

УДК 659

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ОДНО ИЗ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧЕЛОВЕКА

Ст. преп. Кириллова И.Л., студ. Дулебенец О.А.

Витебский государственный технологический университет

Если бы научные истины были окончательными, наука прекратила бы свое существование как таковая — как исследование, как новые эксперименты, и вся научная деятельность свелась бы к популяризации уже открытого. А.Грамши.

Практически любое управление массами (как и, собственно, взаимоотношения внутри масс) основывается на знании законов психики индивида и масс, простирается в плоскости существования подобных законов и происходит путем задеирования правил коммуникации, или другими словами — общения как между индивидами и массой, так и общения (коммуникаций) внутри массы (коллектива, сообщества, собрания людей).

Коммуникация в переводе с латинского слова *communico* означает общение. Коммуникацию следует понимать как обмен мыслями, чувствами, знаниями и прочее, между индивидами. Коммуникацию также можно понимать как определенного рода совместную деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи.

Цель коммуникации — передача сообщения. Цели коммуникации обслуживают различные потребности индивидов. Средства коммуникации объединяют различные формы коммуникации, зачастую используя некоторую технологию для заполнения временного и пространственного расстояния между отправителем и получателем сообщения (например, книга: слова, шрифты, картинки, графика).

Средства массовой коммуникации (СМК) также могут включать различные формы коммуникации. Например, телевидение и кино использует слова устного языка, картинки, музыка, газета — слова письменного языка, шрифты, иллюстрации и т. п. Бурно развивающиеся процессы в современном обществе затрагивают все стороны жизни, что приводит к осознанию значимости особенностей развития общественного сознания людей, их общения, взаимодействия и взаимоотношений на все стороны деятельности. Огромное психологическое влияние на сознание и подсознание человека оказывают средства массовой информации (СМИ). Та реальность, которую предлагают сегодняшние СМИ, безусловно опосредствована чьим-то мнением, она упрощена и не предлагает размышления, анализа. В некоторых случаях эта информация может быть опасна, так как человек принимает её готовой, не задумываясь, и ему можно внушить очень многое. Поэтому часто легче окунуться в поток информации, чем критично её воспринимать. СМИ сегодня — это мощный фактор влияния на психическое состояние людей. За последнее десятилетие было проведено множество исследований по данному вопросу в совершенно различных сферах (печать, радио, телевидение, реклама, интернет). Отличительные черты СМИ — это публичность, то есть неограниченный круг пользователей; наличие специальных технических приборов, аппаратуры; непостоянный объем аудитории, меняющейся в зависимости от проявленного интереса к той или иной передаче, сообщению или статье. Средства массовой информации занимают огромное место в жизни отдельного человека и общества в целом.