**Катерина Балабанова**

**(Київ,Україна)**

**ВПЛИВ МЕДІА: ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД**

У сучасному світі людина щодня отримує безліч медіаповідомлень. Інтерес до медіавпливу, виник разом з масовою комунікацією. Громадськість завжди була стурбована негативним впливом певного повідомлення або систем повідомлень, а також цікавилася потенційним просоціальним впливом інших медіаповідомлень.

Про психологічний вплив медіа почали говорити ще з моменту появи в 1450 році першого друкарського верстата. Іноді історичні свідчення використовувалися для того, щоб вести хроніку виражених змін громадської думки або колективної поведінки внаслідок масованого впливу масової інформації на аудиторію. В інших випадках цей вплив був не настільки явним, але стурбованість супротивників ЗМІ з приводу медіавпливу на інших людей спонукала їх до різних акцій протесту.

 Прагнення захистити не себе, а абстрактних «інших» людей від впливу мас-медіа зазвичай пояснювалося ефектом третьої особи. При цьому індивід вважає, що інші споживачі масової інформації більш сприйнятливі до навіювання та негативного впливу медіа.

 У статті розглядається історія феномена громадської стурбованості діяльністю ЗМІ та наводяться історичні приклади наслідків медіавпливу на громадську думку і поведінку людей.

Медіавплив – це вплив засобів масової інформації на життєдіяльність людини. У даний час питання медіавпливу добре вивчене на теоретичному рівні. Більшість досліджень у цій області виконані за кордоном. Велику увагу медіавпливу приділили у своїх роботах Дж. Брайант і С. Томпсон [1], У. Ліппман [2], Н. Луман [3], Е. Ноель-Нойман [4], Г. Маклюєн [5], Р. Харріс [6]. Для розуміння різних комунікативних процесів та їх впливу багато дослідників розробляли наочні моделі, що ілюструють їх теорії: моделі комунікації, моделі комунікативних процесів, моделі, які пояснюють феномен медіавпливу.

Психологічний вплив ЗМІ Дженнінгз Брайант, Сузан Томпсон у своїй праці «Основи впливу ЗМІ» розглядає в ракурсі причинно-наслідкових відносин, де в якості «причини» виступає інформація, що надходить через різні засоби комунікації [1]. Як правило, при лабораторних дослідженнях впливу масової інформації на психіку і поведінку, що проводяться соціологами і психологами-бихевиористами, приймаються суворі заходи безпеки, завдяки звести до мінімуму вплив сторонніх чинників і забезпечити точність вимірювань. Такий метод дозволяє вченим безпосередньо спостерігати результати впливу засобів масової інформації на індивіда. Історики, навпаки, обмежені ретроспективної оцінкою, коли наслідки впливу ЗМІ у формі документально зафіксованих відгуків, суджень і дій постають особливо яскравими і недвозначними. Більш того, якщо соціологи та біхевіористи збирають дані про наслідки медіавпливу, проводячи експерименти і досліджуючи індивідуальних споживачів масової інформації (іноді одного-єдиного споживача), історики використовують узагальнені дані архівних матеріалів, обмежуючись дослідженням соціальних проявів впливу ЗМІ.

Слід зазначити, що наведені нижче історичні факти стосуються не девіантних, але типових проявів впливу масової інформації. Несуттєві або мінімальні прояви медіавпливу можуть і не потрапити в поле зору вченого. Сучасна історія рясніє яскравими прикладами того, що безсумнівно є проявами впливу ЗМІ на психологію і поведінку. Це особливо стосується тих випадків, коли споживачі масової інформації реагували на тривожні повідомлення.

Історичні свідчення показують, що спочатку тільки влада усвідомлювала потенційне соціальний вплив друкованого слова. Багато державних лідерів боялися наслідків загальної грамотності та доступності друкованої продукції і прагнули до здійснення контролю над публікаціями, щоб позбавити опозицію права голосу. Такий страх перед впливовістю мас-медіа все ще залишається у багатьох тоталітарних суспільствах, де лідери контролюють діяльність ЗМІ, щоб залишатися при владі.

Поява нових технологій і поширення грамотності в XIX столітті призвело до виникнення нових форм комунікації, а саме масової комунікації. З цього часу заклопотаність наслідками медіавпливу виражається не тільки представниками освіченої еліти, але також індивідами і групами всіх верств суспільства: від президента до батьків, від представників інтелігенції до студентів-першокурсників.

Ці історичні приклади вираження стурбованості негативним впливом ЗМІ на суспільство були настільки помітними, що впливали на законодавство, визначали державну політику і привертали увагу численних дослідників.

Історія західної цивілізації рясніє прикладами спроб зовнішнього втручання в діяльність ЗМІ. Контроль над медіа брав різні форми: заборона небажаної інформації або введення цензури, використання пропаганди або застосування заходів фізичного впливу до редакторів або журналістів. Контроль над ЗМІ здійснювався державними чиновниками, духовними особами та іншими агентами.

Найбільш яскраві приклади стурбованості наслідками медіавпливу на маси – неодноразові випадки заборони владою певної інформації. Незабаром після винаходу друкарського верстата церковна і правляча верхівка суспільства висловила стурбованість впливовістю друкованого слова. Можновладці використовували винахід у своїх власних інтересах і вводили цензуру, щоб не допустити публікації опозиційних матеріалів. Наприклад, у середині XVI століття католицька церква вимагала ввести заборону на протестантську літературу. У 1559 році папа Павло IV заснував «Індекс заборонених книг» – список літератури, що підлягає вилученню з обігу. Крім протестантських памфлетів, туди входила порнографія, окультні книги та друковані матеріали опозиції.

