особистості	21
Висновок до розділу II	23
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ	
3.1. Організація емпіричного дослідження та методи психодіагностики впливу ЗМІ на формування толерантності особистості	25
3.2. Аналіз показників вияву впливу ЗМІ на формування толерантності особистості	26
Висновок до розділу III	41
ВИСНОВОКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46

ВСТУП

Проблема толерантності широко висвітлюється зараз в засобах масової інформації, а також на державному і міжнародному рівні. На мою думку, це пов'язано з тим, що збільшується частка фіксованих випадків нетерпимості стосовно інших людей, а особливо ця тенденція зросла серед числа підлітків. При цьому, на жаль, можна спостерігати випадки, коли незначні конфлікти можуть переростати в більш жорсткі та навіть жорстокі зіткнення.

В теперішній час проблема агресивних проявів у взаємостосунках постає особливо гостро саме серед молоді – тобто тема формування толерантності є особливо актуальною для студента – майбутнього психолога, оскільки питання найбільше стосується моїх ровесників та мене напряму.

ЗМІ можуть впливати на формування толерантності особистості в різні способи. З одного боку, ЗМІ можуть допомагати в створенні толерантного суспільства, а саме шляхом надання різноманітної інформації про культури, релігії, національності та інші соціальні групи, що допомагає збагатити та розширити світогляд людей. Також ЗМІ можуть підвищувати рівень свідомості та розуміння людей різних культур, інформуючи про проблеми, з якими вони стикаються, а також можливості взаємодії та співпраці між ними.

З іншого боку, ЗМІ можуть викликати негативний вплив на формування толерантності, передаючи стереотипи та перекручену інформацію про інші соціальні групи. Це може викликати у людей негативні стереотипи та навіть ворожість до інших соціальних груп.

Варто врахувати, що життя сучасної молоді буквально перенасичене інформацією та мультимедіа, що не завжди може піти на користь, оскільки дуже часто молодь в силу своїх психофізіологічних особливостей не завжди може сприймати інформацію правильно і тверезо, з холодним розрахунком дорослої людини, дивитись на ситуацію. Саме тому неможливо переоцінити вплив ЗМІ на молодь, та й на соціум в цілому. В питанні формування моральних принципів та терпимості ЗМІ відіграють, на мою думку, ключову

роль. Адже занадто часто подане в засобах масової інформації сприймається за «чисту монету».

Отже, важливо, щоб ЗМІ передавали правдиву та об'єктивну інформацію про різні культури та соціальні групи, допомагали зменшувати культурний релятивізм та стереотипи, а також піднімали питання толерантності та поваги до інших. Також важливо, щоб особистості мали здатність критично аналізувати інформацію, яку вони отримують з ЗМІ та в інтернеті, і розуміли, як ця інформація може впливати на їхні переконання та поведінку в цілому. Також вивчення даної теми стає для мене важливим аспектом усвідомлення своєї ролі та свого місця в суспільстві, а також дозволяє сформуванню власне поняття толерантності та мої особисті моральні «дороговкази».

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати і експериментально дослідити вплив ЗМІ на толерантність особистості.

Об'єкт дослідження є поняття толерантності особистості.

Предмет дослідження: вплив ЗМІ на формування толерантності особистості.

В основу дослідження нами покладена **гіпотеза:** щодо існування різних типів толерантності особистості відповідно до впливу, що чинить ЗМІ, а саме терпимість до певної групи людей, терпимість до поведінкових проявів, терпимість до думок та поглядів, терпимість до змін та невизначеності оточення.

У відповідності до поставленої мети та висунутої гіпотези дослідження було визначено наступні **завдання:**

1. Проаналізувати особливості впливу різних засобів масової інформації;
2. Описати чинники впливу ЗМІ на розвиток і формування особистості;
3. Дослідити трактування поняття «толерантність» у психологічній науці;
4. Визначити фактори формування толерантності особистості;
5. Провести емпіричне дослідження впливу ЗМІ на формування толерантності особистості;

6. Провести аналіз показників вияву впливу ЗМІ на формування толерантності особистості.

Теоретико-методологічною основою роботи є фундаментальні положення та дослідження вчених, що розкривають особливості проблем виховання толерантності. Також існує ідея того, що толерантність є особистісною або ж суспільною рекомендацією, яка допускає розуміння того, що соціальне середовище багатовимірне, а тому і погляди на навколишній світ є різними та вони не мають з'єднуватись до різні і не повинні зводитися до монотонності. Проблему толерантності у різних її вимірах розглядали такі вчені Г. Бардієр, О. Грива, О. Дубасенюк, Г. Олпорт, Л. Орбан-Лембрик, О. Руда, А. Скок, М. Уолцер та інші.

Методи дослідження: загальнонаукові методи теоретичного аналізу літератури з теми дослідження (аналіз ключових понять, систематизація матеріалу, узагальнення даних тощо); методики: дослідження рівня сугестивності (за О.П.Єлісеєвим) та рівня комунікативної толерантності (В.В.Бойко); анкетування рівня довіри респондентів до ЗМІ.

Теоретична база дослідження: складають результати аналізу наукової літератури щодо сутності феномену толерантності, основних видів ЗМІ та їх впливу на соціум.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати і зроблені висновки можуть бути використані у підготовці методичної бази для діагностики та профілактики психологічних причин та наслідків впливу ЗМІ на формування толерантності особистості.

Наукова новизна даної роботи полягає у тому, що сьогодні засоби масової інформації мають значний вплив для молоді. І тому дослідження цього питання є актуальним. Отримані результати можуть допомогти усвідомити масштабність впливу ЗМІ на формування особистості.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів та висновків, списку використаної джерел.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЛІ ЗМІ У ФОРМУВАННІ ОСОБИСТОСТІ

1.1 . Особливості впливу різних засобів масової інформації

Засоби масової інформації є соціальним інститутом, що певним чином виконує потреби суспільства та окремих соціальних груп щодо певного впливу на населення, а саме:

- ЗМІ суттєво допомагають особам різного віку засвоювати значний обсяг соціальних норм та допомагають сформувати у них загальні орієнтації у таких сферах як політика, право, економіка т.д.;
- По суті, ЗМІ є свого роду системою неформальної освіти для населення буквально всіх категорій. Та користувачі ЗМІ при цьому набувають доволі різнобічних, суперечливих та несистематизованих знань і відомостей з різних аспектів суспільного та політичного життя. Вивчаючи такі поняття, як «засоби масової інформації», «преса», «засоби масової комунікації», «друковані засоби масової інформації», можна стверджувати, що в них є багато спільного. До засобів масової інформації відносимо кіно, радіо, телебачення, періодичні друковані видання, реклама та ін. Преса - загальна назва періодичного друку, тобто газет і журналів. «Масова комунікація» (англ. - mass media) - систематичне поширення інформації за допомогою технічних засобів (через пресу, радіо, телебачення, кіно, звукові відеозаписи) з метою утвердження духовних цінностей даного суспільства й здійснення ідеологічних, політичних, економічних та організаційних впливів на позицію, думку і поведінку різних верств населення та молоді зокрема. [26; 281]

Фактично, ми маємо двояку ситуацію, коли засоби масової інформації можуть впливати як позитивно так і негативно.

З одного боку, засоби масової інформації можуть виступати як засіб просування толерантності та показувати позитивні приклади поведінки та

взаємодії між людьми різних культур, національностей, релігій та інших характеристик. Наприклад, у засобах масової інформації можуть бути продемонстровані історії про успішні проекти співпраці між людьми різних культур та національностей, що явно позитивно буде впливати на загальну ситуацію терпимості між різними культурами.

З іншого боку, засоби масової інформації можуть сприяти формуванню стереотипів та передавати негативні стереотипи про певні категорії людей, що може призводити до формування нетерпимості та дискримінації. Наприклад, у засобах масової інформації можуть бути демонстровані новини про конфлікти між різними культурами та національностями, що можуть сприяти формуванню відчуття ворожості та недовіри між ними, що активно використовується у політиці, і дивлячись на ситуацію зараз, через призму реальності, можна побачити до яких жахливих наслідків це призводить.

Також, засоби масової інформації можуть викликати різні емоційні реакції у глядачів та слухачів, що можуть впливати на формування їхніх переконань та ставлення до інших людей. Наприклад, використання мови ненависті в медіа може призвести до формування нетерпимості та ворожості між різними категоріями людей.

Таким чином, можна стверджувати, що ЗМІ виконують не тільки функцію інформування - хоча вона повинна бути основною, але, фактично, також займаються пропагандою поглядів ідей та ідеалів конкретних індивідів. Тому можна сказати, що ЗМІ також беруть участь у соціальному управлінні, бо формуючи думку громад, вони можуть спонукати до різних вчинків. [26]

По суті такий вплив можна назвати маніпуляцією, і буде доречним виділити два основних її види: ситуаційна маніпуляція та стратегічна маніпуляція.

Ситуаційну маніпуляцію можна охарактеризувати як використання тих цінностей та ідеалів, що вже наявні в людини, для того, щоб змусити індивіда сприймати певну інформацію так, як вигідно маніпулятору.

Стратегічною маніпуляцією можна назвати ситуацію, коли в свідомості громадськості на протязі років формуються ті ідеї, стереотипи та цінності, які є вигідними маніпулятору. Таким чином, їх в подальшому можна використати для ситуаційної маніпуляції.

