

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СВІДОМІСТЬ ЛЮДИНИ

Луценко М. В. здобувач вищої освіти, групи ПУА5/2

Науковий керівник – Мельник І.О., канд. екон. наук, доцент

Миколаївський національний аграрний університет

Історичні передумови виникнення ЗМІ пов'язані з успіхами підприємницької діяльності, розвитком торгівлі і промисловості, переходом від аграрного до індустріального суспільства та, як наслідок, з гострою необхідністю регулярного інформування значних груп населення.

Створення супутникового зв'язку, кабельного радіо і телебачення, масове поширення комп'ютерів і Інтернету сприяли формуванню глобальних, загальносвітових інформаційних мереж і можливості поширення потрібної інформації в будь-якому куточку земної кулі.

Досвід показує, що потенційно ЗМІ здатні служити різним цілям. З одного боку, вони можуть освічувати людей, допомагати їхній компетентній участі в суспільному житті, сприяти особистісному становленню. Але з іншого, що відбувається сьогодні досить часто-духовно поневолювати, дезінформувати, іноді не бажаючи того, розпалювати масову ворожнечу, сіяти недовіру та страх [6].

Актуальними є праці дослідників присвячені аналізу різних аспектів функціонування ЗМІ в суспільстві. Зокрема, Н. В. Костенко розглядає теоретичні та методологічні засади функціонування ЗМІ, цінності і символи у масовій комунікації. Особливості діяльності ЗМІ, місце та роль мас-медіа, зокрема в українських реаліях, досліджують Л. В. Губерський, В. А. Вергун, В. Ф. Іванов, А. З. Москаленко та ін. Позитивні та негативні аспекти впливу засобів масової інформації, передусім, на молоде покоління вивчає В. Ю. Степанов.

Засоби масової інформації – це потужний чинник впливу на свідомість людей і особливо підлітків з незміцнілою самосвідомістю та несформованим світоглядом [1].

Наприклад, на думку В. Ю. Степанова ЗМІ в умовах ринку втратили свої найважливіші функції виховання молоді, формування особистості, широкої просвіти населення. Сучасні ЗМІ – це, переважно бізнес, головною метою якого є отримання прибутку. На шляху до досягнення цієї мети використовуються всі засоби, що дозволяють зацікавити велику аудиторію «споживачів». Не розвивати людину в її кращих проявах, а задовольняти її одномоментні, часто не кращі, бажання.

Все, що ми дізнаємось про наше суспільство та навіть про світ, в якому ми живемо, ми дізнаємося із ЗМІ, - вважає німецький соціолог Н. Луман. – З

іншого боку, про самі ЗМІ ми наслухалися такого, що не можемо вірити цьому джерелу. Ми упираємось їх впливу, підозрюючи, що нами маніпулюють.

Роль телебачення багатоаспектна і визначальна в багатьох випадках завдяки тому, що воно здатне певним чином конструювати специфічну соціальну реальність (чого лише варті такі передачі як «Вагітна у 16», «Кохана ми вбиваємо дітей», які на підсвідомому рівні закладають жахливі приклади викривленої соціальної взаємодії і не дають позитивних зразків для наслідування).

Підростаюче покоління формує свої погляди та смаки практично на сто відсотків завдяки журналам, розважальному телебаченню та Інтернету; дорослі люди, які читають газети та які вважають перегляд щоденних телевізійних новин обов'язковим, дуже великий процент інформації, що до них надійшла та яку переробили в розмовах із сім'єю, друзями, колегами, поступово починають вважати власною думкою. Висновок такий – засоби масової інформації та комунікації формують практично вісімдесят відсотків особистої та суспільної думки [4].

Особливо сильний вплив засобів масової інформації здатні вчинити на формування особистості підростаючого покоління.

Молодь – це така соціальна група, яка максимально використовує ЗМІ та жадібно черпає інформацію різного змісту. Тому що молоді люди дуже допитливі, та хочуть бути в курсі всіх подій, що відбуваються не тільки в їхньому місті, але і в усьому світі.

В наш час особливо гострою стала проблема телевізійного насилля. Практично у всіх сучасних серіалах, фільмах, і навіть мультфільмах існує відеоінформація розбою. Термін «телевізійне насилля» давно використовується в науковій лексиці та об'єднує в себе демонстрацію нанесення пошкоджень або шкоди персонажам телевізійних програм або фільмів [5].

ЗМІ являються також джерелом вульгарної інформації, порнографії. По телебаченню транслюється безліч еротичних фільмів, які розбещують, роблять вульгарною сучасну молодь. Страшно те, що цю непристойність, нечистоту ми бачимо не тільки по телебаченню, але і в газетах, журналах, в мережі Інтернет – всюди.

Окрім негативного впливу ЗМІ на молодіжну поведінку, можна виділити декілька позитивних моментів:

- ЗМІ тримають молодь в курсі подій, що відбуваються, таким чином, видаляючи «інформаційний голод»;
- ЗМІ підвищують загальну, в тому числі і політичну культуру населення;
- служать для взаємного інформування влади та населення; знімають соціальну напругу;
- ЗМІ створюють характерні для сучасної масової культури ідеальні особистісні зразки та норми поведінки, які проєктуються на молодіжну субкультуру та теми поведінки.

Одним із негативних ефектів глобальної комп'ютерної мережі являється широке розповсюдження різноманітної інформації сумнівного змісту.

Плюси Інтернету визначаються тим, що мережа пропонує освітній та корисний досвід, правильне використання якого може покращити їх успішність у школі або інституті. Проте, і тут є свої недоліки, такі як неточні дані, а також непідходяща для дітей та підлітків інформація.

Говорити про позитивні і негативні риси сучасних ЗМІ можна нескінченно довго. З одного боку це прогресивний метод добування та обробки інформації, з іншого - існує безліч підводних каменів, нюансів і мінусів при роботі зі ЗМІ. Також, за даними статистики, ми бачимо, що ЗМІ - великі і впливові системи, що знаходяться в постійному розвитку. Вони все частіше і частіше стають бібліотекою знань не тільки для підлітків, але і для

всіх людей, які потребують отримання інформації. Під їх впливом з кожним днем додаються тисячі людей.

Взагалі, інформацію у ЗМІ підбирають, обробляють і виставляють на всезагальний показ звичайні люди. І невідомо, наскільки ця інформація є достовірною і чи можна їй довіряти, ризикуючи своїм здоров'ям, витрачаючи даремно час і забуваючи про всі можливі радощі життя. Кожна людина може стати на місце того ж журналіста чи оператора. Цікаво, наскільки чесною є їхня робота і чи вони самі в неї вірять? Тому на мою думку, єдиним виходом є критичне ставлення до інформації, що до нас надходить, та вміле її використання. І тоді сміливо можна крокувати у дійсно «інформаційне суспільство».

Список використаних джерел

1. Закон України про інформацію // Відом. Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – ст. 12.
2. Закон України про інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку України. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
3. Закон України про телебачення і радіомовлення. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
4. Грищенко О. М. Шкляр В. І. Преса і політика: проблеми, концепції, досвід. – К.: Ін-т журналістики КНУ, 2000. – 82 с.
5. Маркелов К. В. Інформаційна політика і соціальний ідеал. – М., 2005. – 357 с.
6. Попов В. Д. Інформаціологія і інформаційна політика. – М., 2006.