

# ІНФАРМАЦЫЙНАЕ ЁЗДЗЕЯННЕ ЯК ГУМАНІТАРНАЯ ПРАБЛЕМА СУЧАСНАГА СВЕТУ

*Г. К. Тычко*

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,  
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,  
tychko@mail.ru*

Медыя з дапамогай рэгулярна транслюемай інфармацыі аказваюць непасрэдны і завуаляваны ўплыў на фарміраванне каштоўнасных і культурных норм грамадства. У артыкуле аналізуецца праблема ўплыву СМІ на карыстальніка, тэндэнцыі мадэлявання сацыякультурнага кантэксту пасродкам медыя. Разглядаецца роля СМІ як тэхнічнага пасрэдніка ў працэсах масавай камунікацыі падчас пандэміі.

**Ключавыя словы:** інфармацыйнае ўздзеянне; культурныя каштоўнасці; маральныя нормы; уплыў СМІ; стэрэатыпы; пандэмія; функцыі медыя.

## INFORMATION IMPACT AS A HUMANITARIAN PROBLEM OF THE MODERN WORLD

*H. K. Tychko*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: H. K.Tychko (tychko@mail.ru)*

The media, regularly transmitting information, have a direct and covert influence on the formation of values and cultural norms of society. The article analyzes the problem of the influence of the media on the user, the trends in modeling the sociocultural context through the media. The role of the media as a technical intermediary in the processes of mass communication during a pandemic is considered.

**Key words:** informational impact; cultural values; moral norms; media influence; stereotypes; pandemic; media functions.

Інфармацыйнае ўздзеянне можна ахарактарызаваць як працэс перадачы ведаў, інфармацыі, розных паведамленняў, якія цыркулююць у грамадстве і выкарыстоўваюцца сацыякультурнымі інстытутамі, са-

цьяльнымі супольнасцямі, групамі і асобнымі людзьмі для рэгулявання сацыяльнага ўзаемадзеяння. Перадаваная інфармацыя адлюстроўвае працэсы, якія адбываюцца ў розных сферах жыцця грамадства – эканоміцы, палітыцы, культуры, і ажыццяўляецца па розных каналах і сродках распаўсюджвання [1]. Медыя з дапамогай рэгулярна трансляемай інфармацыі аказваюць як непасрэдны, так і завуляваны ўплыў на фарміраванне каштоўнасцяў і культурных норм у грамадстве.

Праблема ўплыву СМІ на чалавека заключаецца ў тым, што звычайны карыстальнік сеціва, тэлеглядач, чытач не толькі даведваецца навіны або глядзіць забаўляльныя ток-шоў – ён убірае (часцей за ўсё падсвядома) стэрэатыпы паводзін, знешні воблік людзей, маральныя нормы, ідэалы і многае іншае з таго, што трансліюецца медыя. Напрыклад, рэкламны ролік, трансляваны па тэлебачанні, часта змяшчае не толькі інфармацыю аб рэкламуемым тавары, але і выгляд пэўнага чалавека, героя свайго часу, рысы дамінуючай культуры. Гэта можа быць вобраз клапатлівай маці, паспяховага мужчыны або дзелавой жанчыны, праз які прапагандуюцца традыцыйныя каштоўнасці, прынцыпы выхавання дзяцей, пэўныя формы і спосабы выкарыстання вольнага часу і г. д.

Людзі міжволі кіруюцца прыгожымі малюнкамі «ідэальнай сям’і», «шчаслівага шлюбу», «крэатыўнага адпачынку», ідэямі і слоганамі, якія як падказкі для дзеяння закладзены ў матэрыялах, што трансліруюцца ў СМІ (Без жэсткіх дыет. Совет Елены, которая много раз пробовала похудеть и наконец сбросила 21 кг. Health.tut.by, 24 студз. 2021; И снова – лучшие! «Евроопт» и «Е-доставка» получили золото в 12 номинациях «Народной марки» и «Бренда года». Sb.by, 1 лют. 2021).

У дзіцячых гульнях з’яўляюцца героі мультфільмаў, надзеленыя пэўнымі якасцямі характару і абліччам, якія так ці інакш уплываюць на дзіцячае ўспрыманне навакольнага свету. Паліцэйскія і пажарныя машыны Рабакар Полі і Рой, шчанюкі-паліцыянты і ратавальнікі Гончык ды Маршал як бы на дзіцячым узроўні дублююць шматлікія серыялы аб працы доблеснай паліцыі і іншых выратавальных службаў.