Найпростішим засобом контролю над інформацією є цензура. Цензуру можна охарактеризувати як умисне редагування подаваної людині інформації з метою недопускання отримання індивідом забороненої або ж певним чином незручної для маніпулятора інформації. [12]

Людина сприймає оточення через органи відчуттів, на щастя, ЗМІ мають доступ лише до зору і слуху. Та навіть цього більш ніж достатньо щоб здійснювати значний вплив на неї.

Такі засоби ЗМІ як телебачення та інтернет в основному здійснюють свій вплив за допомогою зорового контакту. Тут важливу роль грають такі особливості як ракурс, освітлення, правильний монтаж фрагментів, і навіть посилення на фейкові вияви громадської думки, оскільки людині простіше сприймати інформацію від наближеного до їхніх реалій образу.

Дуже важливу роль грає підбір кольорів та колірна гама загалом - хоча це вже більше відноситься до преси, адже людина завжди звертає увагу на більш яскравий та контрастний образ, а менш насичене та тьмяне як правило, залишається поза увагою або сприймається на «другому плані».

Якщо говорити про радіо та подкасти, його роль не можна недооцінювати, адже значна частина суспільства надає перевагу отриманню інформації на слух - під час водіння авто, праці, та й повсякденних справ загалом. Тут значну роль грає інтонація, гучність та музичний супровід(якщо він є). Адже досить легко подавати «викривлену правду» таким чином, оскільки оперуючи гучністю та інтонацією, можна зробити так, що певну інформацію слухач просто не почує, або, слухаючи на фоні, просто проігнорує. І навпаки, почуте голосно і власно - надовго закарбується в пам'яті.

1.2. Чинники впливу ЗМІ на розвиток і формування особистості

Існує багато чинників, які впливають на розвиток та формування особистості. Наведемо найбільш важливі:

- Генетичні фактори: успадковані гени можуть впливати на розвиток різних рис особистості, таких як екстравертованість або невротизм.
- Соціальне оточення: сім'я, друзі, колеги та інші люди, з якими ми взаємодіємо, можуть впливати на формування наших переконань, цінностей та ставлення до життя.
- Культурні фактори: культурні норми та цінності можуть впливати на спосіб, яким ми бачимо світ, та нашу поведінку в різних ситуаціях.
- Навчання та досвід: навчання та досвід можуть впливати на розвиток навичок, знань та вмінь, а також наші переконання та ставлення до життя.
- Фізичний стан: наша фізична форма та здоров'я можуть впливати на наші переконання, настрої та загальний стан.
- Екологічні фактори: умови, в яких ми живемо та працюємо, можуть впливати на нашу поведінку та здоров'я, що в свою чергу може впливати на формування нашої особистості.
- Індивідуальні риси: індивідуальні риси, такі як інтелект, темперамент, стиль сприйняття та інші, можуть впливати на наші дії та реакції на різні події та ситуації.

Ці чинники взаємодіють між собою та впливають на розвиток та формування особистості в унікальний спосіб для кожної людини.

В сучасних реаліях життя в Україні, та й в цілому в світі, засоби масової інформації набувають особливої ролі в суспільстві та впливу на формування особистості. Завдяки засобам масової інформації виконується в певній мірі навчання, інформування, а також переконання та навіювання, зміст яких є соціально детермінованим, оскільки відтворює ті політичні погляди, соціальні норми та духовні цінності, які відображають панівні світогляди та соціальні

установки, орієнтовані на потреби різних категорій населення. Не можна переоцінити вплив новітніх ЗМІ на розвиток молодого покоління. Вони стали невід'ємним елементом повсякденного життя і, здебільшого, частиною оточення людини. Нові технології, в першу чергу мікроелектроніка, все ширше використовується в усіх типах навчальних закладів, а також у сфері дозвілля дітей та молоді і все це може впливати на розвиток особистості різними способами. Наведемо основні:

- Формування цінностей та переконань: ЗМІ можуть допомогти людям сформувати свої цінності та переконання, наприклад, в певній політичній ідеології, релігії, культурних нормах тощо. Вплив ЗМІ на формування цінностей та переконань може бути особливо значимим для дітей та підлітків.
- Сприйняття світу: ЗМІ можуть впливати на спосіб, яким люди сприймають світ навколо себе. Наприклад, візуальні засоби масової інформації можуть формувати уявлення людей про ідеальну зовнішність, стиль життя та інше.
- Розвиток культурного капіталу: ЗМІ можуть впливати на розвиток культурного капіталу людини, тобто її знань та розуміння культури та мистецтва. Це може відбуватись через перегляд телепередач, прослуховування музики та інше.
- Вплив на настрій та емоційний стан: ЗМІ можуть впливати на настрій та емоційний стан людини через зображення насильства, катастроф, конфліктів та інших негативних подій.
- Розвиток соціальних навичок: ЗМІ можуть сприяти розвитку соціальних навичок, таких як комунікативна компетенція та здатність до співпраці.

З дитячого віку завдяки засобам масової інформації, а саме телебачення, преси, інтернету, реклами, особистість, яка росте, піддається впливу великої кількості суперечливої інформації та несистематизованих знань з різних сфер

життя, під впливом яких формується модель поведінки, оцінок, поглядів, ставлення до себе та інших. На додаток до політичних та соціальних аспектів феномену «медіа» існує тісно пов'язаний з ним психологічний аспект. [4]

Насамперед, зміст програм, повідомлень та подій, що транслюються через засоби масової інформації, створюються з урахуванням особливостей, механізмів і відповідності нормі психологічного впливу. Під психологічним впливом розуміють умисне втручання в процес психологічного відображення дійсності та формування особистості людини за допомогою психологічних засобів.

Даний вплив може бути позитивним і негативним, через це і є проблема нанесення ЗМІ шкоди психічному здоров'ю людини, зокрема дітей та молоді. Адже подання інформації часто має у собі відеоматеріал у вигляді кліпу: відсутність або ж короткочасність пояснень і коментарів, зменшення кількості інтелектуальних програм та збільшення кількості рекламних повідомлень, відеокліпів, стислих анонсів та оглядів, котрі призводять до занепаду логічного мислення у сучасного споживача ЗМІ. Характерний вплив забезпечується яскравістю та привабливістю візуального образу – передавача інформації, саме тому виникає ілюзія отримання правдивих знань про світ і події в ньому. Через вплив медіа зазнають зміни й інші психічні пізнавальні процеси, а саме - втрата адекватності сприймання явищ, реалістичність образів уяви, увага та пам'ять зосереджуються на неважливому, яке весь час повторюється й виділяється на фоні своєю привабливістю. [4]

Своєрідний вплив ЗМІ мають на масове мистецтво, вони формують у молоді викривлене уявлення про світ та життя, та спричиняє до втрати моральності. Навіть можна назвати приклад - молодь хоче отримати усе й відразу, адже вони прагнуть такого життя, як у передачах про різні світські «тусовки», про життя в розкоші та розвагах. Через ЗМІ здійснюються комунікативні акти соціально-контактної спрямованості: «індивід - група», «індивід - індивід». У процесі спілкування відбувається обмін інформацією, цінностями, навичками, а також поведінкою й емоціями. Громадська думка,

суспільна та індивідуальна свідомість, суспільні установки формуються під впливом усіх засобів масової інформації. Переважна більшість людей є одночасно частиною аудиторії кількох засобів масової інформації або ж медіа-джерел, це може бути радіо, преса, телебачення та інтернет.

ВИСНОВКИ ДО I РОЗДІЛУ

Аналізуючи перший розділ можна сказати, що ми досить чітко охарактеризували сутність поняття ЗМІ та їх впливу на формування толерантності особистості, громадської думки в цілому, засоби цього впливу та наслідки, до яких такий вплив може призводити. Опираючись на наукову літературу дала визначення засобів масової інформації як соціального інституту, визначила особливості такого впливу і чинники, що впливають на формування індивіда.

Узагальнюючи отримані з розділу I знання необхідно зазначити, що на даний момент ЗМІ є фактично невід'ємним та надважливим соціальним інститутом, який все активніше займає важливе місце у формуванні світогляду людей, незважаючи на те що такий вплив може бути навіть пагубним. При цьому засоби впливу ЗМІ на людину можна назвати навіть в якомусь плані аморальними та негуманними, оскільки проводиться спекуляція над фізіологією людини - використання різких контрастів: візуальних, звукових, концептуальних; гіперболізація, пряма маніпуляція і т.д.

