



Анастасія ГОРЧИКОВА
асистент кафедри теорії та
методики журналістської творчості
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка Степана
Дем'янчука» (м. Рівне)

УДК 179.1

ТРАНСЛЯЦІЯ МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ЗМІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У статті йдеться про роль засобів масової інформації у поширенні, засвоєнні та використанні суспільством моральних цінностей та можливості оптимізації цього процесу в майбутньому в ході розвитку інформаційного суспільства. Розглядається професія журналіста не лише як інформатора соціуму, але і як діяльність, що впливає (позитивно чи негативно) на розвиток кожної окремої особистості. Проаналізовано ЗМІ як джерела інформації, з яких реципієнти черпають системи поведінки, норми спілкування та моральні орієнтири, яких згодом починають дотримуватися і адаптують до власних потреб. Охарактеризовано тематичну спрямованість викладеного матеріалу в розрізі трансляції моральних цінностей. Проведено огляд морально-ціннісних орієнтирів сучасного суспільства та місця засобів масової інформації у їх формуванні в свідомості реципієнтів із раннього віку.

Ключові слова: моральні цінності, медіанасильство, інформаційне суспільство, функції журналістики.

Вступ. ЗМІ відграють суттєву роль у житті суспільства, формуванні громадської думки й популяризації нових ідей та моральних норм. Величезна аудиторія телевізійних ЗМІ дозволяє охопити усі верстви населення і продукувати потрібну й зручну систему цінностей своїм глядачам. Така широка палітра можливостей впливу та впровадження високих моральних ідеалів у суспільство дає підґрунтя для вивчення ЗМІ у розрізі аспектів поширення суспільної моралі.

Найвагомішою метою функціонування моралі є підтримка цілісності людського суспільства та самоцінності особистості в ньому. Мораль регулює поведінку як окремого індивіда, так і держави, суспільства загалом. Суть в тому, що не одні люди контролюють життя інших, а кожен сам будує свою позицію, орієнтуючись на моральні цінності. Автономія етичної свідомості дозволяє нам вибрати лінію поведінки самостійно, не посилаючись ні на авторитет, ні на закон, а в критичних ситуаціях моральність виявляється чи не єдиною опорою людини. У зв'язку зі значними суспільними змінами наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст., зокрема в суспільній свідомості, все актуальнішим стає питання моральних цінностей сучасного суспільства та їх формування за допомогою журналістики.

Актуальність цього дослідження визначається критично низьким рівнем моральної культури суспільства та високим рівнем впливу ЗМІ на формування моделей поведінки. Виходячи з однієї з головних функцій журналістики – виховної, медіа повинні прищеплювати соціумові високі моральні й естетичні ідеали. Дослідження

допоможе фахівцям, які вже працюють у ЗМІ звернути увагу на основні проблеми морального здоров'я суспільства, що дозволить їм надалі уникати глобальних помилок і внести у популярну нині рекреаційну функцію журналістики нотку просвітницької діяльності.

Аналіз досліджень проблеми. Значення ЗМІ у поширенні моральних цінностей вивчали В. Здоровега, Г. Лазутіна, В. Ворошилов, Л. Колберг, У. Крейн, М. Лапін, В. Різун, Г. Іващенко, Т. Науменко, П. Бурдье. Науковці розглядали поширення моральних цінностей з погляду журналістикознавства, психології та соціології.

Метою статті є аналіз сучасного стану поширення моральних цінностей через ЗМІ та визначення перспектив цього процесу. При написанні статті ми ставили перед собою **завдання** визначити морально-ціннісні орієнтири сучасного суспільства; з'ясувати, чи відповідають вони загальнолюдським цінностям і як впливають на становлення і розвиток особистості; встановити місце моральних цінностей у журналістській діяльності і мотивацію журналістів щодо необхідності розвивати моральні медіа; проаналізувати тенденцію до трансляції насильства у сучасному медіапросторі.

Об'єкт дослідження – всеукраїнські телевізійні ЗМІ у сфері поширення моральних цінностей.

Предмет – вплив ЗМІ на розвиток суспільної моралі.

Виклад основного матеріалу. Моральні медіа, моральні обличчя в українській журналістиці – це те, що має бути у нас. Адже не можна побудувати вільну і демократичну державу без морально-етичних засад [7].

