

# ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПОВЕДІНКУ ЛЮДИНИ

**Сухомлінова Ю. О.**

студентка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої  
світи, спеціальність 053 «Психологія», ФПСР

*Керівник: Базика Є. Л*

К.психол.н., доцент кафедри соціальної психології ФПСР

Засоби масової інформації, такі як телевізор, радіо, газети, журнали та інтернет, відіграють важливу роль у формуванні наших уявлень про світ навколо нас. Це стосується не тільки фактів, які ми дізнаємося через засоби масової інформації, але й того, які ідеї, цінності та стереотипи вони передають.

Засоби масової інформації можуть формувати наш світогляд, впливаючи на наші думки та переконання. Наприклад, якщо ми дивимося новини, які передають лише негативні ситуації, то це може створити в нас враження, що світ навколо нас є небезпечним і напруженим. На жаль, такий

ефект може призвести до поширення стереотипів та дискримінації.

Засоби масової інформації можуть також впливати на наші емоції. Один із таких факторів – це контекст повідомлення. Інформація, що передається в ефірі, може бути сприйнята по-різному залежно від того, який контекст оточує повідомлення. Наприклад, те ж саме повідомлення про насильство може бути сприйняте інакше в різних контекстах, наприклад, в кінострічці про супергероїв або в новинах про злочин.

Також, тип повідомлення відграє важливу роль у впливі на аудиторію. Деякі типи повідомлень, наприклад, реклама, можуть бути сприйняті аудиторією як нав'язливі або неправдиві, що знижує їх ефективність. З іншого боку, повідомлення, які містять історії з реального життя або з якими аудиторія може легко ідентифікуватись, можуть бути більше ефективними.

Окрім того, ефективність впливу засобів масової інформації залежить від аудиторії, до якої воно адресоване. Різні групи людей можуть реагувати на інформацію по-різному, залежно від своїх вікових, культурних, соціальних та інших характеристик. Наприклад, підлітки можуть бути більш вразливі до повідомлень про насильство та агресію, а доросліша аудиторія може бути більш схильна вірити інформації, яка підтверджує їх власні переконання.

Засоби масової інформації можуть впливати на наші політичні погляди та поведінку. Зокрема, під час виборів або інших політичних подій, масова інформація може впливати на утворення громадської думки та визначення стратегії виборців. Засоби масової інформації можуть також впливати на політичні дії громадян, наприклад, змінювати їхнє ставлення до певних проблем або приводити до зміни поведінки в громадських заходах.

Таким чином, ефективність впливу засобів масової інформації на поведінку людини залежить від багатьох факторів. По-перше, важливо враховувати контекст, у якому

повідомлення передається. Наприклад, повідомлення, яке стосується серйозної теми, може мати більший вплив на аудиторію в часи кризи, ніж у звичайний день. Також важливо враховувати культурні, соціальні та індивідуальні відмінності аудиторії.

По-друге, важливо враховувати тип повідомлення. Наприклад, реклама, яка часто містить нереальні обіцянки та емоційно збуджує, може мати більший вплив на аудиторію, ніж повідомлення, яке передає лише факти. Також важливо враховувати спосіб подання повідомлення – чи є воно детальним, інформативним та логічним, чи, навпаки, емоційним та змістовним.

По-третє, ефективність впливу засобів масової інформації залежить від аудиторії, до якої воно адресоване. Важливо враховувати соціально-демографічні характеристики аудиторії, такі як вік, стать, освіта, доходи та інтереси. Наприклад, підлітки можуть бути більш вразливі до негативного впливу засобів масової інформації на їхню самооцінку та ставлення до власного тіла.

Варто зазначити, що вплив засобів масової інформації на поведінку людини є складним та багатогранним явищем, а його ефективність залежить від багатьох факторів. Наприклад, тип медіаконтенту та його вплив на конкретну аудиторію може бути різним.

Крім того, реакція на засоби масової інформації може залежати від культурних, соціальних та індивідуальних факторів.

Отже, вплив засобів масової інформації на поведінку людини є складним явищем, яке варто досліджувати. Це може допомогти людям розуміти, як медіаконтент впливає на їхнє життя та поведінку, і розвивати стратегії для зменшення його негативних ефектів.

### **Література**

1. Лизанчук В. Психологія мас-медіа: підручник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка. 2015. 420 с.

2. Коваль А. Ш. Психологічні аспекти впливу засобів масової інформації на свідомість громадян. URL: <http://kspodn.onu.edu.ua/index.php/kunena/sektsiya-4-fundamentalni-ta-prikladni-psikho-istorichni-doslidzhennya-v-zagalnij-sotsialnij-ta-etnichnij-psikhologii/90-koval-a-sh-m-odesa-psikhologichni-aspekti-vplivu-zasobiv-masovoji-informatsiji-na-svidomist-gromadyan>
3. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / за наук. ред. Л. А. Найдьонові, Н. І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Київ: Міленіум, 2014. 348 с.
4. Різун В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. Київ: Просвіта, 2008. 260 С.
5. Вплив засобів масової інформації: психологічні особливості. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/22585/>