

- імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика. – 1998. – Вип.7. – С.52 – 56.
4. Пазяк Ольга. Логічність як важлива комунікативна ознака сучасного українського мовлення журналіста / Ольга Пазяк // Роль ЗМІ в процесах державотворення / За загал. ред. А.З.Москаленка. – К.: ЦВП. – 1997. – С. 40–52.
 5. Пазяк Ольга. Чистота мовлення як важлива комунікативна ознака в сучасних засобах масової інформації України / Ольга Пазяк // Сучасне та майбутнє журналістики в плюралістичному суспільстві : Матеріали науково-практичного українсько-швейцарського семінару / За ред. проф. А.Москаленка, М.Герольд, проф. В.Іванова. – К.: Центр вільної преси. – 1999. – С.208–209.

УДК [070:343](042.4)

КРИМІНАЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА:

**теоретичні засади експериментальних підходів з
визначення впливу медіа насильства на аудиторію ЗМІ.
*Частина перша.***

**Ольга Порфімович
(Київ, Україна)**

У статті проаналізовано загальну ситуацію в країні щодо впливів журналістських матеріалів, які містять сцени насильства, на аудиторні настрої. Подано короткий історичний екскурс з даної проблематики. Наголошено на виключній актуальності досліджень з боку студентів медіаспеціальностей у цій сфері.

Ключові слова: *медіавпливи, кримінальна журналістика, медіанасильство, дослідження.*

В статье анализируется общая ситуация в стране относительно влияния журналистских материалов, которые содержат сцены насилия, на аудиторные

настроения. Подается короткий исторический экскурс по данной проблематике. Делается акцент на исключительной актуальности исследований со стороны студентов медиаспециальностей в этой сфере.

Ключевые слова: медиавлияние, криминальная журналистика, медианасилие, исследования.

The article analyzes the overall situation in the country regarding the impact of journalistic materials that contain scenes of violence, in terms of audience mood. It contains a short historical review on the subject. It emphasizes on the exceptional relevance of researches by students who belong to media specialties in this area.

Key words: the impact of media, the criminal journalism, the media violence, researches.

Постановка проблеми. Близько п'ятнадцяти років в Інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка викладається курс «Кримінальна журналістика». Програма курсу викликає неабияку цікавість студентів. Кожного року на базі Інституту журналістики захищається чимало кваліфікаційних робіт різних рівнів на тему роботи журналіста та редактора в кримінальній проблематиці. Актуальність досліджень медіагалузі в даному контексті невинно зростає у зв'язку з щорічним збільшенням відсотку інформації на правову (кримінальну) тематику в вітчизняних ЗМІ. В першу чергу, слід відмітити збільшення відсотку повідомлень в новинневих блоках на всіх без винятку телеканалах. На другому місці газетні площі, які щедро пересипані експресивними заголовками та відвертими фотографіями сцен насильства. Поява кабельного телеканалу «ЧП.Інфо», який швидко сформував і розширив власну аудиторію, свідчить також про негаснучий інтерес аудиторії до кримінальної проблематики.

Важко однозначно сказати, як впливають негативні новини, так само як важко визначити ставлення самої аудиторії до них. З одного боку, суспільство нарікає на те, що нині збільшується кількість негативних сюжетів і «жахів» у пресі. Але з іншого – вбивства, ДТП, економічні злочини і корупційні скандали – це те, що цікавить аудиторію в першу чергу. Коли реципієнт бачить таку інформацію – в інтернеті, газеті чи анонс на телебаченні – він у першу чергу підкоряється емоціям, хоче задовольнити власний інтерес. І в останню чергу думає про те, як це може вплинути на його психіку і, тим більше, на поведінку. Потім він читає матеріал про згвалтування зі всіма подробицями, і каже: «Боже, краще б я цього не читав, який жах».

Виклад основного матеріалу. Численні соціологічні опитування доводять, що люди, начебто, розуміють, що такі новини вбивають наші душі, додають негативу в життя. Але на 90%, за біологічною суттю, ми залишаємось тваринами, і лише 10% – це питома надбудови нашої психіки, котру нам дала еволюція. Вірогідно, причиною зацікавленості в таких новинах є певні тваринні інстинкти. Та ж агресія – це один зі способів самоствердитися в суспільстві, завоювати собі партнера, зайняти вищий щабель в ієрархії – ці речі ідентичні поведінковим та інстинктивним речам, які є у тварин.