Неможливо оцінити вплив ЗМІ на загальне формування концепції толерантності серед мас, оскільки в останнє десятиліття проблема терпимості стає як ніколи важливою та виходить на потенційно важливий рівень. [4]

Додатково хочемо виділити вплив ЗМІ на мистецтво та молодіжні «тренди», що також несе свій відбиток на світосприйнятті людини і як наслідок, також впливає на поняття толерантності в розумі індивіда.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТОЛЕРАНТНОСТІ ЯК ЯКОСТІ ОСОБИСТОСТІ

2.1. Тракткування поняття «толерантність» у психологічній науці

«Терпимість - моральна якість, що характеризує ставлення до інтересів, вірувань, переконань, звичок і поведінки інших. Вона включає прагнення до досягнення взаєморозуміння і координації дій, інтересів і розбіжних поглядів без тиску, головним чином шляхом пояснення і переконання»

В науці терміни «толерантність» та «терпимість» часто вживаються як синоніми. [12; 12]

Проблема терпимості активно підіймалась ще в стародавніх релігійно-моральних уявленнях країн Сходу. Джайнізм, індуїзм, даосизм, стародавні філософські концепції, а потім й іслам (з певними застереженнями) і християнство проголошують принципи терпіння, смиренності, терпимості і поваги, як важливі моральні імперативи спільного існування, реалізації способу життя. [12; 13]

Філософський аспект розгляду толерантності представлений багатством поглядів і концепцій мислителів різних епох, які прагнули раціоналізувати толерантність як принцип людської спільності. Західноєвропейська філософія ще з давніх-давен зафіксувала інтерес до розуміння толерантності. У системі моральних поглядів античного світу вважалось культивування невибагливості та поміркованості, що відбилося у поглядах Фалеса, Солона, Демокріта, Сократа. [16]

У Середньовіччі терпіння й терпимість, любов до ближнього, неосудження, всепрощення, милосердя вважалися запорукою наближення до Бога і регламентувалися релігійними догмами. Побудова людських стосунків на засадах зворотного зв'язку чи не вперше набуває свого звучання саме в християнстві. Наприклад, «прощай і тобі прощено буде» або «не роби іншим того, чого не бажаєш собі» Християнська ідея любові набуває нового,

«природного» змісту в епоху Відродження, зокрема у творах Данте Аліґ'єрі, де стверджується вимога поклоніння не лише божественному, а й земному. У працях представників німецької класичної філософії проблема толерантності розглядається в контексті «етики обов'язку» І.Канта, діалектики Г. Гегеля, вчення про науку І. Фіхте, «етика кохання» Л.Фейєрбаха. Співчуття як «перший феномен моралі» займає важливе місце і в працях А. Шопенгауера, який вважає передбачливість і милосердя супроводжуваними - це явище у ставленні до будь-якого «іншого» є необхідною умовою уникнення втрат, суперечок і сварок. [16]

В українській суспільно-філософській думці толерантний мотив також посідає важливе місце. У вченні проблема пошуку «гармонійної рівноваги» (толерантності) постає для Сковороди як проблема, яку може вирішити лише: «той, хто ворогів любить, добро воздає ворогам, для інших здоров'я губить, не тільки для добрих друзів». [20]

Толерантність - шлях до самопомоги та культурного розвитку людини. Це полярна протилежність фанатизму, тоталітаризму з прагненням до єдності, бо толерантність передбачає різноманітність та апріорну відмінність. Толерантність передбачає рівноправність індивідів з різними поглядами. Справжнім суб'єктом толерантності може бути лише та людина, яка зважає на іншу людину.

Одним із найглибших проявів толерантності є міждисциплінарні наукові підходи, що застосовуються на стику наук про людину (психології та етики, соціальної філософії та культури). Праці М. Бахтіна, А. Маслоу, К. Роджерса, В. Франкла, Г. Олпорта, Е. Фромма, М. Бубера заклали основу гуманістичного та екзистенціального розуміння природи толерантності. [12; 30]

Толерантність, за Бахтіним, випливає з «внутрішньої комунікабельності» людини, з того, що саме в процесі вільного діалогу («ти» для «я») виявляється її індивідуальність. Спочатку питання толерантності як мови буття постало в працях Е.Фромма. Першою чисто людською потребою він вважав потребу в спілкуванні та міжособистісних стосунках. Єдиною

ефективною стратегією спілкування з іншими є любов, котра дає людині свободу бути унікальною та незалежною, також вона дозволяє їй задовольнити свою потребу в спілкуванні, не ставлячи під загрозу свою цілісність і власну незалежність.

Толерантність Г.Олпорт називає особистісною властивістю людини в демократичному суспільстві, яка поєднує в собі самопізнання, почуття гумору, відповідальність, автономність і здатність до співпереживання. За його словами, є два шляхи до особистісного зростання: толерантність і інтолерантний. Толерантна людина обирає вільну та турботливу людину з позитивною самооцінкою. Інтолерантна, навпаки характеризується прагненням перекласти відповідальність на оточуючих, має потребу в порядку, сильним бажанням влади та ідеєю про власну винятковість. [12; 16]

Г.Олпорт дає узагальнення толерантної особистості за певними параметрами: по-перше, це орієнтація на себе, даний фактор свідчить про те, що толерантна людина орієнтується на особисту незалежність, а на незалежність до зовнішніх інститутів та авторитеті орієнтується слабше. Наступним є потреба у визначенні, це коли особистість визнає багатоманітність та хоче вислухати різну точку зору та їй буде більш менш комфортно у стані невизначеності. Також у людини буде не така велика потреба в порядку, адже толерантна особа не так сильно є орієнтованою на соціальний порядок та стає менш прискіпливою до чогось. Потім ще є здатність до співпереживання, це коли є потяг давати адекватніші думки про оточуючих. Перевага віддається свободі та народовладді - ієрархія не відіграє великої ролі у соціумі, знання самої себе - це говорить про те, що толерантна людина осмислює свої плюси та мінуси і не готова у всьому обвинувачувати людей. У толерантної особистості добре сформована відповідальність і вона не покладає на когось свої обов'язки і відповідає за себе, захищеність – це коли людина відчувається в безпеці та у неї є впевненість у тому, що дану загрозу можна подолати.

Аналізуючи поняття толерантність у роботах мудреців ХХ століття можемо сказати, що переважно толерантність постає як апріорі комунікації, що говорить про велике бажання бачити в іншому співрозмовника та досягти з ним взаєморозуміння

Толерантність у соціально-філософському розумінні є визначеною соціальною якістю стосунків між індивідами, спільнотами та їх групами, яка характеризується людським словом про іншого, прагненням не тільки бути зрозумілим, а й максимально приймати традиції, культуру, уподобання та переконання іншого.

У психологічній науці існує декілька підходів до розуміння природи толерантності, а саме такі як інтеракційний, диверсифікаційний, психофізіологічний, особистісний, соціально-психологічний, ситуаційний та екзистенційно-гуманістичний.

Психофізіологічний підхід. Толерантність - це відсутність або порушення реакції на певний небажаний фактор внаслідок зниження чутливості до його впливу. Таке визначення дав С.Ю. Головін у «Словнику практичного психолога». [12; 18] Наприклад, толерантність проявляється в тривозі через підвищення порогу емоційної реакції на загрози і зовнішні фактори - у витривалості, самоконтролі, здатності протистояти шкідливим впливам, не завдаючи їм шкоди, зниження адаптивності протягом тривалого часу. У толерантних людей спостерігається зниження чутливості до несприятливих ситуацій, яка відбувається саме через підвищення порогу емоційного реагування на загрозову ситуацію.

Виходячи з цих визначень, можна говорити про толерантність як психофізіологічну рису особистості.

Інтеракційний підхід. Дослідники О. Г. Асмолов, О. Д. Шарова, Л. А. Шайгерова, Г. І. Солдатова, зазначають, що в науковій літературі толерантність можна розглядати як повагу та визнання рівності, відмову від насильства, визнання розмаїття культур і людських переконань, а також відмова від спроб звести ці переконання та норми до одноманітності. [12; 20]

Сама по собі толерантність передбачає прийняття особистості іншого, водночас толерантність не зводиться до ігнорування власних інтересів, а передбачає позитивну позицію та врахування зацікавленостей всіх пов'язаних сторін. Толерантність має бути частиною погляду на життя будь-якої дорослої особистості. Критерії толерантності в цьому підході забезпечують взаємоповагу та рівноправність, співпрацю та солідарність у вирішенні спільних проблем і в створенні рівних умов для всіх.

Визначення толерантності у О. Г. Солдатова та О.Г. Асмолова збігаються, адже вони вірять, що толерантність є відмовою від домінування та насильства, поваги і рівності, визнання різноманітності культур, стандартів і вірувань людей.

Дослідник В.В. Бойко ввів поняття толерантної комунікативності, це про ставлення особистості до людей. [12; 20]

Толерантність і терпимість можна розглядати, як методологічну основу екзистенційно-гуманістичного підходу до психології, відображений у роботах К. Роджерса, В. Франкла та А. Маслоу, погляди яких ми частково розглянули вище.

При такому підході толерантність не варто сприймати як щось непорушне. Ти паче, це не є вимога, це – вільний та відповідальний вибір людини. Терпимість є одним із можливих шляхів особистості в процесі самореалізації, особливо коли сприйняття себе як можливості вибору, особистісного зростання, сприйняття себе та інших такими як вони є, можливості налагодити дружні особисті стосунки з людьми, які нас оточують.

Диверсифікаційний підхід. Науковці виділяють такі передумови толерантності, як гносеологічні, аксіологічні, онтологічні, соціологічні та психологічні передумови. Але феномен толерантності ніколи не лежатиме в одній площині, навіть якщо обмежитися певними психологічними аспектами. [30; 20] Його складність та багатовимірність проявляється в різноманітті видів і форм толерантності.

У багатьох філософських та теологічних працях толерантності намагаються надати чітку форму, проте в сучасній психології це поняття розсипається на безліч типів видів і форм. З усвідомленням цього різноманіття стає неможливо схарактеризувати якусь особу як «толерантну» чи «інтолерантну». Правильніше буде говорити про ступінь прояву толерантності або інтолерантності в тієї чи іншої особи.

Також диверсифікованістю можна вважати багатоаспектність і неоднорідність психологічного змісту толерантності. Серед напрямів дослідження толерантності виокремлено важливі аспекти, такі як емоційний, когнітивний і поведінковий.