На перший погляд здається, що питання моралі потрібно досліджувати перш за все в релігійних ЗМІ, оскільки там є «чим похвалитися». Проте духовну перебудову суспільства слід виконувати саме через світські ЗМІ, оскільки нині людям особливо «потрібне підбадьорливе слово, чітке розмежування між тим, що є добре, а що – погане» [3]. Тож моральність має бути притаманна як релігійним, так і нерелігійним ЗМІ, тобто журналістиці в цілому.

Причинами, чому варто говорити про мораль стосовно журналістики, є, по-перше, стан сьогоденного суспільства (падіння моралі, переважання технологій, нівелювання людини як особистості тощо); по-друге, стан журналістики (засилля «білого шуму», замовних матеріалів – «джинси», відверта цілеспрямована дезінформація, вживання аморальних слів і висловів).

Оцінки, що транслюються журналістикою, є духовними значеннями спеціалізованої свідомості, трансформованими й адаптованими для сприйняття суспільною думкою [4]. ЗМІ подають масовій свідомості готові оцінки, призначені для некритичного сприйняття. А сучасний світ заповнили жорстокість, егоїзм, жадібність, які поступово витісняють на другий план загальнолюдські моральні цінності. Значну роль у цьому відіграють і ЗМК, які, тиражуючи негативні стандарти й моделі поведінки людини, здійснюють корекцію ціннісної системи.

Основна проблема полягає в тому, що людина втрачає ґрунт духовно-чуттєвої впевненості, морально-естетичних цінностей в інформаційному просторі. ЗМІ вводять в оману, грають, задовольняють «легкими» новинами, забезпечуючи потреби низького рівня.

Роль засобів масової інформації у формуванні ціннісної орієнтації суспільства та особистості визначається трьома взаємопов'язаними компонентами. Акумулятивна здатність ЗМІ вбирає в себе кращі та вищі досягнення світової культури, роблячи їх життєстійкими та життєствердними. Тому в питанні залучення мас до вершин культури, її цінностей ніщо з ними не може змагатися [1, с. 21]. Але трансляція мільйонним аудиторіям – тільки одна з форм впливу на соціум та культуру. Другою формою (після репродуктивних компонентів) є творчі аспекти медіа. І третім, мабуть, найфундаментальнішим моментом, який визначає вплив ЗМІ на формування ціннісної орієнтації суспільства та особистості, виступає те, що завдяки своїй технічній природі ЗМІ не тільки забезпечують можливість масового охоплення великих аудиторій, документаль-

ної фіксації та демонстрації впливу, але й привносять у суспільство цілий ряд нових естетичних якостей, які впливають на формування цінностей.

Процес збагачення культури завдяки освоєнню нових естетичних якостей засобів масової інформації, відкритих та упроваджених в практику шляхом їхньої технізації, суттєво впливає не тільки на аксіологічно-креативну галузь їхньої діяльності, але й розширює обрії духовного збагачення особистості, що в свою чергу впливає на прискорення процесів інклюзії цінностей. У повсякденне мислення людей упроваджуються образи, символи, знаки художніх форм, створених на базі засобів масової інформації, що сприяє поглибленню та розширенню світосприйняття, виробленню нових образів та способів мислення, які наближають людство до загальнопланетарної концепції ціннісної орієнтації [2, с. 39].

Сучасні медіа акумулюють інформацію, що відображає дійсність. Серед усіх медіа чи не найбільший вплив на свідомість адресата має телебачення. Саме екранне зображення особливо впливає на вразливу психіку глядача. Звісно, представники різних груп реагують на сцени насильницького характеру по-різному, але на підсвідомому рівні тенденція до все глибшого проникнення медіанасильства на екрани згубно впливає на психологічний стан особи та її морально-ціннісні орієнтири.

Термін «наси́льство в медіа» у сучасній комунікативістиці вживається для позначення дедалі зростаючого числа насильницьких сцен (документальних чи зіграних акторами), які з другої половини ХХ ст. стали об'єктом наукового зацікавлення та причиною стурбованості психологів, журналістів, педагогів, медиків та ін. [5, с. 175]. Проблема насильства у масовій комунікації все ще залишається об'єктом дискусій. Прихильники саморегульованих мас-медіа вважають, що спроби обмежити телевізійне насильство ставлять під загрозу принцип свободи слова. З іншого боку, визначення відеонасильства надто широке.