Закони журналістики лежать у площині приватного й публічного права і не стосуються емоційної сфери життя суспільства. Як ми знаємо, етичні норми не є обов'язковими для виконання. Тут уже журналіст керується власними моральними засадами – опише він подробиці жахливої трагедії, чи ні. Але над ним ще стоїть редактор, який теж зі своїм бекграундом: може вирішити, що це популяризація злочину – і краще не заглиблюватися в подробиці; або ж навпаки – що це «смачно і жирно» і привабить велику кількість глядачів...

Відзначимо, що в усьому світі злочини, повністю скопійовані з медіапродукції, – досить рідке явище. Однак, численні експерименти встановили факт існування причинно-наслідкового зв'язку між переглядом сцен насильства та підвищенням агресивної поведінки.

Дослідження впливу медіанасильства включає в себе широкий спектр медійного контенту. Мова йде не лише про кримінальну журналістику. Всім відомим є термін “агресивна реклама”, котра може спонукально впливати на реципієнта. Нові комунікаційні технології також багато в чому спрямовані на вплив на підсвідоме на несвідоме людини. До вибірки ймовірним є потрапляння матеріалів сексуально спрямованої медіапродукції, матеріали політичної пропаганди та звичайна інформація про події політичного та економічного характеру (кризовий стан суспільства) тощо.

Залежність членів нашого суспільства від ЗМІ невпинно зростає. ЗМІ начебто «підсаджують» свою аудиторію на медіатехнології. Про це ще 1976 року говорили Де Флер та Болл-Рокешен, обґрунтувавши свою модель медіазалежності [1, с.21]. Предметом даної моделі є стосунки між мас-медіа як інформаційною системою та суспільством як соціальною системою. Згідно моделі, залежність індивідів від ЗМІ зростає під час криз у суспільстві: вони стають одночасно і джерелом інформації, і джерелом психологічного комфорту. На наш погляд, дана модель є валідною для всіх типів суспільств. Так, зокрема, закриття порталу WikiLeaks викликало обурення споживачів інформації по всьому світу (всесвітня економічна криза та перманентні політичні кризи в різних країнах слугували тлом для таких спротивів); до численних протестних проявів 2012 року спричинило закриття в Україні файлообмінника ex.ua, який вдовольняв як інформаційні, так й емоційні потреби членів українського суспільства.

Вплив ЗМІ на аудиторію в контексті медіанасильства. Історичний огляд.

Про руйнівну енергію щоденних публікацій як про найбільше зло в державі говорили ще в середині ХІХ ст. (Мається на увазі Російська Імперія, територіальною одиницею якої була на той час Україна). Психологічний вплив медіа розглядали за наявності причинно-наслідкового зв'язку, де причиною були різні форми оприлюдненої інформації (переважною мірою посередництвом медіа).

Історія західної преси знає багато прикладів, коли після відслідковування причинно-наслідкового зв'язку, занепокоєність викликала ефемерна влада медіа над своєю аудиторією. Це нерідко викликало до життя цензурні закони та постанови і навіть застосування фізичного насильства до журналістів та редакторів ЗМІ.

Ще ХVІ ст. папська влада запроваджувала заборони на друк протестантської літератури. До списку заборонених книг було включено також порнографію. Тих друкарів, які підпільно включали свої верстати для виготовлення подібної продукції, кидали до тюрем та палили на вогнищах. Додамо, що в Західній Європі ХVІ ст. споживачами друкованої продукції вже були не тільки представники правлячої верхівки, а широкі верстви населення.

1798 року в США було видано закон про заборону підбурювання до заколоту. Каналом, по якому мала розповсюджуватися інформація бунтарського характеру, було визнано пресу. Суддя, котрий виносив рішення по прецедентах про заколот, писав в *Columbian Centinel*: «Дайте купці людей контроль над пресою, і ви надасте їм владу над усією країною, тому що ви дасте їм контроль над громадською думкою, що володарює над усім». (Треба відзначити надзвичайну актуальність для сучасної України такого висловлювання).

