

Підготовка соціальних працівників до проведення культурно-дозвілєвої діяльності для людей з особливими потребами полягає у визначенні мети, змісту в застосуванні дієвої педагогічної системи.

Таким чином, культурно-дозвілєва діяльність людей з особливими потребами володіє культурологічними, психологічними, педагогічними, методичними, організаційними характеристиками. Застосовуючи їх в середовищі людей з особливими потребами вони впливають на соціальну адаптацію, комунікативні навички. Все це позитивно впливає на гармонізацію особистості людей з особливими потребами, розвивають міжособистісні стосунки, формують загальноцивілізаційні ціннісні орієнтації, що сприяють самоствердженню.

Література

1. Гвоздїй С. П. Теоретичні і методичні засади підготовки майбутніх фахівців соціономічних спеціальностей до безпеки життя і професійної діяльності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра пед. наук: спец. 13.00.04. Одеса, 2017. 45 с.

2. Макарова Т. О. Професійна підготовка соціальних працівників у ВУЗі до культурно-дозвілєвої діяльності з інвалідами : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Макарова Тетяна Олександрівна. Ульяновськ, 2006. 249 с.

3. Радионов В. Е. Нетрадиционное педагогическое проектирование: учеб. пособие. СПб.: Спб. гос. техн. ун-т, 1996. 140 с.

УДК 377.3:004

Я. М. МАЗУР, Л. О. ДАНИЛЬЧУК
Хмельницький національний університет

РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЙ ЗМІ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ

Сучасна людина живе у системі засобів масової інформації, що швидко поширюються, у світі «інформаційного вибуху» основними характеристиками якого є хаотичність,

безмежність і надмірність, перепоვნення повідомленнями про насильство й агресію, які проникають у сімейне життя, освітнє середовище, масову культуру, індустрію розваг, широке суспільне оточення.

Проблеми впливу ЗМІ на особистість і суспільство відображені в роботах Д. Бакінгема, Ж. Гоне, І. Дзялошинського, Дж. Лалла, Л. Селлерса. ЗМІ як соціальний інститут досліджували Н. Богомолова, В. Горохов, А. Москаленко, Ю. Хабермас; взаємодію ЗМІ і суспільства О. Ваганова, Ю. Горський, Г. Солганік; вплив ЗМІ на соціалізацію особистості В. Воробйов, Н. Габор, О. Журін, І. Левшина та ін.

Засоби масової інформації, безперечно, суттєво впливають на соціалізацію особистості: пізнання світу, інших країн, різних понять і категорій, із якими вона зустрічається. ЗМІ несуть масову інформацію до комуніканта. Кожен засіб має свої особливості передачі масової інформації.

Так, найбільш оперативним є **радіо** – область науки і техніки; спосіб передачі інформації на відстань засобом радіохвиль (які вільно розповсюджуються у просторі) за допомогою якого здійснюється зокрема радіомовлення – передача сигналів, мови, музики для необмеженої кількості слухачів [2, с. 996], оскільки воно доступне будь-де, приймач не дорого коштує, простий у користуванні.

Радіомовлення може, як фон, супроводжувати людину, при цьому воно часто виконує розважальну функцію, на яку може накладатися функція повідомлення. Для розуміння специфіки радіо слід зазначити, що радіоінформація сприймається певними відрізками й не завжди послідовно та регулярно у часі. Через те радіо характеризується непостійною аудиторією. Проте радіо з усіх ЗМІ найбільш ефективно діє на когнітивні структури, на розум людини. Захоплюючи її емоційну сферу, радіо швидко й легко (через функцію розважання) впливає на розум, позбавляючи можливості аналізу почутого (не можна повернутися до сказаного раніше, щоб ретельно його проаналізувати; та в слухача й не виникає такої потреби, оскільки він підсвідомо налаштований на плинність ефірного потоку, але захоплений розважальною формою передачі повідомлення втрачає пильність, стає довірливим).

Телебачення – одне із найбільш масових засобів розповсюдження інформації; комплекс пристроїв для передачі рухомого зображення і звука на відстані; область науки, техніки і культури, пов'язана із передачею на відстані рухливих об'єктів за допомогою радіоелектронних пристроїв [2, с. 1196.]. Під системою телебачення розуміють спосіб кодування інформації про колір. На часі розрізняють: наземне, супутникове, аналогове, цифрове телебачення. У другій половині ХХ ст. телебачення отримало широке розповсюдження. Його роль у світі підкреслила ООН.

Враховуючи те, що людина сприймає 80% інформації про оточуючу дійсність через візуальне відчуття, телебачення давно вже стало головним каналом інформації про соціально-політичне й економічне життя, а також центральним вектором, який чинить великий вплив на емоційну сферу та здатність діяти. Глядач має змогу відповісти на запитання «як це трапилось?» і сам ніби втягується у «бачене». Виникає ефект присутності, глядач ніби ідентифікує себе з учасниками події, що показується, через те готовий і сам відповідно діяти.

Отже, телебачення має потужний емоційно-дієвий вплив на аудиторію. Як і у випадку з радіо, глядач не встигає аналізувати, критично ставитися до показаного, втрачає «інтелектуальну» пильність і стійкість, стає довірливим, адже він сам «бачив ту правду».

Преса – частина ЗМІ, призначених для масового читача (друкована продукція; періодичні видання – переважно газети й журнали, альманахи, бюлетені та ін. і рідше неперіодичні – книги, листівки, плакати та ін. [1, с. 922]). Основне завдання преси – формувати суспільну думку (як системо утворююча – функція ідеологічного впливу). Преса відповідає на запитання «чому, за яких умов, через що це трапилось і т. д.?». А такі запитання є вже результатом читацького аналізу. Через те преса більш аналітична, ніж радіо й телебачення.

Із появою і поширенням мережі Інтернет з'явилися інтернет-ЗМІ. Майже всі ЗМІ мають сайти в Інтернеті, на багатьох з них публікуються регулярно оновлювана інформація: як правило, це інтернет-версії тих самих матеріалів, іноді вони виходять із затримкою, іноді до матеріалів та / або архівів

доступ є платним. Зазвичай, основні доходи інтернет-ЗМІ надходять від реклами, хоча ЗМІ може бути і спонсорована ним, і як мовний орган будь-якої організації.

Отже, класична система засобів масової інформації приховує в собі глибинну суть суспільства як цілісного соціального організму, необхідною умовою нормальної життєдіяльності якого є порядок, що забезпечується системою соціальних норм. Призначення технологій ЗМІ полягає у поширенні та підтриманні суспільного порядку, оскільки вони оперують, насамперед, категорією соціальної поведінки аудиторій, людей, мас, натовпів, публік, інших соціальних утворень.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2002. 1440 с.

2. Новый энциклопедический словарь. М. : Большая Российская энциклопедия: Н74 РИПОЛ классик, 2000. 1456 с.

УДК 004.738.5

М. В. МАЦИШИНА, Л. О. ДАНИЛЬЧУК
Хмельницький національний університет

РЕАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНИХ ВІРТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОБОТІ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА

На початку ХХІ століття соціокультурний розвиток суспільства визначив закріплення складних і суперечливих тенденцій у системі освіти: глобалізаційних процесів, демографічних змін та виникнення нових знань та компетентностей. Зазначені тенденції виникають під впливом стрімкого розвитку віртуальних технологій, які впливають на: розвиток бізнесу, ринок праці і, в свою чергу, на систему соціальної роботи/соціальної педагогіки.