Комерційна привабливість насильства є подвійною в тому сенсі, що, по-перше, воно надійно затримує увагу глядача біля екрана, по-друге, забезпечує хоч і банальними в своїй повторюваності, проте незмінно ефективними сюжетними й драматичними формулами [8, с. 39]. Іншими словами, використовувати насильство – дешевше, ефективніше і комерційно надійніше, ніж вдаватися до новаторських творчих пошуків.

Таким чином, медіанасильство – порівняно нова тема в медіакритиці, яка постала у другій половині ХХ ст. після того, як телебачення перетворилося на основний за впливовістю засіб масової комунікації. Насильницькі сюжети виявилися найефективнішими в приваблюванні уваги широкої публіки. Незвично велика «доза» масово-інформаційних ін'єкцій стала новим комунікаційно-психологічним феноменом [6]. Тут так і напрошується питання про захист людської психіки та суспільної моралі від інформаційного вибуху та маніпулятивних практик.

В українському суспільстві ця проблема має свої характерні особливості. Насамперед вони пов'язані з соціокультурним контекстом: низький рівень життя основної маси українців, недовіра чинника соціальної відповідальності, слабкий контроль за прокатом, продажем, показом медіапродукції, поширене аудіовізуальне піратство, недотримання системи вікових рейтингів стосовно медіа.

Розглядаючи питання формування морально-ціннісних орієнтирів у сучасному українському суспільстві, важливо також розглянути аспект жанрової палітри телеканалів. Зауважимо, що жанрова спрямованість проекту впливає на моральність матеріалу, який через деякий час продемонструють в ефірі. Сучасні всеукраїнські телеканали пропонують глядачеві широкий спектр різноманітних передач, які можуть задовольнити будь-який смак. Інформаційні, розважальні та освітні матеріали присутні в програмній палітрі усіх телеканалів. Проте моралізаторську функцію виконують лише одиниці. Інформаційні телепроекти перенасичені сценами насильства і створюють у глядача враження, що навколо вирує насильницький безлад і кожної хвилини будь-хто може стати жертвою злочинця, не маючи змоги цьому зарадити. Розважальні програми допомагають глядачеві відволіктися від щоденних турбот і просто відпочити перед

екранами телевізорів. Однак дуже невелика кількість таких телепередач несе в собі моральне наповнення і здатна змусити особу переглянути свої моральні цінності і змінити моральні орієнтири. Освітні програми найкраще ілюструють виховну функцію журналістики, оскільки в них присутні елементи навчання і просвітництва, що допомагають глядачеві не лише здобути нові знання, але й зорієнтуватися в сучасному світі без ущемлення власних моральних цінностей.

