

УДК: 070:316.6

*Тризуб М.А.,
магистрант специальности «Журналистика»,
Карагандинский университет им. академика Е.А. Букетова
Республика Казахстан, г. Караганда*

МЕХАНИЗМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ СМИ НА ЛИЧНОСТЬ В СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

***Аннотация:** В данной статье рассматриваются механизмы воздействия СМИ на личность и на группу людей. Путем исследования информационных источников приводятся примеры психологических механизмов. Были даны рекомендации о том, как правильно взаимодействовать с медиа пространством.*

***Ключевые слова:** воздействие, влияние, механизм, информация, медиа, психология человека.*

***Abstract:** This article analyzes the mechanisms of influence of the media on individuals and groups of people. Psychological principles were created through research into information sources. Recommendations were given on how to properly interact with media spaces.*

***Key words:** impact, influence, mechanism, information, media, human psychology.*

Средства массовой информации стали неотъемлемой частью жизни каждого человека, оказывая огромное влияние на нашу психологию и образ мышления. Телевидение, радио, печатные издания, интернет и социальные сети формируют мировоззрение, определяют взгляды на важнейшие вопросы, и воздействуют на эмоции и решения индивида. Век информационных

технологий развивается с колоссальной скоростью и, как следствие, человечество вынужденно подстраиваться под изменения.

Анализ показал, что с каждым днем появляется все больше информации, создаются новостные источники и информационные порталы. В связи с таким большим количеством данных наш мозг не успевает обработать все, что в него поступает, и в результате человек вынужден невольно воспринимать необработанную информацию. Мозг человека еще не изучен до конца, и каждый день человечество узнает что-то новое о его работе. А раз этот орган является центром получения информации, то, что он получает, очень важно и должно обрабатываться. Восприятие информации представляет собой когнитивный процесс, который позволяет отображать объекты и явления в сознании, используя разнообразные органы чувств. Новостные репортажи, газеты и журналы имеют прямое воздействие на органы слуха, зрения и иногда осязания, способствуют формированию представления об изучаемом объекте или информации.

В течение всей своей жизни человек постоянно подвергается воздействию информационных потоков. Они проходят через его сознание и, в зависимости от множества факторов, таких как когнитивные способности, потребности, интересы, уровень интеллекта, особенности восприятия, мышления, эмоциональное состояние и личный опыт, формируют мотивацию для принятия дальнейших решений. Эти решения могут относиться как к конкретным действиям, так и к отказу от определенных поступков.

Каждый из источников информации в той или иной степени влияет на формирование психики и поведения человека. Как утверждает доктор психологических наук Карпенко А.С., большая часть пользователей электронных медиа - это молодое поколение, на которое можно легко воздействовать¹, а значит будущее нации находится под влиянием медиа.

При изучении психологических аспектов воздействия СМИ, можно выделить несколько механизмов воздействия журналиста на личность в социально-психологическом контексте².

Первое, информация имеет отклик только в том случае, когда она затрагивает интересующую человека тему. Т.е. заранее зная интересы общества, можно преподнести информацию с максимально выгодной для отклика стороны, а, следовательно, сильнее воздействовать на людей, и, возможно, убедить человека выполнить или придерживаться определенным действиям. Например: у нас есть группа людей, которые по-настоящему преданы своему спортивному кумиру. Эти фанаты не только следят за всеми движениями и достижениями своего любимого спортсмена, но и постоянно пытаются следовать его примеру. И вот после очередного победного матча, на позитивной волне они посмотрели интервью, в котором спортсмен рассказал о том, что книга "Крестный папа" помогла ему в его карьере и жизни. Вдохновленные словами своего кумира, фанаты тут же решили прочитать эту книгу, тем самым развивая свою начитанность и эрудицию. Это действительно впечатляющий пример того, как влияние наших кумиров может расширяться и вдохновлять нас на личностном уровне. Но этого бы не произошло, если бы журналист в интервью не задал спортсмену вопрос о книге. Таким образом, мы можем утверждать, что журналист, косвенно, может сподвигнуть не просто человека, а народ к действию, подбирая нужные слова и выражения. А также доказывает тот факт, что вне зависимости от возраста, человек подвержен влиянию информационных источников.

Во-вторых, получатель информации оценивает её полноту, учитывая контекст, в котором она представлена, эмоциональную окраску, моральные аспекты, а также личные характеристики коммуникатора или источника информации. Это итоговая оценка восприятия, которая влияет на способ, которым индивид обрабатывает эту информацию на психологическом уровне. К примеру: ведущий новостей, который не любит парки аттракционов,

неинтересно, без эмоций и монотонно рассказывает с экрана телевизора о том, что открылся новый парк, а в этот момент эфир смотрели дети, которые были заинтересованы в посещении парка. В таком случае из-за негативно представленной информации, их желание угасло и впоследствии будет сложно вернуть его им. В данном случае, основываясь на собственном опыте и мнении, ведущий мог не нарочно сформировать в сознании детей понимание, что парки - это не всегда весело.