Падлеткі прайграюць манеры паводзін, стыль адзення, учынкi, імкненні, якія ўвасоблены ў інтэрнэт-роліках і ў сацыяльных сетках. «Падпісваючыся» на блог якой-небудзь зоркі віртуальнага свету, маладыя людзі пераймаюць яе і вонкава, і на ўзроўні псіхалогіі паводзін. Не менш схільныя да інфармацыйнага ўздзеяння і дарослыя. Іх меркаванні пра тыя ці іншыя падзеі, ацэнку новых фактаў, стаўленне да працэсаў, што адбываюцца, цесна звязаныя з той інфармацыйнай крыніцай, якой яны давяраюць. І якая б ні была разумная, арыгінальная і дасведчаная аўдыторыя, частка стылю яе штодзённага жыцця ўсё часцей рэгулюецца

звонку. З боку гледачы і чытачы атрымліваюць новыя веды, каштоўнасці і нормы, якія ўплываюць на іх дзеянні і ўчынкі, дыктуюць стэрэатыпы.

Такім чынам, медыя шмат у чым фарміруюць уяўленні пра ўсё, што адбываецца, уплываюць на ацэнкі з'яў і працэсаў. Аднак любая перадаваная інфармацыя мае элемент суб'ектыўнасці – у аснове ацэнкі меркаванні тых, хто яе перадае. Зрэшты, успрыманне таксама залежыць ад светапогляду, каштоўнасных арыентацый таго, хто ўспрымае. У дадатак да ўсяго перадаваная нам інфармацыя можа быць недакладнай, неадэкватна адлюстроўваць рэальнасць, скажаць яе [2].

У выніку інтэнсіўнае інфармацыйнае ўздзеянне ў сучасным свеце часта вядзе да таго, што чалавек адпрэчвае ад сябе любую, на яго думку, лішнюю інфармацыю, адгароджваецца ад яе, імкнучыся захаваць свой унутраны свет. І ўсё ж тэндэнцыя абапірацца на стэрэатыпы ў сацыякультурным плане мае і станоўчыя бакі. Яны звязаны са стабілізацыяй культуры, калі жыццёвы вопыт, дзеянні, думкі, веды, каштоўнасці, нормы становяцца своеасаблівымі прынцыпамі арганізацыі адносінаў з навакольным светам. Гэта дапамагае упарадкаваць сацыякультурныя працэсы і адыгрывае адаптыўную ролю, бо свядомасць чалавека не можа хутка пераключацца з адной каштоўнасці на іншую.

Развіццё культуры ў сучасным грамадстве неаддзельна ад сродкаў масавай інфармацыі. Дзякуючы сродкам масавай інфармацыі ўсе мы звязаныя паміж сабой, з іх мы чэрпаем мноства самых розных звестак, якія так ці інакш уздзейнічае на нас.

Пандэмія COVID-19 прыпыніла культурнае жыццё вялікіх гарадоў. Аднак мільёны людзей, якія знаходзяцца на каранціне, атрымліваюць культурныя і турысцкія ўражання проста з дому. У гэты перыяд культура даказала высокую ўласную значнасць, а попыт на віртуальны доступ да музеяў, аб'ектаў культурнай спадчыны, тэатраў узрос. Ізалежыць даказаць важнасць новых тэхналогій і СМІ ў паўсядзённым жыцці.

СМІ – гэта тэхнічныя пасрэднікі ў працэсах масавай камунікацыі [3], што надзяляе іх пэўным статусам. СМІ не проста дэманструюць факты рэчаіснасці – яны апрацоўваюць інфармацыю, па-свойму інтэрпрэтуюць яе, падаюць падзеі ў патрэбным кантэксце, выбіраюць з усёй шматстайнасці патрэбныя звесткі або тое, што будзе запатрабавана масавай аўдыторыяй. Важна адзначыць, што па СМІ транслюецца інфармацыя, якая прайшла пэўную апрацоўку. Яна ажыццяўляецца з дапамогай мантажу фотаздымкаў, каментароў, выбаркі фрагментаў тэксту і інш. У эфір медыя трапляюць толькі тыя звесткі, якія спецыяльна падрыхтаваныя для паказу масавай аўдыторыі. Так ажыццяўляецца ўплыў

СМІ на грамадства. І такім чынам яны выконваюць сацыяльна значныя функцыі.

Уяўляючы сабой крыніцу важнай для чалавека інфармацыі, СМІ аб'ядноўваюць людзей у супольнасць, каардынуюць грамадства ў цэлым.

### **Бібліяграфічныя спасылкі**

1. *Маклюен М.* Понимание Медиа. Внешние расширения человека. М., Жуковский: Канон-Пресс-Ц, 2003. 464 с.
2. *Иваницкий В. Л.* Журналистская профессия: опасность эрозии. Ростов н/Д : Феникс; М. : МарТ, 2009. 200 с.
3. *Градуюшко А. А.* Современная веб-журналистика Беларуси. Минск : БГУ, 2013. 179 с.