

ТЕМА 11. ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

1. Види та функції засобів масової інформації. ЗМІ як засіб формування громадської думки.

2. ЗМІ в демократичному суспільстві. Участь ЗМІ у формуванні суспільної думки та громадянського суспільства.

3. Свобода слова та цензура. Інформаційний простір в Україні

1. Види та функції засобів масової інформації. ЗМІ як засіб формування громадської думки

Існує декілька визначень поняття “засоби масової інформації”. Так, за законодавчими актами, засоби масової інформації – це установи, створені для відкритого, публічного поширення за допомогою спеціального технічного інструментарію різноманітних відомостей будь-яким особам. Ми будемо розглядати ЗМІ як комплекс організаційних структур та комунікаційних каналів, які виробляють та поширюють інформацію, призначену масовій аудиторії. Відомо, що сам термін “засоби масової інформації” вперше з’явився в офіційних документах після його внесення до преамбули статуту ООН з питань освіти, науки та культури у 1946 р.



Науковцями запропоновано кілька класифікацій ЗМІ. Найбільш поширеною є традиційна, за якою виокремлюють чотири види самостійних ЗМІ: друковані, радіо, телебачення, мережні (обо комп’ютерні). За іншою класифікацією, інформаційний простір будь-якої держави утворюють два типи інформаційних ресурсів: традиційні; бінарнокодовані. До традиційних інформаційних ресурсів належать друковані та аудіовізуальні ЗМІ, книги, фільмограми, оригінали та копії витворів образотворчих мистецтв тощо. Новітніми, або бінарнокодованими, ресурсами вважають такі, якими оперують за допомогою засобів обчислювальної техніки та систем комунікацій, що останнім часом набувають усе більшого поширення.

Більш традиційно друковані ЗМІ поділяються на газети та журнали.

Газети – це періодичні видання, котрі виходять раз на тиждень або частіше, матеріали яких мають оперативний характер і повідомляють поточну інформацію. Журнали – це періодичні видання, котрі виходять раз на тиждень або рідше, їх матеріали здебільшого не мають оперативного характеру, відзначаються великими розмірами та аналітичним або художньо-публіцистичним характером. Розподіл всіх друкованих ЗМІ на газети й журнали склався історично, протягом століть. Існують такі класифікації друкованих ЗМІ: 1) за методом відображення дійсності (інформаційні, інформаційно-аналітичні, аналітичні, художньо-публіцистичні); 2) за

засновником видання (урядові або регіонально-урядові, незалежні, партійні та інших громадських організацій, корпоративні); 3) за метою видання (політичні, суспільно-політичні, наукові та науково-просвітницькі, розважальні, спеціальні: жіночі та чоловічі, ділові, галузеві та професійні, етнічні, релігійні, рекламні та такі, що відображають додаткові потреби чи захоплення читачів); 4) за віком читачів (дитячі, молодіжні, для зрілого віку, для літніх людей, сімейні); 5) за територією розповсюдження (транснаціональні, центральні або всеукраїнські, регіональні, локальні); 6) за періодичністю виходу (ранкові й вечірні, щоденні, тижневики, щомісячні, видання, що виходять за спеціальними нагодами).



Не меншою популярністю серед населення користується такий вид мас-медіа, як **радіо**. Слово “радіо” в перекладі з латинської означає “випромінюю проміння”. Загальновідомо, що радіо – це спосіб передачі інформації на відстань за допомогою радіохвиль. Радіомовлення – це засіб масової інформації, що через радіоканали передає необмеженій кількості слухачів мовленняві, музичні, драматичні та інші передачі з метою інформативно-емотивного впливу. Передісторією появи радіо були фундаментальні дослідження М. Фарадея, Дж. Максвелла та Г. Герца.



Перша публічна демонстрація системи “реєстрації грозових розрядів” О. Попова відбулася у Санкт-Петербурзі 7 травня 1895 р., а 12 грудня 1901 р. Г. Марконі вперше почув сигнали з іншого боку Атлантики. Широко застосовувати радіо почали після 1920 р. Регулярне мовлення українського радіо розпочалося 1924 року, і вперше воно з’явилося у Харкові, потім у Києві, Дніпропетровську,

Одесі та інших містах.

Одним з найбільш популярних сьогодні видів ЗМІ, який виступає абсолютним лідером у структурі дозвілля дітей та молоді, є телебачення. Майже кожна українська родина сьогодні має вдома телевізор. Соціологічні дослідження доводять, що час перегляду телепрограм підлітками перевищує не тільки час спілкування з батьками, але й (якщо взяти так би мовити середньорічний показник) перебування підлітка у стінах того чи іншого навчального закладу.