Узагалі історія США має довгу та недемократичну історію власної демократії. Одним із свідчень цього були численні погроми редакцій газет натовпом. Причиною були начебто непатріотичні публікації в газетах. Гинули журналісти, нищилося майно редакцій...

1833 рік у США був видатним: з'явилася газета Sun, що спеціалізувалася на кримінальній хроніці. Популярність її зростала щодня, і це занепокоювало хранителів суспільної моралі. Звичайно, експериментальних досліджень на цю тему ще не було, однак уже тоді доволі активно критикувалися матеріали, в яких ішлося виключно про секс, скандали, вбивства тощо.

У часи Великої Депресії в США більша частина американців вважала, що радіо та телебачення надто сильно впливають на аудиторію. Масова інформація порівнювалася із смертоносними кулями чи сильними наркотиками. Ці образи й лягли в підвалини теорій «кулі» та «шприца», котрими деякі теоретики пояснюють вплив ЗМІ на свідомість аудиторії. Так, теорію «кулі» застосовували до аналізу впливу пропагандистських матеріалів. Особливо актуальним аналіз пропаганди був протягом Другої світової війни. Прибічники теорії залякували: якщо інформаційний простір США наситити пропагандистськими матеріалами якогось гіпотетичного Гітлера, це вплине на загальний політичний курс країни. Треба відзначити, що ідеологи колишнього СРСР, тримаючи за залізною завісою народ країни протягом семи десяти років, де-факто були гарячими послідовниками відповідних підходів.

Висновки. Варто відзначити, що ні радянська, ні незалежна Україна не може похвалитися системними дослідженнями теми медіанасильства в ЗМІ. При тому, що вітчизняні спеціалісти в медіагалузі слушно зазначають, що «засилля негативних новин у ЗМІ справді може серйозно

впливати на суспільні настрої. По-перше, змінюється уявлення про світ, він відчувається як усе більш небезпечний та несправедливий; по-друге, змінюється уявлення про частоту тих чи інших подій, які можуть статися, а відповідно – й очікування негативу. Таке уявлення про світ призводить до більшого песимізму, а відтак до навченої безпорадності, спадання активності. Також руйнується громадська думка про ненормальність злих вчинків, а отже, руйнуються механізми суспільної саморегуляції» [2].

Виходячи з виключної актуальності даної проблематики, нами пропонується звертати особливу увагу студентів інститутів та факультетів, які готують спеціалістів медіагалузі, на дослідження медіавпливів взагалі і медіанасильства, зокрема. Нами пропонується поглиблене вивчення наступної проблематики: напрями в сфері медіавпливу; методи переконання аудиторії; вплив медіанасильства і порнографії на настрої аудиторії, включаючи поведінковий аспект; переляк (стрес) як реакція на масову інформацію; вплив підбору повідомлень на уявлення аудиторії про їхню важливість; нові медіатехнології; використання ЗМІ для задоволення індивідуальних потреб; формування картини світу під впливом ЗМІ тощо. Контент курсу «Кримінальна журналістика» може слугувати базисом для таких досліджень [3].

Перспективи подальших досліджень. У другій частині даної статті (наступне число часопису) нами пропонується сценарій експериментального дослідження на тему впливу на аудиторні настрої повідомлень на кримінальну проблематику. Дану експериментальну модель було апробовано автором статті і може бути застосовано студентами для апробації результатів їхніх теоретичних посилів в роботах різних кваліфікаційних рівнів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ball-Rokeach, S. & DeFleur, M.L. (1965). A dependency model of mass media effects. *Communication research*, chapter 3.
2. Дорош М. Із діагнозом «соціальна глухота» (Л.Найдьонова)// З сайту *Медіаграмотність* (<http://osvita.mediasapiens.ua>). – 2012. – 10 квітня.
3. Порфімович О. Кримінальна журналістика: Вибрані лекції. – К.: ФОП-ПОДОЛІН І.В., 2009. – 192 с. – українською та англійською мовами.