

ЗМІ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ОСОБИСТІСТЬ І ПСИХОЛОГІЧНА ПРОФІЛАКТИКА ТЕРОРИСТИЧНИХ ПРОЯВІВ

Курсант 310 навчальної групи Юско В.В.

Науковий керівник: старший викладач кафедри кримінології та кримінально-виконавчого права, кандидат юридичних наук Миронюк Т.В.

Система масової інформації наразі є основним засобом формування суспільної свідомості.

В Україні, на жаль, є потенційні можливості й умови для активізації різних форм тероризму.

На мій погляд, головні причини тероризму полягають у людському факторі, психології окремих людей, які за будь-яку ціну намагаються керувати світом, мати надвладу тощо.

У зв'язку з цим актуальною є психологічна профілактика тероризму.

На практиці велику роль у психологічній профілактиці тероризму відіграє організаційно-правова сфера. Зокрема, засоби масової інформації щодо проблем поширення терористичних актів мають дуалістичний характер.

З одного боку, ЗМІ, які в пошуках сенсації викладають подробиці дій терористів, форм і прийомів вчинення терактів, призводять до швидкого поширення не лише вітчизняного «передового досвіду», а й міжнародного.

З іншого - саме ЗМІ володіють найміцнішими каналами впливу щодо запобігання терористичних актів.

Однією з головних причин, що породжують та сприяють поширенню у світі злочинів терористичного спрямування, дослідники вважають нестримну пропаганду ЗМІ насильства, смакування самого процесу вбивства, жорстокості.

На тлі економічного розшарування суспільства, зростаючого безробіття, ідейного хаосу, розмивання звичайних уявлень про добро і зло, посилюється схильність певних верств населення до використання силових засобів у вирішенні конфліктних ситуацій.

Особливого значення у використанні потужного впливу сучасних ЗМІ набуває здатність до висвітлення тем, пов'язаних із подоланням антисоціальних явищ.

На відміну від інших профілактичних програм ЗМІ здатні вплинути не лише на окремих індивідів, а й цілі соціальні групи чи навіть суспільство загалом.

Рекламні заходи посідають особливе місце у здійсненні психологічної профілактики терористичних проявів.

Використовуючи роль механізму переконання, реклама впливає на цінності та спосіб життя людини.

Невід'ємною частиною профілактичної роботи має стати інформування про роботу самих соціальних служб та інституцій.

Проте, необхідно зазначити, що успішними не можна вважати ніякі профілактичні заходи, якщо вони не будуть підтримані усіма громадськими та державними інституціями.