

**Безсмертна Н. В.**  
викладач  
*Дніпропетровський державний  
університет внутрішніх справ*

## **ВПЛИВ ЗМІ НА СУСПІЛЬСТВО**

Ми знаємо, що засоби масової інформації належать до п'ятої колони управління суспільними думками. Ніхто не може заперечити владу слова. ЗМІ – один з найважливіших важелів управління народними масами, що не використовує фізичну силу. Позитивні функції ЗМІ для управління людьми: стирання певних різних часових та просторових кордонів, фактор релаксації та рекреації, просвітницька роль, ціннісна та нормативна функції. Також важливо відзначити, що до негативних функцій засобів масової інформації відноситься нейролінгвістичне програмування, підтримка міфів, маніпулювання людьми, зміна соціальних відношень.

Можна сказати, що у будь-якому разі негативний або позитивний вплив мають засоби масової інформації на суспільство, залежить від самого суспільства. Усі українські канали належать політичним силам. Тому певні події будуть завжди висвітлюватися таким чином, щоб було вигідно певним особистостям.

Ми розберемо ціннісну та нормативну функції на прикладі гей-парадів в Україні. Ще донедавна певна суспільна думка щодо нетрадиційної сексуальної орієнтації була негативною, багато людей не знало навіть про існування такого явища. Зараз обізнаність людей дещо покращилась.

Більшість з нас полюбляє дивитись телевизор після робочого дня. Ми зосереджуємо наші думки на явищах, що нас не турбують. Покращується психоемоційний стан людей.

Дуже важливою функцією є функція стирання кордонів. Для бізнесу та для політики. У будь-який час можна відправити будь-яку інформацію, будь-куди.

Під час революції 1917 року проводились різні заходи просвітництва: випускалися листівки, газета «Іскра». Було проведене радіо, щоб сповіщати населення про різні події. Ми можемо побачити результат такої діяльності в створенні держави з комуністичним ладом.

Під час Другої Світової війни люди йшли у бій на смерть «за Сталіна, за Батьківщину». У даному випадку ми можемо побачити вплив ЗМІ на розум людей. Важливо відмітити, що зараз засоби масової інформації часто використовують НЛП технології для продажу різних продуктів. Музика, кольори, певним чином побудовані речення мають вплив на підсвідомість людей та змушують їх купувати певні речі без їх волі.

Також ми можемо відчутти вплив НЛП технологій під час виборів. Обираються спеціальні фото, одяг претендентів у депутати має бути певного кольору, теми розмов мають зацікавлювати виборців. Перед цим людей

опитують, що вони хотіли б почути від кандидатів, які проблеми їх хвилюють. Ці теми піднімає депутат під час виступів по радіо, телевізору та під час зустрічей з електоратом. На білбордах майорять гасла, що протиставляють певних претендентів. Заклики підкреслюють переваги певного кандидата перед його суперником.

Одним з важливих факторів є зміна міфів у суспільстві. Декілька років назад церква та міжнародні організації провели кампанію проти раку. Було врятовано багато життів від ракових захворювань, оскільки ціллю кампанії поставлено розширення обізнаності людей щодо раку молочних залоз. Таким чином було зруйновано міф про хворобу.

Велику роль в житті людей грає реклама. Вона інформує покупців про товари та послуги, що вони можуть купити. Реклама часто маніпулює споживачем, надає недостовірну інформацію, яку хоче почути споживач, збільшуючи.

Ми можемо зробити висновок, що засоби масової інформації мають великий вплив на суспільство та є засобом управління.

## Література

1. Акерлоф Джордж, Шиллер Роберт: Фішинг. Хто і як маніпулює вашим вибором. Пер. з англ. Олександр Герасимчук. К.: Наш формат, 2017. 272 с.

**Білецька Т. В.**

кандидат соціологічних наук, доцент

*Національна академія*

*Державної прикордонної служби України*

*імені Богдана Хмельницького*

## **ВПЛИВ МЕДІА НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ: КОНФЛІКТОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ**

У зв'язку із формуванням глобального інформаційного простору на поч. ХХІ ст., інформація починає відігравати ключову роль у розвитку суспільства і соціальних конфліктів, зокрема. Володіння нею стає визначальною передумовою успіху в умовах жорстокої ринкової конкуренції, боротьби за владу. В сучасному суспільстві, де маніпуляція масовою свідомістю стала звичним явищем, людина потрапила в тотальну залежність від нових технологій. При цьому тезис: “Хто володіє інформацією – володіє світом” варто уточнити: “Хто володіє інформаційними комунікаційними потоками і ЗМІ – володіє світом”.

Е. Тоффлер відзначає, що в ХХІ ст. триватиме боротьба за інформаційне володарювання в світі, а “ключами” влади вже на сьогодні є результативні науково-технічні досягнення, високий освітній рівень