

УДК 821.521

А. Е. ДАДЫКА, Р. Н. НАЗАР

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»

ВЛИЯНИЕ СМИ НА МИРОВОЗЗРЕНИЕ СТУДЕНТА-АРХИТЕКТОРА

Аннотация. В статье рассмотрены и проанализированы средства массовой информации. Изучены функции СМИ в современном мире. Выявлены положительные и отрицательные черты СМИ, их влияние на мировоззрение человека и изменения общественного сознания на примере студентов-архитекторов.

Ключевые слова: СМИ, мировоззрение, общественное мнение, человек, рефлексия, функции.

«Кто владеет информацией, тот владеет миром»

Наша жизнь полна сюрпризов. Общество влияет на человека, а человек создает общество. С давних времен слово имело очень большое значение. Например, в Библии: «Сначала было слово...». В Древних Греции и Риме ораторы упражнялись в риторике. И это все трансформировалось в средства массовой информации (СМИ) [3]. Изучение СМИ, их влияния на мировоззрение и поведение людей (на примере студентов-архитекторов) очень **актуально** в наше время и это стало **предметом** и **целью** нашего исследования.

Рождение знаменитой фразы «*Кто владеет информацией, тот владеет миром*» приписывают братьям Ротшильдам, которые в XIX в. благодаря оперативно и своевременно полученной информации смогли основать одну из самых влиятельных и богатейших династий мира. Данное высказывание носит еще один, более глубокий смысл: полноправно, единолично и заблаговременно владеет информацией только тот, кто эту информацию создает.

В современном мире, наполненном процессами глобализации и коммуникации, СМИ имеют неограниченное влияние на все аспекты жизнедеятельности общества. Именно проникновение информационной составляющей во все сферы жизни становится толчком для трансформации мировоззрения. Это отражено во времена существования Третьего рейха. Гениальный оратор и пропагандист, министр информации и пропаганды, которого называют «отцом лжи» и «отцом пиара», «отцом массовых коммуникаций» и «Мефистофелем XX века» – это Йозеф Пауль Геббельс. Его высказывания стали заповедями пропаганды и черного PR, используемые для изменения сознания и в наше время: «Дайте мне средства массовой информации, и я из любого народа сделаю стадо свиней! Мы добиваемся не правды, а эффекта. Ложь, сказанная сто раз, становится правдой. Информация должна была быть простой и доступной и повторять ее, то есть вбивать в головы, нужно как можно чаще» [1].

Многочисленные исследования показали, что изменение мировоззрения – наиболее сложный процесс, протекающий инерционно, но в то же время влияющий на все остальные сферы развития общества, изменения в которых носят необратимый характер.

Общественное сознание и самосознание – важнейшие регуляторы социальных, экономических, культурных, духовных, психологических и других процессов жизни общества. Под влиянием информатизации возрастающей роли информационных технологий формируется новый образ жизни. Тотальное влияние, а зачастую и просто зависимость, желание обладания информацией повлекло значительные изменения не только ценностных ориентиров, но и психологии в целом. Постоянная ломка исторически сложившихся устоев влечет изменения в образе жизни населения, что более всего проявляется в сознании такой социальной группы, как молодежь [2].

Л. Н. Рыбакова в своих научных трудах, посвященных изучению ценностных ориентаций, говорила, что духовную основу общества формируют государство и СМИ. В результате воздействия именно СМИ мы получаем толпы «звезд», «икон стиля», «законодателей моды», чьи интересы ограничены лишь демонстрацией личных уровней потребления – самолеты, автомобили, шоппинги и др. Формируется устойчивое мнение, что духовность и истинный стиль диктуются не культурным наследием и исторически сложившимися устоями, изысканиями и опытом поколений, а неким «гламурным» и «актуально модным» сообществом. [5, с. 234].