Особистісний підхід дослідження толерантності передбачає аналіз індивідуальних рис особистості, які сприяють розвитку толерантності, а також виявлення тих факторів, що можуть перешкоджати її розвитку. [12; 23] Цей підхід дозволяє вивчити ті особистісні особливості, які забезпечують людині здатність поважати думки, переконання, та ставлення інших людей, навіть якщо вони суперечать його власним.

Особистісний початок варто розглядати як основний фактор, що регулює дію інших психологічних складових толерантності.

Толерантність як ставлення створює довіру, готовність до співпраці, веселість, товариську та прихильність.

Інтолерантність - це ставлення, що виражається в негативі, злобі та негативних емоціях, таких як – гнів, досада та ворожість.

Толерантність - це здатність особистості без агресії сприймати думки, які відрізняються від них самих, а також особливостями поведінки та зовнішності інших осіб.

Соціально-психологічний підхід. Дослідник В.Москаленко вважає, що соціально-психологічне розуміння толерантності передбачає терпимість до різних думок, а також неупередженість в оцінці людей і подій.[12; 24]

Соціально-психологічний підхід дослідження толерантності розглядає її як процес взаємодії між людьми в різних контекстах. Цей підхід

зосереджується на взаємодії людей у групах, організаціях, соціальних системах та суспільстві загалом. Основним завданням соціально-психологічного дослідження толерантності є визначення чинників, що сприяють або перешкоджають розвитку толерантності в індивіда та суспільстві в цілому.

Один з напрямків дослідження толерантності в рамках соціально-психологічного підходу - це вивчення взаємодії між групами. За допомогою соціально-психологічних методів, таких як соціальне дослідження, тестів на стереотипи та уявні експерименти, дослідники вивчають, як групи сприймають одна одну та як це впливає на їхню взаємодію.

Інший напрямок дослідження - це вивчення толерантності в особистісному розвитку. Це передбачає вивчення взаємодії між особистісними характеристиками, такими як емпатія, самоконтроль та вміння приймати різні точки зору, з одного боку, та соціальними факторами, такими як виховання та соціальна підтримка, з іншого боку.

Ситуаційний підхід. Інколи можна зустрітись з таким поняттям як фрустраційна толерантність. Вона описується як здатність протистояння життєвим труднощам без втрати психологічної адаптації. В її основі лежить здатність адекватно оцінювати реальну ситуацію і можливість передбачити вихід з даної ситуації. [12; 24]

Підсумувавши вивчене, найбільш загальне визначення може виглядати так: «Толерантність - це характеристика індивіда, що визначає його здатність у проблемних і кризових ситуаціях активно взаємодіяти із зовнішнім середовищем з метою відновлення своєї нервово-психічної рівноваги, успішної адаптації, недопущення конфронтації й розвитку позитивних взаємин із собою й з навколишнім світом» .

2.2. Фактори формування толерантності особистості

Толерантність також можна охарактеризувати, як властивість особистості, яка полягає у повазі до інших людей, незалежно від їхньої

національності, раси, релігії, статі, соціального статусу та інших особистих характеристик. Фактори, які сприяють формуванню толерантної особистості, можуть бути наступними:

- Соціалізація в дитинстві: оточення дітей різних національностей, релігій, культур та інших груп сприяє розвитку толерантності та розумінню різноманітності. Виховання з повагою до різних культурних традицій та переконань також може допомогти формуванню толерантної особистості.

- Освіта: навчання та освіта можуть забезпечити людям знання про різноманітні культури та допомогти усвідомити, що люди можуть мати різні погляди на життя та різні цінності. Освіта може також допомогти розвивати критичне мислення та підвищувати рівень культурної компетентності.

- Спілкування з іншими людьми: контакт з людьми, що мають різні думки, може допомогти розширити свій світогляд та розвинути здатність приймати різноманітність.

- Пізнавальний інтерес: бажання дізнаватися більше про інші культури може допомогти людям стати більш толерантними та відкритими до нових досвідів та інших людей.

- Виховання в сім'ї: виховання в сім'ї, яке відображає повагу до різних культур, релігій та інших характеристик, може бути ключовим фактором у формуванні терпимості індивіда до світоглядів та культур, що не схожі з його власними.

Толерантність можна поділити на дві функції, які вона виконує, насамперед це те, що вона запобігає міжгруповим та внутрішньогруповим конфліктам, які сприяють підтримці та формуванню, щоб група була стабільною. Іншою функцією є те, що толерантність створює імідж згуртованої і стабільної групи, яка робить взаємодію продуктивніше, стосовно державних структур, міжнародних організацій та соціальних групами.

Одним з факторів формування толерантності є здобуття людиною соціально важливих правил поведінки. Вони створені в ході історичного розвитку людини й сприяють повноцінному і всебічному прогресу. В світі є

необхідна система цінностей, яка закріплена на законодавчому рівні. Норми, які включені до переліку, включають такі стандарти, як права людини, терпимість до недоліків і помилок інших людей, прийняття цінності миру та ненасильницького вирішення конфліктів, дотримання норм права, жалість, співчуття, цінність людського життя та відсутність фізичних страждань.

Ще одним фактором формування толерантної особистості вважається прагнення до самоусвідомлення, розширення кругозору та формування світогляду. Дані якості підвищують уявлення щодо себе, адже роблять їх завершеними та позитивними. Тут також можна розглядати формування вищої самооцінки людини. В процесі розвитку свого розуміння навколишньої дійсності людина та внутрішній її світ стає суб'єктом інсайту. Це доводить до інтересу до власного життя, до потреби порівнювати себе з іншими а також до якостей своєї тіні. Толерантність особистості сприяє формуванню образу про себе та інших.

Людина з високим ступенем толерантності має характерний поведінковий комплекс, який характеризується зниженою агресивністю, вона є неконфліктною, вона є продуктивною, при цьому у людини формується позитивне життєве ставлення, яке підвищує стійкість до стресів та загальний життєвий тонус. отримує хороше ставлення щодо життя, це підвищує її загальний тонус та стресостійкість. Тут присутнє уміння виходити з конфліктних ситуацій шляхом переговорів також можна розглядати як ознаку толерантної особистості. Можна вважати, що наявність кількох методів вирішення конфлікту призводить до більш продуктивних і толерантних взаємодій.

ВИСНОВКИ ДО II РОЗДІЛУ

Аналізуючи інформацію II розділу, можемо продемонструвати власне бачення поняття толерантності та стисло охарактеризувати отримані дані.

Під толерантністю ми маємо на увазі характеристику свого ставлення по відношенню до людей, виявляючи певну терпимість до речей, які є

неприємними або ж неприйнятними, на думку якостей, психічних станів та вчинків партнерів по спілкуванні.

Взагалі поняття толерантність – збірне, оскільки воно відображає чинники людської долі та виховання, культури, цінності, потреби, досвід у спілкуванні, настанови, інтереси, темпераменти, особистість, а також емоційні моделі поведінки.

Філософи та науковці різних епох по-різному трактували поняття толерантності. Та все ж, усі можливі пояснення сходяться в одному - це моральна якість, яка визначає нашу терпимість до оточуючих нас осіб, предметів та подій.

В цьому розділі ми чітко навели трактування толерантності різними мислителями, а також підходи до розуміння природи толерантності з наукової точки зору - інтеракційний, психофізіологічний, диверсифікаційний, особистісний, соціально-психологічний, ситуаційний та екзистенційно-гуманістичний.

В даному розділі також було визначено основні функції толерантності та фактори її формування - такі як виховання, соціалізація, пізнавальний інтерес і т.д. Адже розуміючи природу та принципи формування цієї надважливої якості, ми чіткіше усвідомлюємо її значимість, а отже і певний аспект самих себе. Тим самим, розширюємо власний світогляд та задовільняємо прагнення до самоусвідомлення, що в свою чергу також є фактором формування толерантності.

Можемо доволі чітко охарактеризувати особу з високим рівнем толерантності - їй притаманні такі характеристики, як: знижена агресивність, висока продуктивність, позитивне ставлення до життя та висока стресостійкість. Таким чином, можемо сказати, що вивчення поняття толерантності та розвиток в собі цієї якості напряду впливає на покращення якості нашого життя.

РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

3.1. Проведення емпіричного дослідження та методи психодіагностики впливу ЗМІ на формування толерантності особистості

Як ми уже дізнались з попередніх розділів, формування толерантності особистості - багатогранний та комплексний процес, вивчення та аналіз якого потребує значної кількості даних, а оцінити вплив засобів масової інформації на формування цієї якості можливо тільки за допомогою збору статистичних даних. Найдоречнішим способом отримання таких даних може виступати емпіричне дослідження.

Для визначення впливу ЗМІ на формування толерантності особистості було проведено емпіричне дослідження на основі таких методик:

- Методика дослідження рівня сугестивності (О.П. Єлісеєв)

Суть даної методики полягає в опитуванні респондентів, аналізі їхніх відповідей та присвоєнні відповідного балу в залежності від відповіді. Після чого отримані бали сумуються і множаться на три. На основі отриманого значення респонденту присвоюється певний рівень сугестивності.

- Методика «Рівень комунікативної толерантності» (В.В. Бойко)

Суть даної методики також полягає в опитуванні респондентів та аналізі їхніх відповідей, на основі чого визначається їхній рівень комунікативної толерантності.