Следующий психологический аспект говорит о том, что, когда информационный поток вызывает интерес или связан с потребностью человека, то индивид осознает или может неосознанно оценить, как возможность и последствия удовлетворения этой потребности соотносятся с ограничениями внешними (например, законами, социальными нормами, доступностью и другими факторами) и внутренними (как его ценности, убеждения, физические способности, материальное положение и так далее). Если эти ограничения не препятствуют удовлетворению потребности, то она реализуется. Однако если возникает конфликт между процессом удовлетворения потребности и внутренними или внешними ограничениями, то могут произойти изменения установок или активизироваться различные механизмы психологической защиты. В этих случаях, реакции могут формировать будущее поведение индивида в схожих моментах, которые не имеют прямого отношения к текущей ситуации. Таким образом, они представляют собой косвенное воздействие СМИ на личность. Например: мужчина-мусульманин на протяжении большого отрезка времени, по покупал колбасу «Мусульманская», но случайно прочитал новость, что в ней содержится ДНК свиньи. Данная новость дает ему понять, что продукт, который он употреблял, идет в разрез с его личными убеждениями и, как следствие, перестает ее употреблять. Таким образом, журналист, преподнеся информацию читателю, вызвал у последнего внутренний конфликт и, возможно, побудил его отказаться от данного продукта.³ В последствии этот

человек может рассказать другим про эту новость и, тем самым, поменять дальнейшее поведение этой группы. Данный пример доказывает, что СМИ может повлиять на изменение поведения человека и группы людей в определенной ситуации.

Эти примеры показывают, что значительная часть потребностей унаследована или определена обстоятельствами функционирования конкретного общества, а закон, мораль, нравственные нормы, образ жизни и уровень жизни зависят от общепринятых концепций внутри данного общества или социальной группы. Исходя из полученных данных, можно сказать, что влияние СМИ на личность можно, во многих случаях, с высокой вероятностью предсказать, учитывая лишь ее социокультурные характеристики. Умение анализировать получаемую информацию может быть важной задачей для тех, кто стремится сохранить свое ментальное и в некоторых случаях физическое благополучие.

В последнее время масс медиа все чаще обвиняют в клевете, жестокости и продажности, однако где есть спрос, там и предложение. Как подметил журналист и депутат Мажилиса VIII созыва Сергей Пономарев, людям всегда были интересны «жареные» факты. Однако, - признает он, - в последнее время сотрудники медиа действительно потеряли ощущение этических границ⁴. В это же время, другой известный журналист Марат Асипов утверждает, что цензура пользы не принесет, а ситуацию в итоге разрешит сам рынок медиа⁴. Несмотря на то, что обе точки зрения имеют право на существование, на наш взгляд, они не отменяют того факта, что из-за неоспоримого влияния СМИ, поток информации, который они выдают необходимо уметь контролировать и сортировать.

Проводя исследование, мы выделили несколько рекомендаций, как правильно взаимодействовать с медиа и каким образом можно распределить нагрузку на мозг.

- 1) Необходимо развивать навык анализа информации, предоставляемой в СМИ, всегда задаваться вопросом, насколько достоверна и объективна информация, и искать подтверждение в разных источниках.
- 2) Уменьшить время, которое человек проводит, просматривая новости и социальные медиа. Т.к. постоянное воздействие может быть утомительным и негативно влиять на психологическое состояние.
- 3) Обсуждать волнения и эмоции с друзьями и семьей. Обмен мнениями и поддержкой может помочь смягчить негативное воздействие, а также, возможно, предоставит другие точки зрения на обсуждаемую ситуацию.
- 4) Обучаться самим и обучать своих близких информационной грамотности, которая помогает понять, как создается и распространяется информация, и как она может быть искажена или воздействовать на нас.
- 5) Каждому человеку нужно иногда ограничивать использование СМИ и цифровых устройств. Это может быть полезным для восстановления психологического равновесия и даст мозгу передохнуть от постоянного потока информации.

Медиа оказывают мощное воздействие на наши убеждения, восприятие мира, а также на наше поведение. Исследования и обсуждения этой темы продолжаются, и мы понимаем, что воздействие СМИ на личность многогранно и зависит от множества факторов, включая контент, контекст, индивидуальные характеристики и обстоятельства.

Важно помнить о необходимости информационной грамотности и критического мышления, чтобы адекватно оценивать информацию, предоставляемую в СМИ. Самое главное осознавать, что большое количество информации, которая не успевает обрабатываться мозгом, помимо позитивных новостей, иногда имеет негативный характер. Поэтому соблюдение баланса между положительными и отрицательными новостями, а также умение их анализировать, являются фундаментом для развития независимого мнения.

Список использованной литературы:

1. Карпенко А.С., Чурочкина Л.А. Особенности воздействия массмедиа на подростков в современных условиях / ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ. - 2021. - № 12(156) - том 1.
2. Анхимова Р.В. Психологические особенности влияния СМИ на личность // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 3-3. – С. 359-365;
3. ДНК свинины нашли в халяльных колбасе и консервах в Казахстане [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nur.kz/society/1964981-dnk-svininy-nashli-v-halyalnyh-kolbase-i-konservah-v-kazahstane/>
4. Культ жестокости: как отучить современные СМИ от «поедания трупов» [Электронный ресурс]. URL: <https://dknews.kz/ru/eksklyuziv-dk/282801-kult-zhestokosti-kak-otuchit-sovremennye-smi-ot>