Следовало бы отметить некоторые опасные явления общественного сознания:

1. Упрощенное восприятие мира и оценивание происходящих в нем событий. СМИ и создает почву для упрощенного (ахроматического) восприятия, и укрепляет его. Огромная доля примитивизма в медиапродукции, намеренная поляризация оценок (например, путем «оскандаливания»), формирование клипового сознания, лишённого возможности воспринимать картину в целом и т. д. Все это приводит к дезориентации сознания, к потере навыков видеть мир целостным, к способности анализировать – а значит отчасти лишит его адекватности.

2. Отсутствие объединяющего начала в общественном сознании. Именно отсутствие диалога, непонимание, несогласованность в действиях, утрата связи поколений, неприятие одних социальных групп другими, межэтнические конфликты – все это приводит к дезинтеграции общественного сознания (особенно касаясь культурной самоидентификации).

3. Большая коммерциализация и монополизация СМИ. На первый план выступает страсть к наживе, отодвигая и даже полностью закрывая духовную составляющую. *«Монополизация информации и загрязнение информационного пространства я назвал бы основной причиной кризиса экологии духа».*

4. Отсутствие рефлексии (или снижение) по основным составляющим для общества. Целенаправленное сужение общественного самосознания приводит к пониманию (установке!), что наибольшая опасность – это отказ электронного устройства или датчика. *«Поглощенный мелочными заботами народ перестает слышать слова мыслителей и ученых».*

5. Бессубъектность или эффект толпы – наиболее опасный из аспектов. Человек перестает видеть, осознавать и ощущать себя как личность, а значит, снижается (или полностью отсутствует) способность «подниматься над проблемой», способность генерировать «прорывные идеи», а главное – способность эффективно взаимодействовать с другими субъектами в процессе реализации задуманного [4, с. 260].

Основные функции СМИ: информационная, просветительская, мобилизационная, партиципационная, рекреационная. Однако в действительности, доминантна именно рекреационная. СМИ превращены в индустрию развлечений, а участие общества в их деятельности незначительно. Аудитории отведена роль не полноправного коммуникатора, а объекта информационного воздействия [2].

Все вышеперечисленное показывает, какие именно последствия имеет влияние СМИ на общественность (и молодежь в частности и в большей степени). А что же насчет студентов-архитекторов?

В основе работы студента архитектурного факультета, помимо багажа знаний, несомненно, лежит творчество. С точки зрения архитектуры, Творчество есть ее глубинный смысл. Человек создаёт и постоянно меняет созданное им архитектурное пространство, насыщая его творческой энергией. Главное требование – это создание новых идей и форм. Как правило, идеи выступают в виде мысли, требующей объективации, а формы являются ее результатом.

Творчество для своего развития (и существования) требует постоянного вопрошания (или философствования), бесконечного поиска, анализа уже существующего, жажды открытий и приобретения новых навыков и знаний. СМИ, большей частью преследуя именно продвижение новых идей, товаров, и, как следствие, получение экономической выгоды, все чаще прибегают к эклектичности в образах, что само по себе отрицает классическую (ордерную) красоту. Происходящее смешение вносит дезориентацию и путаницу в восприятие стилей, эпох, течений, школ и т. д. Постоянный поток информации препятствует даже самому зарождению желания вникать в особенности и посвящать себя исследованиям. Это, несомненно, отрицательные черты влияния СМИ.

Конечно же, невозможно говорить об отрицательной стороне и не упомянуть положительные качества. Именно СМИ, в силу своей сущности, являются самым оперативным способом доставки информации потребителю, а значит, способны ознакомить с новейшими открытиями, исследованиями, идеями и т. д. Благодаря СМИ, как способу коммерциализации объектов, будущий специалист может судить о тенденциях в обществе, его пристрастиях и предпочтениях, а значит прогнозировать развитие в целом. Именно этот анализ позволяет создавать объемы и пространства, которые будут востребованы в будущем.