Першою ланкою у проведенні дослідження була організація опитування за допомогою онлайн платформи Google Forms, респондентами якого були 67 осіб, з них - 48 жінок (71.6%) і 19 чоловіків (28.4%) різного віку, проте більшістю осіб була молодь 18-24 років. Детальну характеристику подано в рисунку 1:



Рис. 1.1. Вікові групи респондентів

Дане опитування тривало протягом 25 днів та поширювалось через популярні соціальні мережі, такі як : Instagram і Telegram. Опитування складалося з трьох частин: запитання, що стосувались методики дослідження рівня сугестивності, запитання із методики щодо дослідження рівня комунікативної толерантності, а також загальне анкетування осіб питань, що стосувались їхньої особистісної інформації.

3.2. Аналіз показників вияву впливу ЗМІ на формування толерантності особистості

В першій частині опитування подано запитання, основою яких було визначення рівня сугестивності респондентів.

Сугестивність - здатність сприймати психологічний вплив іншої людини, або групи людей, а рівень швидкості сприйняття впливу є індивідуальною рисою особистості, яка залежить від певним характерологічних особливостей, віку та деяких хворобливих факторів. [30]

Сугестія(навіювання) - процес психологічного впливу на індивіда, або їх групу зі зниженим усвідомленим контролем та некритичною оцінкою змісту повідомлень, які ними сприймаються. [30]

Слід підкреслити, що існують різні класифікації навіювання і самонавіювання; відкрити і закрити; дистанційне та контактне. Навіювання може бути вербальним, яке, фактично, є основним видом навіювання. Мова сугестора є основним способом впливу і навпаки, невербальні фактори, такі як жести, обличчя, дії, є доповнюючими.

Залежно від механізму реалізації навіювання може бути навмисним та ненавмисним. Навмисною сугестією вчені називають те, що означає цілеспрямований психологічний вплив, який є узгоджений з раніше задуманими цілями та обраними прийомами. І навпаки, ненавмисною сугестією вчені називають навіювання, яке не переслідує завчасно поставленої мети. Іншими словами, пряме навіювання безпосередньо пов'язане зі словами інфлюенсера.

При непрямому навіюванні певна дія, або стимул використовується для посилення його ефекту. У процесі психологічного впливу необхідно пам'ятати, що здатність до навіювання у кожної людини індивідуальне. Визначити рівень навіюваності можна за допомогою різних тестів та методик. Варто зазначити, що втома та стрес також підвищують рівень навіюваності.

Як було зазначено вище, основну частину респондентів складає молодь - переважно студенти останніх курсів навчальних закладів, з високим навчальним навантаженням, через що можливий підвищений рівень стресу, що в свою чергу могло певним чином повпливати на їхні відповіді.

Отримані результати опитування можна поділити на три рівні - високий, середній та низький рівні сугестивності.

Було виявлено всього одного респондента з високим рівнем сугестивності. Такий рівень можна охарактеризувати наступним чином: низька асертивність та невпевненість в собі, неспроможність прийняти власне

рішення, невпевненість у власних діях, низька самооцінка. Це свідчить про те, що така особа є пасивною, її дії та поведінка сильно залежать від оточення.

Респондентів з середнім рівнем сугестивності було виявлено 65 осіб. Такі особи проявляють невпевненість в собі в багатьох соціальних ситуаціях і низьку асертивність, проте вони здатні інколи приймати власні рішення, хоча всеодно у більшості випадків сумніваються у правильності прийнятих рішень. Такі люди помірно відкриті зовнішньому впливу та можуть залежати від думки більш авторитетних осіб.

З низьким рівнем сугестивності було виявлено одного респондента. Такі особи відрізняються високою асертивністю та впевненістю в собі та своїх діях, самостійністю прийняття рішень, високою емоційною стабільністю. Такі особи не піддаються зовнішньому впливу, не залежать від думки авторитетних людей та беруть відповідальність на себе в проблемних ситуаціях.

«ДОСЛІДЖЕННЯ СУГЕСТИВНОСТІ» ЗА ЄЛІСЄВИМ О.П.

Таблиця 1.

Результати методики «Дослідження сугестивності»

Рівень сугестивності	Кількість респондентів	Відсотки
Знижений	1	1,5%
Середній	65	97%
Підвищений	1	1,5%

У даному дослідженні ми виявили, що середній рівень сугестивності мають 97% опитаних, це свідчить про те, що значна кількість респондентів, мають значний вплив стресу, пов'язаного з великим навантаженням навчальної програми. Також значний рівень сугестивності можна пояснити віковими змінами респондентів, адже більшість з них в даний момент знаходяться на стадії формування «Я-концепції»

Нижче подано результати, отримані при оцінюванні рівня сугестивності респондентів у діаграмі:

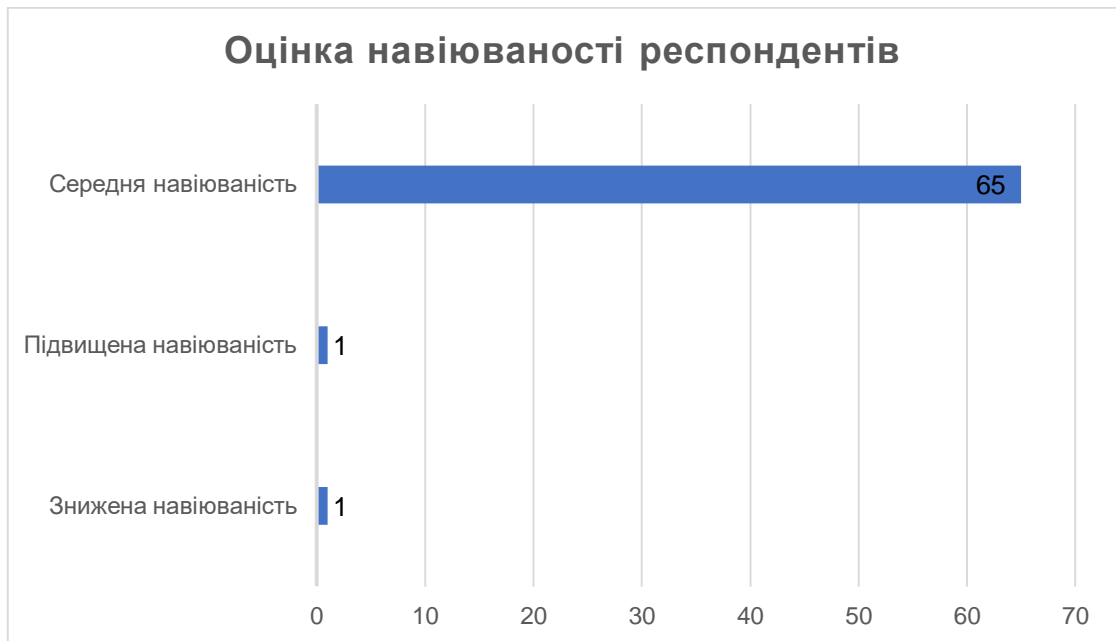


Рис. 2.1. Показники рівня сугестивності

Розглянувши детальніше деякі запитання, наведені з методики О.П.Єлісеєва - дослідження рівня сугестивності у яких наведено ключові запитання та їх коротка характеристика.

В першому запитанні респондентам було запропоновано написати прізвище відомого їм письменника за зразком.

Серед опитаних респондентів 52% написали прізвище письменника - Шевченко. Це свідчить про національне піднесення після початку повномасштабного вторгнення з боку країни-агресора Росії. Шевченка безпомилково можна вважати пророком українського народу, він беззаперечно є батьком українського письменництва і для молоді він є цікавим передусім, як символ, адже немає українця, який нічого не знав би про Шевченка.

10% респондентів написали про Франка та 5% - Костенко. Загалом, 67% опитаних вказали у відповіді українських письменників.

Двоє осіб (3% опитаних) написали прізвище, яке було у прикладі (Гоголь). Це свідчить про те, що ці люди легко піддаються навіюванню.

Решта 30% опитаних, а це 20 осіб, написали прізвища сучасних, відомих їм письменників, що може свідчити про низький рівень сугестивності таких осіб.

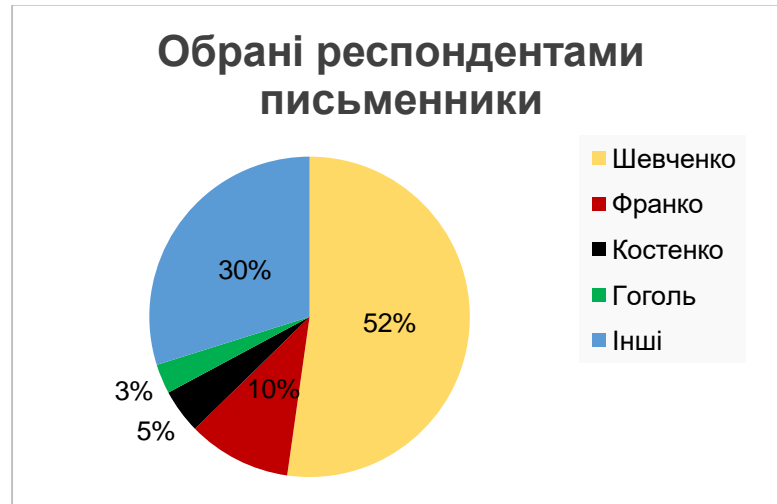


Рис. 2.2. Числове значення обраних показників (обрані респондентами письменники)

Наступним завданням було написати будь-яку коротку фразу, прикладом якої було «літо настало». Лише одна особа (1,5%) написала фразу, що повторюється «літо настало», інші ж писали схожі фрази, такі як: зима пішла, тепло настало та інші фрази, які пов'язані з порою року та теплом, а саме - 14 респондентів (21%).