Мартін Лютер та інші протестантські лідери використовували друкарський верстат для масового поширення реформістської літератури. Поширення протестантських брошур через друковані майстерні Європи супроводжувалося жорстокими репресіями по відношенню до бунтаря, що наважився користуватися друкованим верстатом без санкції католицької церкви. Друкарів, викритих у поширенні реформістської літератури, кидали в темниці або спалювали на вогнищах інквізиції.

На початку XVI століття король Англії Генріх VIII був настільки заклопотаний впливом друкованого слова, що створив Зоряну палату – спеціальну судову колегію, яка розглядала справи про друковані матеріали, що ображають найвищу гідність. Також Генріх VIII наполягав на системі ліцензування, що дозволяє здійснювати суворий контроль за діяльністю англійської преси.

Наприкінці XVIII століття видання Бенджаміна Франкліна Баха «Aurora» було рупором республіканських ідей у ​​США. Запальні статті Баха сколихнули громадську думку і викликали бурю відгуків: влада погрожувала залучити видання «Aurora» до суду за державну зраду; комерсанти, які дотримуються федералістських поглядів, відкликали з «Aurora» свою рекламу і заборонили продавати видання в належних їм закладах. Прагнучи утримати під контролем вираз опозиційних поглядів, федералісти видали один з найбільш жорстких законів в історії США – акт 1798 року про підбурювання до заколоту. Він був прийнятий за часів Французької революції в спробі запобігти поширенню профранцузьких настроїв в американській пресі.

Ще одним свідченням незадоволеності діяльністю ЗМІ можуть служити масові заворушення, спрямовані проти окремих видань або редакторів, відповідальних за публікацію. В історії можна знайти безліч прикладів самосуду натовпу над співробітниками різних медіа. Одним з найстрашніших проявів масового невдоволення було побиття в Балтіморі співробітників «Federal Republican», радикальної газети, що виступала проти американської участі у війні 1812 року.

Масові заворушення на ґрунті расової ворожнечі були пов'язані не тільки з діяльністю преси, щонайменше, один випадок заворушень був викликаний кінофільмом. На початку XX століття на екранах США з'явилася провокаційна кінострічка «Народження нації», яка призвела до масових погромів в чорних кварталах. З позиції переваги білої раси у фільмі висвітлювалися події Громадянського війни, Реконструкції та розповідалося про зародження Ку-Клукс-Клану.

 Громадська заклопотаність негативним впливом сцен насильства та жорстокості не є винятковим надбанням XX століття. На початку XIX століття в англійській журналістиці з'явилася нова течія, яка пізніше була успішно прийнята дешевими щоденними газетами Нового світу. У британській пресі гумористичні репортажі про злодіїв, бешкетників набирали широку популярність серед читачів і отримували досить безсторонню оцінку критиків.

Поява в 1833 році в США видання «Sun», що спеціалізувалося на кримінальній хроніці, викликала таку ж суперечливу реакцію. З одного боку, нове видання завоювало численних відданих шанувальників. З іншого боку, акцент на скандалах і насильстві викликав критику з приводу згубного впливу таких матеріалів на читачів, коло яких безперервно розширювалося [1, с.47].

Після того, як кіно стало популярним засобом масової інформації на початку XX століття, почав вивчався зв'язок змісту кінофільмів з рівнем злочинності серед неповнолітніх. Критичні роздуми Фредеріка Уердема з приводу впливу коміксів на психологію підлітків, спричинили позачергове скликання сенатської комісії з розслідування злочинності серед неповнолітніх. Була утворена Американська асоціація коміксів, прийнятий кодекс, який забороняє, серед іншого, еротичні зображення і сцени насильства.

В останні роки багато хто звинувачує сучасні книги і фільми, сучасну музику і комп’ютерні ігри в тому, що вони закликають молодь до насильства і агресії, що підлітки скоюють злочини, наслідуючи героїв фільмів і книг. Сьогодні страх у споживачів масової інформації, особливо у дітей, пов'язаний з демонстрацією фільмів жахів і репортажами про реальні події. Виявляючи занепокоєність згубним впливом медіа, з’являються наукові дослідження з даної проблеми.

Отже, історія рясніє прикладами, що ілюструють вплив медіа. Це і соціальні зміни, викликані поширенням нових медіа технологій, і випадки державного втручання в діяльність преси, випадки громадських акцій проти насильства в ЗМІ; дії, спрямовані проти співробітників видань, відповідальних за публікацію провокаційних матеріалів, та паніка споживачів масової інформації як реакція на медіавплив.

Реальні наслідки медіавпливу в історичному контексті неможливо довести емпірично. Але задовго до початку наукових досліджень і застосування аналітичних методів для вивчення впливу медіа, про його наслідки здогадувалися, їх відчували, вони документально фіксувалися.

**Література:**

1. Брайант, Дженнінгз, Томпсон, Сузан. Основи впливу ЗМІ / Д. Брайант, С. Томпсон. – М .: Видавничий дім «Вільямс», 2004. – 432 с.
2. Липпман Уолтер. Общественное мнение / У. Липпман /Пер. с англ. Т,В. Барчуновои Редак­торы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
3. Луман Н. Реальность масс-медиа/ Н. Луман. – М., 2005. – 256 с.
4. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. Маклюэн. – М., 2003.
5. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. – М., 1996.