При сборе и потреблении информации необходимо учитывать, что все большее число людей разного возраста являются не только потребителями, но и создателями информационного контента (имеется ввиду Интернет, социальные сети, блоги и т. д.). Океан информации наполняют не всегда люди с высоким уровнем образования и эрудиции, некоторые не владеют (или не хотят использовать) умением высказывать свои мысли корректно и грамотно. Основной целью данной работы была не попытка «очернить» СМИ, но призыв будущих творцов к созидательному труду, философствованию, к постоянному поиску.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Жуковская, Д. Йозеф Геббельс – теоретик СМИ Третьего Рейха [Электронный ресурс] / Д. Жуковская // Историк – общественно-политический журнал. – Режим доступа : http://www.historicus.ru/joseph_gebbels_teoretik_smi_tretyego_reiha.
2. Куликов, Л. В. Социально-психологические аспекты влияния СМИ на сознание [Текст] / Л. В. Куликов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. – 2011. – № 1. – С. 3–12.
3. Назар, Р. М. Мовна модель сучасного інформаційного простору (для студентів економічних спеціальностей курс за вибором) [Текст] / Р. М. Назар. – Макіївка : ДонНАБА, РВВ, 2011. – 150 с.
4. Моисеев, Н. Н. Современный рационализм [Текст] / Н. Н. Моисеев ; Рос. науч. гуманит. фонд, Междунар. независимый экол.-политол. ун-т. – М. : МНЭПУ, 1995. – 376 с.
5. Рыбакова, Л. Н. Линия жизни молодого человека: ценностные ориентации и копинг-стратегии [Текст] / Л. Н. Рыбакова // Ценности личности : сб. научн. тр. межд. науч.-практ. семинара Личность в современном мире: быть или казаться? Материалы Международной научной конференции «Дулатовские чтения» (Костанай, 2014 г.) / отв. ред. П. Ф. Дик ; науч. произв. журн. «Наука» : спецвыпуск. – Кустанай : КИиЭУ, 2014. – С. 233–238.

Получено 01.02.2017

А. Є. ДАДИКА, Р. М. НАЗАР
ВПЛИВ ЗМІ НА СВІТОГЛЯД СТУДЕНТА-АРХІТЕКТОРА
ДОУ ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури»

Анотація. У статті розглянуті й проаналізовані засоби масової інформації. Вивчені функції ЗМІ у сучасному світі. Виявлені позитивні й негативні риси ЗМІ, їх вплив на світогляд людини й зміни суспільної свідомості на прикладі студентів-архітекторів.

Ключові слова: ЗМІ, світогляд, суспільна думка, людина, рефлексія, функції.

ANNA DADIKA, ROMAN NAZAR
THE INFLUENCE OF THE MASS MEDIA ON THE WORLD OUTLOOK OF AN
ARCHITECTURE STUDENT
Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture

Abstract. The mass media has been considered and analyzed. Nowadays the functions of the mass media have been examined. Positive and negative features of the mass media, their influence on the world outlook and the changes of social consciousness by the example of architecture students have been determined.

Key words: mass media, ideology, public opinion, people, reflection, function.

Дадика Анна Евгеньевна – студентка 2 курса архитектурного факультета ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры». Научные интересы: сленг, СМИ, архитектура.

Назар Роман Николаевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры». Научные интересы: синтаксис русского и украинского языков, в частности особенности репортажного текста, аббревиация. Работа над составлением двуязычных словарей.

Дадика Анна Євгенівна – студентка 2 курсу архітектурного факультету ДОУ ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури». Наукові інтереси: сленг, ЗМІ, архітектура.

Назар Роман Миколайович – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики та міжкультурної комунікації ДОНУ ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури». Наукові інтереси: синтаксис російської та української мов, зокрема особливості репортажного тексту, аббревіація. Робота над укладанням двомовних словників.

Dadika Anna – the 2nd year student, Architecture Department, Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture. Scientific interests: slang, mass media, architecture.

Nazar Roman – Ph.D. (Philology), Associate Professor, Applied Linguistics and Intercultural Communication Department, Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture. Scientific interests: syntax in particular features of reporting text, abbreviation. Prosecution of drafting of bilingual dictionaries.