Таким чином визначаємо, що цим особам доволі легко нав'язати думку, якої вони будуть притримуватись. Один з респондентів (1,5%) надав некоректну відповідь, а саме: він не написав фразу, а написав іменник (*Максім*), а решту респондентів - 51 особа (76%), написали різні фрази, які не є пов'язаними з порою року, теплом. На основі цього робимо висновок, що більшість осіб, які давали відповідь на це запитання мають низький рівень сугестивності.

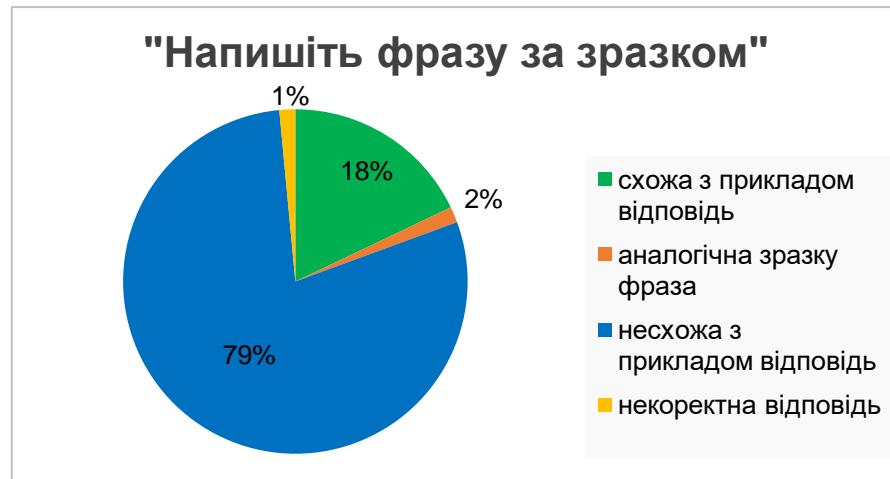


Рис. 2.3. Числове значення обраних показників (обрана фраза за зразком)

В одному з наступних запитань респондентам було запропоновано уявити будь-який предмет, прикладом якого було слово «трикутник». На таке запитання значна частина опитаних – 43 респонденти (64%) - уявила іншу геометричну фігуру. Двоє респондентів (3%) написали те ж саме, що й у прикладі, що свідчить про високий рівень сугестивності в цих осіб. Решту – 22 людини (33%), уявили несуміжні з прикладом об'єкти, що свідчить про стійкість власної думки.



Рис. 2.4. Відповіді на запитання "Уявіть фігуру за прикладом"

Аналізуючи відповіді респондентів, можемо припустити, що здебільшого особи добре піддаються навіюванню, або ж дотримуються думки, що значною мірою суміжна думка з запропонованою думкою є авторитетним джерелом, а в даному випадку - опитувальником.

В другій частині опитування було проведено загальне анкетування респондентів з метою визначення основних джерел отримання інформації, затрат часу кожного респондента, перегляд інформації про їхню особисту думку - щодо лідируючих позицій інформаційних джерел.

Таблиця 2.

Анкетування «Рівень довіри респондентів до ЗМІ»

Критерії	Кількість респондентів	Відсотки
Преса	1	1,5
Інтернет	66	98,5
Довіряють	17	25
Не довіряють	37	55
Довіряють частково	13	20
Мають улюблених кіно-теле героїв	28	42
Не мають кіно-теле героїв	39	58
Хочуть бути схожими на цих героїв	20	30
Не хочуть бути схожими	47	70

З рисунку наведеного нижче бачимо, що переважна більшість опитаних надає перевагу отриманню інформації з онлайн мережі, а саме з інтернет - простору.

1. Яким засобам масової інформації ви надаєте перевагу?

67 відповідей



Рис. 2.5. Популярність засобів масової інформації

Варто зазначити, що переважна більшість респондентів - молодь, тому такий вибір отримання інформації є цілком обґрунтованим, враховуючи тенденції сьогодення. Адже зараз онлайн мережа та соцмережі буквально є стержнем культури та думок молоді.

Цікавою є тенденція, яка мабуть, вважалась би дивною років 10 тому, адже згідно з опитуванням, основне число опитаних не використовує для власного інформування телебачення, проте, є мала кількість осіб, які все ж застосовують для власного інформування ТБ, як єдине, або ж основне інформаційне джерело. Результати статистичного підрахунку зображено на рисунку нижче:

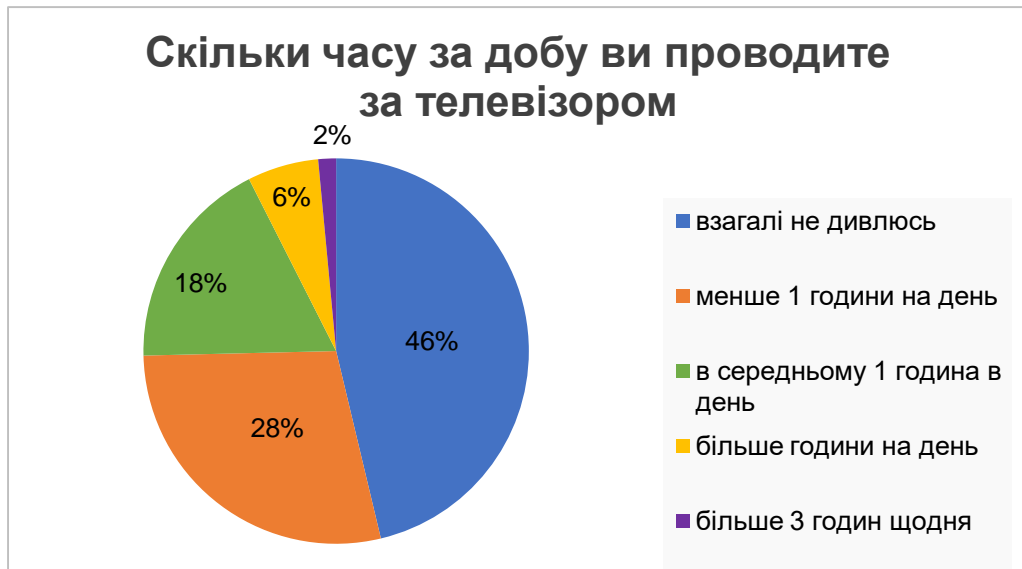


Рис. 2.6. Час, проведений за телевізором у добу

З рисунку бачимо, що 46% респондентів, а це 31 особа, взагалі не дивляться телевізора, що свідчить про неактуальність для молоді такого засобу отримання інформації, а 19 осіб (28%) витрачають менше години на перегляд телебачення, 12 респондентів (18%) витрачають в середньому годину в день, 4 опитаних (6%) витрачають більше години в день на телебачення, і тільки для однієї особи з числа опитаних (2%) телебачення можна вважати основним джерелом отримання інформації. Отже, для більшості опитаних таке джерело не є пріоритетним, у зв'язку з чим рівень довіри до цього джерела може бути очікувано невисоким.

Таблиця 3.

Критерії	Кількість годин в середньому за добу
Скільки часу перебуваю за телевізором	0,5
Скільки часу перебуваю в мережі Інтернет	4,9



Рис. 2.7. Час, проведений респондентами у мережі Інтернет

З поданої діаграми бачимо, що здебільшого, телебачення є нецікавим та неперіоритетним джерелом контенту для опитаних, а отже і довіра до інформації, поданої таким методом буде невисокою.

Одне з наступних запитань звучить так: «Чи довіряєте ви інформації, що надходить зі ЗМІ?». Відповіді на таке запитання є неоднозначними, адже, як було сказано вище, ЗМІ не є пріоритетним джерелом для молоді, а отже і степінь довіри до таких джерел цілком очікувано, буде невисокою.

Отримані відповіді на запитання подано на рисунку нижче:

Таблиця 4.

Критерій	Так (%)	Ні(%)	Інколи(%)
1.Які персонажі подобаються			
А)позитивні	74,6		
Б)негативні	25,4		
2. Що більше подобається			
А) манери поведінки	65,7		
Б)ставлення до друзів	9		
В)зовнішній вигляд	25,4		
	7,5	23,9	29,9

3. Чи поведитесь в житті так, як улюблений персонаж - Немає улюбленого героя	38,8		
--	------	--	--

За даним опитуванням найбільшим показником (74,6%) є те, що особам подобаються більше позитивні персонажі, а найменшим показником (7,5%) є те, що вони не поведуться так як і персонаж, тобто не копіюють манеру поведінки персонажів.

Одним з запитань анкети було «Чи поведетесь ви в житті так, як улюблений герой», де найбільшим показником було 38,8 % респондентів, які відповіли, що у них немає улюбленого героя, що свідчить про те, що особа не орієнтується на когось у своїх діях та не ставить їх у приклад.

В третій частині опитування подано запитання, за допомогою яких можна визначити рівні комунікативної толерантності респондентів.

Комунікативна толерантність - це характеристика відношення особистості до партнерів у різних соціальних ситуаціях. Вона показує ступінь стійкості до неприємних або неприйнятних, на думку індивіда, психічних станів, якостей і вчинків партнерів по взаємодії.

