

ВПЛИВ ЦІННОСТЕЙ ЖУРНАЛІСТА НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

Олена КИРИЛІВ

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Актуальність. Сьогодні роль засобів масової інформації в житті суспільства в цілому та кожної окремої особистості є дуже вагомою. ЗМІ – це преса, радіо, телебачення та комп'ютерні мережі, за допомогою яких інформація поширюється до аудиторії. В наш час інформація стала не лише елементом соціального буття людини, а й важливим соціальним інститутом, який значною мірою формує свідомість і цінності людини. Тому важливо досліджувати і аналізувати, які саме цінності ті чи інші ЗМІ несуть суспільству. І чи впливають цінності працівників засобів масової інформації на формування цінностей реципієнтів.

Мета роботи. Дослідити вплив світу цінностей журналіста на формування суспільних процесів.

Матеріали та методи. Матеріалом є вітчизняні засоби масової інформації – газети, радіо, телебачення та Інтернет-ресурси. При написанні застосовані аналітичні, систематичні та описові методи дослідження.

Результати дослідження. Сьогодні робота ЗМІ регулюється законами «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформацію», «Про рекламу», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про телебачення та радіомовлення» та низкою інших. Усі ці закони регулюють правові норми роботи та стандарти журналістики. Однак, питання етики у них згадуються лише побіжно, а про цінності взагалі не йдеться. У 2013 році було офіційно затверджено Кодекс етики українського журналіста. Почала діяти комісія з журналістської етики – орган саморегуляції роботи журналістів та редакції, який дозволяє обговорювати та пропонувати шляхи вирішення конфліктних ситуацій базуючись на єдиному стандарті роботи [2]. Кодекс фокусується на вимогах до того, яким має бути продукт журналістської роботи, але дотримання його – є справою добровільною.

Сьогодні в Україні є цілком вільний доступ до професії журналіста, не обов'язково мати фахову освіту чи бути членом професійного об'єднання. З одного боку – це демократично. Однак, з іншого – це не дає можливості належним чином реагувати на порушення норм етики та моралі, цінностей та професійних стандартів. Лише останніми роками Наглядова рада з питань телебачення і радіомовлення почала реагувати на порушення в контенті каналів. На порушення ж у контенті інших ЗМІ ніхто не реагує.

На думку координатора Центру соціального лідерства Галини Канафоцької, на даний час об'єктами найбільш агресивних посягань з боку засобів масової інформації стали споконвічні духовні цінності українського народу, українські національні та моральні традиції [1]. Нині у засобах масової інформації можна все частіше зустріти сцени жорстокості та насилля, насмішки над історією, ігнорування загальноприйнятих стандартів етики. Усе це руйнує фізичне та духовне здоров'я людини та суспільства в цілому, а також систему морально-етичних цінностей.

Засоби масової інформації створюють певний ряд соціальних ролей, цінностей і норм поведінки, чим впливають на формування у людей світоглядних орієнтирів. Емоційна привабливість висвітлених у ЗМІ образів сприяє виникненню у людей певних якостей та зразків поведінки. Таким чином сучасні медіа значною мірою визначають духовний і ціннісний світогляд людини. Тому так важливо, хто творить медіа продукт. Адже саме через світогляд і цінності журналіста, як крізь призму, проходить уся інформація, яку згодом отримує реципієнт. Звідси можна припустити, що цінності та бачення проблеми журналістом формують ціннісні установки, світоглядні стереотипи та моделі поведінки людей.

Та якщо офіційно зареєстровані ЗМІ регулюють свою роботу законами і редакційними статутами, то на поширені зараз інтернет-ЗМІ впливати взагалі неможливо. Ще більше викликів сучасній журналістиці і журналістам поставили соціальні медіа, такі як Facebook, Twitter та ін. Вони стали повноцінним засобом масової інформації, який стрімко набуває популярності. За статистикою, станом на перший квартал 2020 року понад 2,6 млрд активних користувачів щомісяця, Facebook є найбільшою соціальною мережею у світі [4]. Сьогодні близько 30% населення відмовилися від телебачення і друкованої преси та слідкують за новинами використовуючи соціальні медіа. Це спонукало більшість ЗМІ освоїти цей напрямок і підлаштуватися під своїх читачів.

Соціальні медіа породжували бурхливі дискусії щодо того, як журналісти повинні використовувати засоби масової інформації, в основному в результаті зіткнення норм соціальних медіа та традиційних норм журналістики. Як користувачі соціальних медіа, журналісти піддаються впливу таких норм соціальних медіа, як розкриття особистості та взаємодія. Дослідження, що аналізувало твіти (публікації у Twitter) 500 найпопулярніших професійних журналістів, виявило, що їх твіти зазвичай включають посилання (42%), історії особистого життя (20,2%), думки (15,7%), інформацію, що має хоча б елемент думки. (27%), ретвіти (15,2%) та дискусії (14,9%). Журналісти також дають відгуки на коментарі аудиторії в публічному плані; Профілі соціальних медіа окремих журналістів, як правило, більш інтерактивні та особистісні, ніж профілі газетних організацій. Ці висновки свідчать про те, що використання журналістами соціальних медіа не сильно відрізняється від використання їх іншими користувачами, що пропонують особисті думки та більше взаємодії з аудиторією, вважає доцент кафедри журналістики та комунікацій в університеті Легі (США) Джейон Лі [3].

Хоча саморозкриття та інтерактивне спілкування із читачами збільшує рівень довіри до журналіста, це також і збільшує вплив його особистісних суджень і цінностей на формування цінностей реципієнта. Існує багато означень цінностей, тут маємо на увазі цінності, як основні елементи світогляду людини, певний ідеал особистості, міру значущості речей, явищ, подій. На основі цих цінностей формуються соціальні почуття (наприклад, моральні, естетичні) та знання (економічні, політичні, правові тощо) [1].

Висновки. Засоби масової інформації мають суттєвий вплив на формування цінностей і культури суспільства. Особливо, у зв'язку з стрімким зростанням популярності соціальних медіа. Відтак, слід підвищити вимоги до них та впроваджувати заходи, які б спряли формуванню правильних пріоритетів та утвердженню культурних цінностей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Канафоцька Г.П. Формування цінностей сучасної людини: фактори, інституції, складові та чинники впливу / Г. Канафоцька// Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Механізми управління розвитком організаційної культури ЗНЗ»]. (Київ, 4-5 квіт. 2013 р.) К., 2013 200 с. С. 77-87.
2. Комісія х журналістської етики. URL:<http://www.cje.org.ua/ua/code>
3. Jayeon Lee. The Double-Edged Sword: The Effects of Journalists' Social Media Activities on Audience Perceptions of Journalists and Their News Products. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12113>
4. Number of monthly active Facebook user worldwide as of 1st quarter 2020 URL: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>