Телебачення класифікують за такими параметрами: 1) за способом трансляції (ефірне, супутникове, кабельне); 2) за охопленням аудиторії (загальнонаціональне, міждержавне, регіональне, місцеве); 3) за спеціалізацією програм (загальне та спеціалізоване); 4) за фінансуванням (бюджетне та таке, що самофінансується); 5) за комунікативною моделлю віщання (монологічне, діалогічне, інтеракційне) тощо.

Найбільш молодим видом мас-медіа є мережа Інтернет, історія якої триває з 1958 р., коли у Сполучених Штатах Агенція перспективних дослідних

Найбільшу роль у формуванні й поширенні громадської думки відіграють засоби масової інформації – сукупність сучасних каналів зв'язку (преса, телебачення, радіомовлення, кіно, відео, Інтернет тощо), за допомогою яких поширюється різноманітна інформація у суспільстві.

Формуючи громадську думку, засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють досвіді волю мільйонів, а з іншого – впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей. В Україні вони значно впливають на формування громадської думки населення.

Це можна пояснити звичкою людей довіряти засобам масової інформації, які є основним джерелом суспільно-важливого інформування.

Звісно, що до читача, глядача чи слухача ЗМІ лівова частка інформації потрапляє у вторинному вигляді, й містить авторську оцінку ситуації, події, яка нав'язується аудиторії.

Обтяжений щоденними проблемами й турботами пересічний громадянин сучасного інформаційного суспільства, перетворюється у зручну мішень для інформаційного впливу, схилиючись до заданої певною соціальною групою суб'єктивної точки зору, вміло поданої за допомогою ЗМІ.

Мас-медіа не тільки інформують, розважають та просвіщають. Вони володіють маніпулятивно-управлінським потенціалом змінюючи установки, моделі поведінки та сприйняття дійсності. Установка – це сформовані під впливом пропаганди, виховання й досвіду відносно стійкі знання, почуття та мотиви, що викликають відповідне відношення людини до ідейних, політичних і суспільних явищ реальної дійсності та проявляються в дії у(широкому розумінні цього слова).

Установка визначає напрям дії і одночасно спосіб сприйняття і мислення. Але різні установки не є рівнопорядковими для детермінації пояснення. Орієнтація особистості залежить від безлічі соціальних установок, що співвідносяться з визначеними сторонами суспільного буття. Вони мають певну цінність з точки зору їхнього значення для індивідуума, а також різною стабільністю. В ієрархії установок політичні установки займають верхню сходинку. Вони мають високу стійкість стосовно змін. Політичні установки утворюють загальне підґрунтя для всіх інших установок, обумовлює внутрішню стійкість орієнтації. Звідси випливає, що поведінка людини за різних умов значною мірою визначається її політичною орієнтацією.

Таким чином, демократичне суспільство, якщо воно хоче залишитися самим собою, змушене балансувати між двома крайнощами: з одного боку, без свободи слова відсутня демократія, з іншого – існує небезпека використання свободи слова для маніпулювання масовою свідомістю.

Преса повинна зважено і критично оцінювати події. Держава в свою чергу повинна контролювати засоби масової інформації відповідно до Конституції та чинних законів, щоб нейтралізувати можливі прояви інформаційної шкоди для своїх громадян.

Найбільш відомий та простий засіб владного впливу й контролю над інформаційними процесами – **цензура**. Держава за допомогою спеціально призначених й відповідальних перед нею чиновників регулює зміст друкованих та інших інформаційних матеріалів. Результатом такого контролю нерідко є

настільки значне втручання у діяльність засобів масової інформації що вона втрачає багато своїх функцій щодо відображення соціальної дійсності.

В цілому громадська думка формується під впливом усіх засобів масової інформації (радіо, преса, телебачення, Інтернет). Маючи на меті привернути увагу громадськості до актуальних проблем, ЗМІ намагаються повніше відтворити у своїх матеріалах такі елементи змісту, як значення розв'язання поставленої проблеми безпосередньо для індивіда, його сім'ї, колег тощо. Такого роду інформація є важливим каталізатором процесу формування громадської думки.

В цьому контексті важливо підкреслити роль фактографічної інформації. Йдеться про те, що п і д час розкриття суті проблеми чи питання, відбувається подання яскравих, характерних фактів, прикладів, взірців, котрі адекватно вводять слухача (глядача, читача) в проблему.

Інформаційні джерела формують громадську думку через свої безпосередні аудиторії, то варто зауважити, що абсолютна більшість з них входить одночасно до складу аудиторії кількох засобів чи джерел масової інформації. Тобто якоїсь ізольованої аудиторії, яка була б причетна лише до одного засобу, не існує.

Отже, громадська думка є важливим засобом вираження ідей і помислів громадянського суспільства. Вплив ЗМІ на формування громадської думки є значним. Саме тому держава має контролювати, щоб цей засіб формування і висловлення громадської думки не ставав засобом її насаджування задля досягнення цілей окремих соціальних груп або її використання для зміни державного устрою.