Висновки. Головним завданням сучасного медіапростору, зокрема телебачення, є всебічне та об'єктивне інформування глядачів із метою їх свідомого та самостійного формування уявлень і поглядів про ті чи інші події та тенденції сучасності. Проте виконуючи названі соціально важливі завдання, журналісти повинні переслідувати дещо вищу мету і прагнути до формування громадської думки на засадах високої моралі. На жаль, моральний стан пересічного українського громадянина знаходиться не на високому рівні і потребує турботи з боку ЗМІ та впровадження морально корисних ідей у свідомість глядача. Зацікленість на поверхневих особистих матеріальних благах не дає особі нагоди звернути увагу на вічні цінності і покікуватися про внутрішню наповненість. Завдання засобів масової комунікації – поширювати ідеї морального розвитку і пропагувати саморозвиток. Наразі, більшість телеканалів зосереджує увагу на фінансовій вигоді, а не на психічному здоров'ї свого глядача. Якщо українське телебачення й надалі йтиме цим шляхом, то невдовзі, вмикаючи телевізор, глядач наражатиме себе на небезпеку побачити на екрані насильство у режимі нон-стоп, згідно із тенденцією сучасного медіапростору – медіанасильством. Запобігти цьому журналіст може, лише керуючись засадами журналістської етики та піддаючи власні матеріали серйозній критиці. В інформаційному суспільстві нерідко звинувачують сучасні комунікації у нав'язуванні ідей і маніпулюванні суспільною свідомістю, а насправді засоби масової інформації лише надають можливості, створюють умови для сприйняття будь-якої інформації. Жанрова структура освітніх, навчальних і науково-популярних передач, наче карта зоряного неба, надає змогу подорожувати в галузях науки й мистецтва. Можливості творців таких телепрограм і тих, хто буде використовувати їх для роботи, обмежені лише технічними ресурсами й власним розумінням місця телебачення в освітній галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бычков В. В. Виртуальная реальность в пространстве эстетического опыта / В. В. Бычков, Н. Б. Маньковская // ВФ. – 2006. – № 11.
2. Лосев А. Ф. Философия культуры / А. Ф. Лосев // Дерзание духа. – М., 1989.
3. Мокренчук О. Відкритий лист. Олена Мокренчук – Максиму Балаклицькому [Електронний ресурс] / О. Мокренчук. – Режим доступу: <http://www.asd.in.ua/archives/1188293188#more-1188293188>
4. Науменко Т. В. Ценности, оценки и журналистика [Електронний ресурс] / Т. В. Науменко, О. В. Устимова. – Режим доступу: <http://credonew.ru/content/view/206/25/>
5. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятиник – Львів: ПАІС, 2004. – 310 с.
6. Потятиник Б. В. Медіа як офірний цап [Електронний ресурс] / Б. В. Потятиник. – Режим доступу: <http://www.dt.ua/3000/3050/46638/>
7. Різун В. Я вітаю Асоціацію «Новомедіа» з п'ятиріччям [Електронний ресурс] / В. Різун. – Режим доступу: <http://novomedia.org/node/1168>
8. Фролов П. Стан і тенденції розвитку суспільної моралі в інформаційному суспільстві / П. Фролов // Соціальна психологія. – К., 2007. – Спец. випуск. – С. 37–43.

Анастасія ГОРЧИКОВА

Трансляция моральных ценностей СМИ в информационном обществе

В статье говорится о роли средств массовой информации в распространении, усвоении и использовании обществом нравственных ценностей и возможности оптимизации этого процесса в будущем в ходе развития информационного общества. Рассматривается профессия

журналиста не только как информатора социума, но и как деятельность, которая влияет (положительно или отрицательно) на развитие каждой отдельной личности. Проанализированы СМИ как источника информации, из которого реципиенты черпают образцы поведения, нормы общения и нравственные ориентиры, которых впоследствии начинают придерживаться и адаптируют к собственным потребностям. Охарактеризована тематическая направленность изложенного материала в разрезе трансляции нравственных ценностей. Проведен обзор морально-ценностных ориентиров современного общества и места средств массовой информации в их формировании в сознании реципиентов с раннего возраста.

Ключевые слова: моральные ценности, медианасилие, информационное общество, функции журналистики.

Anastasiya HORCHIKOVA

Translation of Moral Values of Mass-media in Informative Society

Speech goes in the article about the role of mass-media in distribution, mastering and use of moral values and possibility of optimization of this process society in the future during development of informative society. The profession of journalist is examined not only as an informative of society but also as that influences on perception of the world of separate everybody and can negatively influence on further development of personality. The mass-media as information generators, from that recipients ladle the long courses of conduct, norm of communication and moral reference-points that it is afterwards begun to adapt under own necessities, are analyses. Possibilities and real state are described in the cut of translation of moral values, taking into account the thematic orientation of the expounded material. The review of the existent morally-valued reference-points of modern society and place of mass medias is conducted in their forming in consciousness of recipients from early age.

Attention is concentrated on moral values and necessity of their development and self-affirmation of ponderability of human life, confession and providing of rights and freedoms of person. Moral reference-points as potential factor of attitude are considered toward reality only when they will be realized in the process of the real behavior, acts of people. Exactly in practical activity, there is a man in concrete acts, will realize moral values. The set forth is recreated in society the different valued systems that require from a person to be determined, orientated on certain from them, and puts her in position of permanent choice, giving of advantages to those or other blessing that answer her taste, interests, id est a similar orientation is attitude of man toward customs, traditions, norms, principles, ideals and others like that. For this reason the valued attitude of man toward the world, to other people and to itself, that is formed by mass-medias examined as basis of forming of moral orientations of personality.

Keywords: moral values, media violence, informative society, the function of journalism.