

ВПЛИВ ЗМІ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ (ПОЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ)

Кортяк Є.Ю.

Науковий керівник – ст. викладач Жидкова О. О.

Харківський національний університет радіоелектроніки
(61166, Харків, просп. Науки, 14, каф. філософії, тел. 702-14-65)

e-mail: yelyzaveta.kortiak@nure.ua

The article discusses the issues of the manipulation of mass consciousness in the information society. The author grounds the theoretical positions focused on the analysis of the manipulation phenomenon and considers the role of mass media in the process of manipulative influence. Problems of development of information and communication environment globally, in particular, determine the relevance of this article.

Демократичний процес неможливий без обміну інформацією. Важливе значення має політична інформація, тобто відомості, необхідні для прийняття рішень у сфері державної влади, а також здійснення відповідних дій. Інформацію необхідно розглядати і як передумову дій політичного суб'єкта, і як необхідний ресурс, що дозволяє досягати у політичній сфері тих чи інших цілей. Свідоме сприйняття, тлумачення та засвоєння інформації носить назву комунікації. У масових інформаційно-комунікативних процесах особливе місце належить засобам масової інформації (ЗМІ, мас-медіа). І саме ЗМІ мають широкий спектр засобів маніпуляції громадською думкою населення.

Саме слово «маніпуляція» має коренем латинське слово *manus* – рука (*manipulus* – жменя, від *manus* і *ple* – наповнювати). У словниках європейських мов слово тлумачиться як поводження з об'єктами з певними намірами, цілями [4, с. 12]. Маніпуляція пов'язана з цілеспрямованою дією на кого-небудь для досягнення заздалегідь запланованих результатів. Роль і значення маніпуляції стали усвідомлюватися в результаті широкого використання політичних технологій і завдяки вивченню так званого «масового суспільства» і «масової свідомості».

Маніпулювання свідомістю людей – одна з найбільш серйозних і широко обговорюваних проблем нашого часу. Її гострота пропорційна руйнівних наслідків маніпулятивних технологій в суспільстві, виявляються в деструкції прийнятих моральних норм, трансформації цінностей та ідеалів, поширення насильства, жорстокості та ін. Проблема знаходиться в полі зору різних областей знання (етики, політики, культурології, соціології, психології і т. п.), тому такий широкий спектр розгляду різних її аспектів: від товарного фетишизму до психології навіювання, від особливостей впливу на людей масової культури перед застосуванням соціально-інформаційних технологій як засобів маніпуляції громадською думкою.

Формуючи громадську думку, засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють в досвіді волю мільйонів, а з іншого – впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей. В Україні вони значно впливають на формування громадської думки населення. Це можна пояснити звичкою людей довіряти засобам масової інформації, які є основним джерелом суспільно-важливого інформування [2].

Мас-медіа не тільки інформують, розважають та просвіщають. Вони володіють маніпулятивно-управлінським потенціалом змінюючи установки, моделі поведінки та сприйняття дійсності.

Сьогодні політичний істеблішмент досконало оволодів технологією маніпулювання суспільною свідомістю. Наприклад, «мовне питання» та питання інтерпретації ряду історичних подій, як правило, загострюється перед початком виборчої кампанії. Крім того, коли необхідно відволікти населення від гострих соціально-економічних проблем, різко збільшується кількість розважальних ток-шоу, які витісняють з телеекранів та шпальт суспільно резонансні журналістські та соціологічні дослідження.

Як приклад універсальної маніпулятивної технології, яка широко й активно використовується в масових інформаційних процесах, може бути технологія формування й поширення образів. Суть її полягає в тому, що залежно від цілей і конкретних завдань маніпулятором формуються й поширюються заздалегідь «сконструйовані» образи конкретних осіб, організацій, ідей, програм тощо, які, як правило, неадекватно відбивають їх реальні найбільш важливі характеристики й, таким чином, дезорієнтують людей, на яких спрямоване інформаційно-психологічний вплив.

У цьому контексті образ (імідж) – це таке відображення сприйманого явища, при якому його ракурс навмисне зміщується за допомогою акцентування уваги тільки на певних сторонах явища. Сформований образ світу дозволяє істотно спростити у суб'єкта шкалу його оцінок суспільно-політичних явищ, наприклад: «біле-чорне», «добре-погане», «добро-зло» тощо. Нав'язується образ, який складається із пропонованих кліше-шаблонів, що лежать в основі соціально-політичних орієнтирів суб'єктів. Він створюється шляхом цілеспрямованих або, у деяких випадках, спонтанних дій за допомогою маніпулювання імперативними установками, на кшталт дихотомічного розподілу світу, використання «образа ворога», широкої пропаганди «самоочевидних» рішень (коли за «очевидні» видаються добре підтасовані факти) тощо.

Перелік посилань

1. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – Москва : Эксмо – 2006. – 436с. – [электронный ресурс] режим доступа: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul145.htm>

2. Дуцик Д. Політична журналістика / Д. Дуцик. – Київ: ВД "Києво-Могилянська академія", 2005. – 137 с.