Комунікативна толерантність це одна з найважливіших рис людини, та надає велику кількість інформації про неї. Вона відображає фактори її долі та виховання, досвід спілкування, культуру, цінності, потреби, інтереси, настанови, характер, темперамент, звички, особливості мислення та емоційний стереотип поведінки. Цю характеристику можна вважати опорною, оскільки вона в значній мірі визначає життєвий шлях та діяльність людини. Її положення на роботі на близькому оточенні, можливості кар'єрного росту та якість виконання поставлених задач. Це ключова характеристика, за якою формуються інші якості індивіда, насамперед моральні, характерологічні та інтелектуальні. Тому особливості комунікативної толерантності можуть надати інформацію про психічне здоров'я, внутрішню гармонію або її відсутність, про здібності до контролю та самокорекції.

Згідно з опитувальником «Рівень комунікативної толерантності» В.В.Бойко можемо сказати, що високим рівнем комунікативної толерантності вважається оцінка до 30 балів. Така оцінка є ознакою високого рівня комунікативної культури особи, такі люди є стриманими, наполегливими та емоційно стабільними. Такий бал отримали 19,40% респондентів.

Середнім рівнем вважається оцінка від 31 до 40 балів. Такі особи, як правило, не викликають загальної симпатії, та все ж є комфортними партнерами та співрозмовниками. Такий бал отримали 16,42% респондентів.

Низьким рівнем вважається оцінка від 41 балу і вище. В людей з такою оцінкою низькі соціальні навички, про них можна сказати «він дратує своєю присутністю», з ними зазвичай некомфортно вести діалог та будь-які справи, вони рідко викликають симпатію у оточуючих та часто є емоційно нестабільними. Такий бал отримали 64,18% респондентів.




Рис. 2.8. Рівень комунікативної толерантності респондентів

Варто врахувати, що 88% респондентів - люди віком до 25 років, які є, здебільшого, студентами. Тому буде важливим проаналізувати відповіді на деякі конкретні запитання, наведені нижче.

«Повільні люди зазвичай діють мені на нерви» - на таке запитання лише (6%) 4 особи відповіли - зовсім не вірно», це свідчить про те, що більшість опитаних є молоді люди і вони цінують свій час більше, аніж люди похилого віку і загалом є в більшості нетерплячими. Найбільшим показником (50,7%) є відповідь «вірно в деякій мірі», це означає, що такі особи є здебільшого нетерплячі, але все ж є толерантними в цьому відношенні.

Більша частина респондентів на запитання «Мене дратують любителі поговорити» відповіли, що це зовсім не вірно про них (46,3%), а найменшою (11,9%) відповіддю було – «вірно в значній мірі». Так, як більшість опитуваних не дратують любителі поговорити, це говорить про те, що опитувані особи в значній мірі є соціалізовані, та для них не викликає ніякого дискомфорту діалоги в різних соціальних ситуаціях. Найменша кількість респондентів вказують про те, що їх дратують любителі поговорити, це може означати, що ці особи є дуже вибірковими в плані комунікацій, і більш ретельно підходять до вибору співрозмовника. Це можна також пояснити тим, що в даних респондентів низькі соціальні навички та низький рівень комунікативної толерантності.

 Копіювати

2. Мене дратують любителі поговорити

67 відповідей

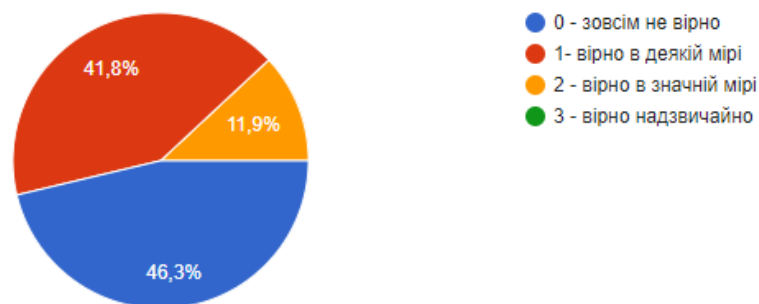


Рис. 2.9. Комунікативна толерантність респондентів

Варто розглянути ще таке питання, як «На грубість треба відповідати тим же» найбільшим показником (43,3%), а це 29 осіб, які відповіли, що в деякій мірі вони погоджуються з даним твердженням. Це означає, що такі

особи здебільшого діють інстинктивно і не завжди відповідають такою ж захисною реакцією.

22 особи (32,8%) в опитуванні вказали про те, що з даним твердженням вони не погоджуються, це пояснюється тим, що у них високий рівень комунікативної толерантності і значний рівень терпимості до оточуючих в цілому. Такі особи в більшості не є конфліктними, вони, як правило мають велику кількість товаришів і є хорошими співрозмовниками.

Дев'ятеро осіб (13,4%) відповіли, що вірно в значній мірі та 7 осіб (10,4%), що це вірно надзвичайно. Можемо сказати, що вони погано контролюють свої емоції, з ними не завжди приємно спілкуватись та здебільшого важко, адже вони можуть з агресією відстоювати свою думку та відповідати грубістю.

1. Вважаю, що на грубість треба відповідати тим же

 Копіювати

67 відповідей

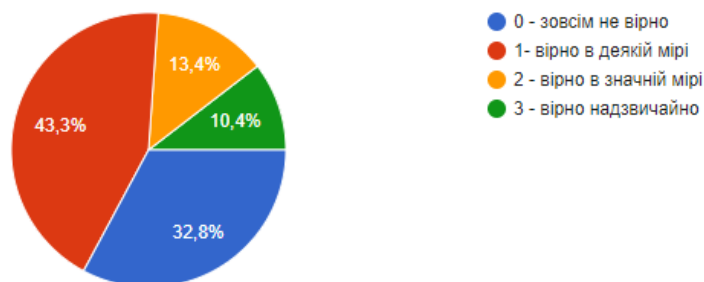


Рис. 2.10. Відповіді для визначення комунікативної толерантності респондентів

На запитання про те, що сучасна молодь викликає неприємні почуття своїм зовнішнім виглядом найпоширенішою відповіддю була зовсім не вірно. Так як основною аудиторією опитаних була саме вікова категорія молодь (тобто 16-24 років) можемо зробити висновок, що рівень толерантності в даному питанні є досить високим, а саме 53,7% опитаних.

Вірно в деякій мірі відповіли 35,8% опитаних. Якщо підсумувати результати цих двох відповідей то отримаємо 89,5%. Можна вважати, що 9/10

опитаних, абсолютно лояльно ставляться одне до одного в питаннях вибору одягу, зачісок, тощо.

Інших 10,5% розділяють між собою відповіді вірно в значній мірі та вірно надзвичайно, це свідчить про те кожен 10-ий респондент проявляю свою неприязнь до зовнішнього вигляду молоді по певним на то причинам.

Отож, 98,5% респондентів за результатами анкетування надають перевагу Інтернету, а лише 1,5% - Пресі. З них більша половина, а саме 55% - не довіряють засобам масової інформації, 25% довіряють, а також 20% довіряють ЗМІ частково. Більшість опитаних не мають улюблених кіно- та теле- героїв, а саме 58%. Припускаємо, що саме в цих респондентів низький та середній рівень сугестивності, а отже рівень довіри до ЗМІ в таких осіб може бути невисоким. Решта респондентів (42%) мають улюблених героїв, з них лише 8 осіб з 28 не хочуть бути схожими на цих улюблених героїв, а 20 респондентів мріють бути на них схожими. Виходячи з цього, такі особи формують свій образ «Я» подібним до цих героїв, таким чином можна припустити, що саме ця частина респондентів має високий рівень сугестивності і, вірогідно, більший рівень довіри до засобів масової інформації.

За даними анкетування в середньому за добу перед екраном телевізора респонденти перебувають 30 хвилин, а в мережі Інтернет – 5 годин на добу. Тому в медіапросторі найбільше впливають персонажі з Інтернету, аніж телебачення.

Провівши анкетування ми прийшли до висновку, що на толерантність значною мірою впливає джерело інформації та оточення в якому знаходиться людина.

Отож, згідно з рисунком 2.5 ми бачимо, що основне джерело інформації мас - це Інтернет, можна вважати, що це є добре, адже він мало регулюється. Під впливом інтернету ми в більшій мірі формуємо своє поняття толерантності, тому що там не має цензури. Телебачення має жорстокіші правила, де намагаються не зачепити інтереси певних меншинств, тому

інформація дуже корегується і подається у вже профільтрованому форматі, а в інтернеті ми можемо знайти все що нас цікавить і згідно цього формувати свою толерантність.

Важливим чинником для формування толерантності є також емоційне EQ , тому що в умовах сучасності ми маємо розуміти що таке емоційний інтелект та його розвивати.

В таблиці 4 наведена інформація про те, що 42% респондентів мають улюбленого кіно-теле персонажа, це може слугувати ще одним джерелом формування толерантності, оскільки ми захоплюємось цим персонажем і можемо наслідувати його, як кумира, а отже і переймати його цінності, цим самим і будемо формувати свою толерантність.

Також ми не можемо ігнорувати тип темпераменту, як джерело формування толерантності, тому що в залежності від типу темпераменту ми можемо по-різному сприймати інформацію, і тим самим по-різному будемо формувати толерантність.

ВИСНОВКИ ДО ІІІ РОЗДІЛУ

Аналізуючи результати дослідження, було виявлено, що в більшості респондентів середній рівень сугестивності, а це значить що на їх думку вплинути доволі легко. Тобто, теоретично, засоби масової інформації могли б мати значний вплив на світогляд таких людей, і, як наслідок, на формування їхньої толерантності. Але, враховуючи результати дослідження, ми бачимо, що для більшості респондентів ЗМІ не є пріоритетним джерелом отримання інформації, оскільки обрані для дослідження особи в основному молодь, яка надає перевагу отримання інформації з інших джерел, а саме - мережа інтернет (блоги, подкасти, соц.мережі), оскільки ці люди проводять доволі велику кількість часу в інтернеті – в середньому 4,9 годин на добу.

