

сприяє сприйняттю блогінгу в очах громадськості як рекламної платформи або агітатора політичного руху, що і призводить до необхідності реєстрації подібних великих журналів і блогів, як повноцінних засобів масової інформації.

Щоб відвернути увагу від значущих проблем, ЗМІ насичує інформаційний простір малозначними повідомленнями [3].

Приєм актуальний для того, щоб не дати громадянам можливості отримувати реальну інформацію конкретної події. Також ЗМІ нав'язують громадянам як треба жити, у що одягатися і т.д. Можна зробити висновок, що ЗМІ накладають відбиток на ціннісну орієнтацію суспільства.

Висновок: ЗМІ знають, які новини необхідні людині, інколи краще, ніж вона сама. Мас-медіа володіють не малим впливом і в чималому ступені керують суспільною свідомістю.

В інформаційну еру, інформація є відкритою і масовою. Легко можна знайти новину, яка нас цікавить, лише кілька разів клацнувши клавіші смартфона. Але так звичайно було не завжди, ще кілька століть назад новини були доступні, тільки елітарним верствам, а не на широкий загал; інформація могла йти до одержувача місяці.

Реклама в ЗМІ, в чималому ступені, формує світогляд сучасної людини, звертаючись при цьому до емоційної сфери, а не до свідомості глядача. Саме реклама нав'язує деструктивні стереотипи поведінки, не властиві традиційній культурі. Основна роль при цьому належить телебаченню і Інтернету.

Література

1. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості: веб-сайт. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm> (дата звернення 10.04.2019)
2. Лизанчук В. Феномен невмирущості нації. Наукові записки АН ВШ України. - 2004. Вип. 6, 9-29. С. 74-81.
3. Піпдик А. П. Аналіз впливу засобів масової інформації: веб-сайт. URL: <https://vspu.edu.ua/faculty/histor/documents/pr9.pdf> (дата звернення 10.04.2019)
4. Гнасевиц Н. В., Сороківський М. Проблема зміни цінностей у глобалізованому суспільстві : Вітакультурний млин. Методологічний альманах. 2014. Модуль 16. С. 40-46.