
УДК 082

ББК 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk I oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy I redakcji: Warszawa, ul. Wyszogrodzka,16
e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zl.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór raportów naukowych. „Aktualne problemy w współczesnej nauce.
(28.06.2013 - 30.06.2013) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»,
2013. - 148 str.

ISBN: 978-83-63620-04-2 (t.1)

Zbiór raportów naukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowo-
Praktycznej Konferencji 28.06.2013 - 30.06.2013 roku. Warszawa.
Część 1.

УДК 082
ББК 94

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora zakazany.

Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.

Pisownia oryginalna jest zachowana.

Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach
należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

Obowiązkowa odniesienia do zbioru.

ISBN: 978-83-63620-04-2 (t.1)

"Diamond trading tour" ©

SEKCJA 3. NAUK BIOLOGICZNYCH.(БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)

1. Власов В.В., Конуп Л.О., Чистякова В.Л, Конуп А.І 6
ВИЯВЛЕННЯ ВІРУСНИХ, БАКТЕРІАЛЬНИХ І ФІТОПЛАЗМОВИХ ХВОРОБ
ВИНОГРАДУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ
2. Мачавариани Н.Г., Терехова Л.П. 9
НОВЫЙ МЕТОД ВЫДЕЛЕНИЯ АКТИНОМИЦЕТОВ ИЗ ПОЧВЫ
3. Столяр И.В. 13
МЕД СЕВЕРНОГО ПОЛЕСЬЯ ЖИТОМИРЩИНЫ

SEKCJA 4. WETERYNARIA (ВЕТЕРИНАРНЫЕ НАУКИ)

4. Чудак Р.А., Вознюк О. І.,Скоромна О. І., Подолян Ю. М.,
Поліщук В.О. 15
ФІЗИОЛОГІЧНИЙ СТАН ТА ЯКІСТЬ МОЛОКА У КОРІВ РІЗНОГО РІВНЯ
ПРОДУКТИВНОСТІ ,
5. Скоромна О. І., Вознюк О.І., Подолян Ю. М. 19
АМІНОКИСЛОТНИЙ СКЛАД М'ЯСА КУРЧАТ-БРОЙЛЕРІВ ЗА
ВИКОРИСТАННЯ ПРОБІОТИКА

SEKCJA 5. GEOGRAFICZNY NAUKI(ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ НАУКИ)

6. Баклагин В. Н..... 24
ОБОСНОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТОЧНОЙ ОБЛАСТИ С
ГОРИЗОНТАЛЬНЫМ ШАГОМ СЕТКИ 1000 М ПРИ МОДЕЛИРОВАНИИ
ГИДРОТЕРМОДИНАМИКИ ОНЕЖСКОГО ОЗЕРА

SEKCJA 7. JOURNALISM.(ЖУРНАЛИСТИКА)

7. Житкова А.Э., Лавинский Р. А..... 28
ПОТРЕБЛЕНИЕ И СМИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

SEKCJA 8. ART (ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ)

8. Ропецький В.А. 30
СЛОВО ПРО ОРГАНІЗАЦІЮ НАРОДНОЇ ТВОРЧОСТІ ЛЬВІВЩИНИ
9. Худякова Е.С. 35
ИСТОРИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОСКА В ТЕХНИКЕ СТАНКОВОЙ
ЖИВОПИСИ И ВОСКО-СМОЛЯНОЙ МАСТИКИ В РЕСТАВРАЦИИ
СТАНКОВОЙ ЖИВОПИСИ В ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ И РОССИИ
10. Шоколо И.Н. 40
РУССКИЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ XVII-XVIII ВВ: ПРЕДПОСЫЛКИ
ПОЯВЛЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ. ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ
ПАТРИАРХА ФИЛАРЕТА
11. П'ятницька-Позднякова І.С. ,Зварич А. А. 45

ПОД- СЕКЦИЯ 6. Теория, практика и методы

Житкова А.Э.

студентка I курса

Донецкого национального университета экономики и торговли

им. М. Туган-Барановского

Лавлинский Р. А.

к.филос.н.

ПОТРЕБЛЕНИЕ И СМИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Современную жизнь невозможно представить без средств массовой информации. Масс-медиа стали неотъемлемой частью современного мира человека. СМИ превратились в социальный институт, который формирует социальные, национально-духовные чувства, привычки человека и т. д. Они играют важнейшую роль в развитии личности и влияют на духовное усовершенствование общества.

Одними из главных социальных проблем современной глобальной цивилизации является большой разрыв между уровнем развития науки и уровнем массовой культуры, постоянный рост социальных расходов, рост массового производства и массового потребления. Интенсивность и стремительность производственной и потребительской деятельности личности сказывается на физическом и психическом состоянии человека.

Цель тезисов заключается в том, чтобы показать, как СМИ влияют на формирование массового потребления в общественном сознании.

СМИ обладают различными возможностями и силой воздействия. Они влияют на чувственные и рациональные сферы в области познания человека, обращая его внимание на ту информацию, содержанием которой является социальная действительность. Наиболее массовое и сильное влияние оказывают аудиовизуальные СМИ (радио и телевидение).

Наиболее значимым в обществе средством массовой информации является телевидение, так как оно во многом определяет образцы поведения, которым склонны подражать подростки, при этом создается необходимый образ жизни молодежи как структура его свободного времени, оказывающая воздействие на формирование её мировоззрения.

Нельзя недооценивать роль глобальной компьютерной сети Интернет в социализации подрастающего поколения. Например, Интернет из узкоспециализированной компьютерной среды сформировался в мощное информационное пространство, охватывающее в той или иной степени все аспекты общественной жизни человека. Среда развития виртуальных сообществ является альтернативой реальному обществу. Оно привлекательно тем, что даёт возможность конструировать и трансформировать виртуальную личность, а соответственно и охватывает аспект формирования потребностей человека.

Реклама также оказывает значительное воздействие на сознание общества.

Маркетинговые технологии определяют движение индивидуальных потребительских форм в направлении их социализации и либерализации (потребление как социальный процесс и как основное право и свобода современного человека).

В повседневности человека появляется автономное пространство потребления и возникает новый конвертируемый ресурс – время для потребления. В целом человек как потребитель проходит следующие этапы развития: аутентичный потребитель, рациональный потребитель, аскетичный потребитель и массовый потребитель.

Потребление – это специфический вид деятельности, включающий многоуровневые взаимодействия потребителя с предметной и социальной действительностью, в результате чего осуществляется приобретение и использование (извлечение благ и удовлетворение потребностей) потребительских объектов.

Развитие общества потребления – одна из основных современных глобальных социологических проблем. Одним из основных инструментов формирования общества потребления являются средства массовой информации (масс-медиа). Именно они стали проводником новой идеологии.

Современное общество формирует потребление под воздействием массовой культуры, образцы поведения которых транслируют СМИ. Поведение человека сводится исключительно к таким лишенным функциональности действиям, как приобретение, использование и предметное потребление «благ». Причем благ, не ведущих к саморазвитию, росту, а используемых и потребляемых как таковые.

Таким образом, СМИ являются одним из важнейших институтов современного общества. Они играют важную роль в формировании сознания человека. Поскольку воздействие СМИ на человека происходит ежедневно. Средства массовой информации освещают значимые, актуальные для общества проблемы, что приводит к влиянию на формирование общественного мнения и сознания.