Натомість, опитані люди практично не користуються телебаченням - всього 30 хвилин на день в середньому, що фактично, вдесятеро менше, ніж

час, проведений в інтернеті, де в свою чергу, інформація отримується здебільшого від блогерів, а не від ЗМІ.

Варто зазначити, що значна частина опитаних володіє низьким рівнем комунікативної толерантності. Це може пояснюватись як банальною незрілістю опитаних і як наслідок, поганими соціальними навичками, так і тим, що відібрані для опитування люди були знайдені саме в соцмережах – де вони і проводять значний час. Враховуючи, що спілкування в соцмережах здебільшого невербальне, можна зробити висновок, що таке спілкування мало впливає на розвиток соціальних навичок та підвищення рівня комунікативної толерантності.

Виходячи з наведених вище аргументів, можемо зробити висновок, що ЗМІ не викликає значної довіри в респондентів за наявності більш пріоритетних джерел отримання інформації. Оскільки рівень довіри до цього джерела є невисоким, тому вплив його на формування особистості в цілому та толерантності зокрема, також можна вважати невисоким для опитаних нами осіб.

Отже, згідно з рисунком 2.5 ми бачимо, що основне джерело інформації має - це Інтернет, можна вважати, що це є добре, адже він мало регулюється. Під впливом інтернету ми в більшій мірі формуємо своє поняття толерантності, тому що там не має цензури. Телебачення має жорстокіші правила, де намагаються не зачепити інтереси певних меншинств, тому інформація дуже корегується і подається у вже профільтованому форматі, а в інтернеті ми можемо знайти все що нас цікавить і згідно цього формувати свою толерантність.

Важливим чинником для формування толерантності є також емоційне EQ, тому що в умовах сучасності ми маємо розуміти що таке емоційний інтелект та його розвивати.

В таблиці 4 наведена інформація про те, що 42% респондентів мають улюбленого кіно-теле персонажа, це може слугувати ще одним джерелом формування толерантності, оскільки ми захоплюємось цим персонажем і

можемо наслідувати його, як кумира, а отже і переймати його цінності, цим самим і будемо формувати свою толерантність.

Також ми не можемо ігнорувати тип темпераменту, як джерело формування толерантності, тому що в залежності від типу темпераменту ми можемо по-різному сприймати інформацію, і тим самим по-різному будемо формувати толерантність.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши отримані в результаті написання кваліфікаційної роботи дані, можемо зробити висновки.

ЗМІ – це мережа організацій, які збирають, обробляють і поширюють інформацію серед користувачів, через різноманітні технічні засоби. ЗМІ пропонує представникам різних соціальних груп можливість: публічно висловлювати свою думку, знайти та об'єднати тих, які мають спільні інтереси, а також чітко представляти та формувати в громадській думці власні зацікавленості.

Засоби масової інформації є важливою соціальною інституцією, що виконує такі функції: комунікативна, організаційна, освітня, ідеологічна, рекламна, розважальна.[22] ЗМІ певним чином впливає на всі верстви населення, формування їхнього світогляду і, як наслідок, здійснює певний вплив на формування толерантності особистості.

Неможливо оцінити вплив ЗМІ на загальне формування концепції толерантності серед мас, оскільки в останнє десятиліття проблема терпимості стає як ніколи важливою та виходить на потенційно важливий рівень.

Важливо, щоб ЗМІ передавали правдиву та об'єктивну інформацію про різні культури та соціальні групи, допомагали зменшувати культурний релятивізм та стереотипи, а також піднімали питання толерантності та поваги до інших. Також важливо, щоб особистості мали здатність критично аналізувати інформацію, яку вони отримують з ЗМІ та в інтернеті, і розуміли, як ця інформація може впливати на їхні переконання та поведінку в цілому.

Спектр маніпуляцій масовою свідомістю з боку засобів масової інформації широкий міжцивілізаційні, міжнаціональні міжетнічні, міжрелігійні, політичні, мовні відносини тощо.

Сучасні ЗМІ пропонують суспільству готові ціннісно-сміслові та поведінкові моделі, які можуть консолідувати суспільство, достатньо ефективно знімати соціальну напруженість, але можуть і підривати позитивну консолідацію і психологічну стабільність соціуму шляхом створення та

просування у маси образів ворогів розкручування агресивного настрою натовпу.

Провівши дослідження щодо загального впливу ЗМІ на формування толерантності особистості - можемо помітити, що основне число опитаних добре піддаються навіюванню та обирають думку більшості навіть враховуючи, що рівень довіри до ЗМІ невисокий. Це може свідчити про те, що «стадний інстинкт» успішно працює, проте не завжди є достовірним і правильним джерелом інформації.

Також, враховуючи, що основна маса респондентів - молодь, рівень сугестивності буде рухатись лише по наростаючій, і «ланцюгова реакція» буде спостерігатись у всіх, хто довірився певному інформаційному джерелу.

Отже, ЗМІ виступатимуть в очах широких мас, як надійна сторона інформативного комплексу, що означатиме високий вплив на формування їхніх цінностей.

За результатами проведеного дослідження, поставлену мету було досягнуто та усі завдання виконано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безкоровайна О.В. З педагогікою толерантності в третє тисячоліття, 2003. №3, 4-11 с.
2. Бобовнікова Л.О. Толерантність як фактор становлення сучасного українського суспільства - Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Філософія». Т. 17(56).2004, 261 с.
3. Бондаренко О., Буткевич М., Федорович І., Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти підходи / О. Бондаренко, М. Буткевич, І. Федорович. Київ: ГО « Центр «Соціальна дія», 2015. 22 с.
4. Вплив засобів масової інформації: психологічні особливості. Реферат - <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/22585/>
5. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / О.П. Голуб. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
6. Грива О.А. Толерантність молоді у полікультурному середовищі : монографія. Київ : Вид-во Нац. пед. ун-ту ім. М.П. Драгоманова, 2007. 275 с.
7. Залановська Л.І. Методологія дослідження компонентів міжетнічної толерантності. Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. 2015, Вип.2 (36), 68 с.
8. Ісакова Т.О. (2016). Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. Стратегічні пріоритети. № 4 (41). 90-97 с.
9. Молчанова А. Толерантність як ціннісна основа професійної діяльності педагога. Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України, м. Київ, Україна, 2013, 188 с. Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/710153/>.
10. Моргун В. Ф. Типологія адаптивних психологічних механізмів в багатомірній структурі особистості. Полтава, 1995. С. 78-79.
11. Москаленко В. В. Соціальна психологія. Центр навчальної літератури, 2005. 624 с.
12. Павленко В.М., Мельничук М.М. Психологія толерантності особистості, Монографія - Полтава, 2014, 354 с.

13. Паніна Н. Щодо застосування шкали соціальної дистанції у дослідженнях національної толерантності в Україні. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2003. № 4, 21-43 с.
14. Пейчева О. Емпіричне дослідження соціально-психологічної компетентності студентів 2005. № 6 (14). 68-73 с.
15. Роменець В. А. Історія психології 19 20 століття К: Вища школа, 1995. 64 с.
16. Роменець В. А. Історія психології стародавнього світу і середніх віків К: Вища школа, 1983. 416 с.
17. Роттер. Г. Свобода слова та цивілізація: діалог між культурами Deutschland. 2000. № 1. 52–55 с.
18. Симоненко С. М. Психологія візуального мислення: стратегіально-семантичний підхід Одеса: ПНЦ АПН України, 2005. 320 с.
19. Сковорода Г. Вірші. Пісні. Байки. Діалоги К.: Наукова думка, 1983. 544 с.
20. Словник - довідник для соціальних педагогів та соціальних працівників [уклад. О. В. Безпалько, Р. Х. Вайнола, З. Г. Зайцева, 2000, 260 с.
21. Смирнова М. Створення стереотипів засобами масової інформації в добу інформаційного суспільства / М. Смирнова 2016, 63-67 с. - http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2016_15_11
22. Стаття «Види засобів масової інформації» - <https://dovidka.biz.ua/vidi-ta-funktsiyi-zmi/>
23. Сухомлин, О. Ю. Принципи толерантності та їхня реалізація у пресі мультикультурного суспільства. Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Філологічні науки. 2008. № 2. 313–318 с.
24. Тарасюк Л. С. Проблема культури толерантності в сучасному суспільстві. Гуманітарний часопис 2013, № 1. 39-44 с.
25. Ткачук Т. (2017). До питання про мовну толерантність (результати опитування, проведеного у Вінницькій області) № 3. 68–76 с. - <https://philararchive.org/archive/ТКА-4>

26. Узніченко В. Український науковий журнал «Освіта регіону» №2, Київ, 2012, №1
27. Уолцер М. Про толерантність. Харків., 2003. 65-96 с.
28. Щербак М. Соціально-класові характеристики політичної культури в Україні: досвід дослідження соціологічного тесту «Типи політичної культури». Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2006. №. 3, 163 с.
29. Якименко С. І. Можливості впливу телевізійних ЗМІ на формування толерантності студентів вищих навчальних закладів. Педагогічний дискурс . 2013. № 14. 469-473 с.
30. URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/>