

КРОЙТОР АРТЕМ ВІКТОРОВИЧ

Національний університет «Одеська юридична академія»,
доцент кафедри політичних теорій, кандидат політичних наук

ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

«Сиділи колись за залізною завісою, ловили кожну вісточку зі світу, – інформація була нашою здобиччю. Тепер ми – здобич інформації» так охарактеризувала у своєму романі «Записки українського самашедшого» сучасне постінформаційне суспільство Ліна Костенко [1]. Важко з цим не погодитись коли в умовах сучасного розвитку саме інформаційна картина світу визначає реальність усіх соціальних процесів, зокрема і політичних. Інформація впливає на поведінку індивідів, їх політичний вибір та визначає громадську думку, яка забезпечує або легітимність політичної системи, або спричинює її дестабілізацію.

Слід зазначити, що сучасні прийоми інформаційного впливу у демократичних суспільствах пов'язані з використовуються м'яких методів впливу на політичну свідомість громадян. Завдяки таким методам інформаційного впливу забезпечується формування відповідного інформаційного порядку денного, здійснюється підбирання потрібних повідомлення та приховування подій, що можуть негативно вплинути на кінцеву мету інформаційного потоку. Особливістю інформаційних посилянь у різних ЗМІ сьогодні є відсутність прямого висловлювання, або чіткої оцінки певній політичній події, явищу або особі. Проте інформація подається з прихованим підтекстом, що виділяє окремі елементи повідомлення, або ж приховується певні обставини, зокрема причини, що зумовили окремі політичні явища.

Таким чином формування інформаційного порядку денного не є свідомим вольовим актом, адже виникає внаслідок взаємодії різних інформаційних джерел, а в сучасному світі комунікацій їх потоки досить різноманітні. Отож під формуванням інформаційного порядку денного слід розуміти конкуренцію засобів масової інформації за аудиторію, завдяки ефективній мережі мовлення. Проте слід розуміти, що ЗМІ повинні забезпечити реалізацію сподівань аудиторії, адже в умовах коли інформаційні потоки не задовольняють прагнень споживачів інформації може формуватися негативне поле інформаційного порядку денного, у результаті чого інформація перестає сприйматися, що породжує кризу очікувань.

У випадку появи в ефірі несподіваної новини виникає інформаційний стрес, що порушує комплекс очікування і деформує порядок денний інформаційного впливу. У зв'язку з цим в інформаційному потоці зазвичай виокремлюється головна новина, яка тиражується в різних формах що б забезпечити її безперешкодне висвітлення.

Отож у інформаційний період встановлюється певна залежність між медіа та аудиторією. Адже з одного боку медіа висвітлюють низку

новин і прагнуть сформувати потрібний їм інформаційний порядок денний, а з іншої цей порядок денний повинен відповідати очікуванням аудиторії. Тому очевидно, що телеканали мають більш-менш сталу аудиторію яка об'єднана подібними політичними цінностями та світоглядом.

Публічна політика у інформаційному просторі базується на емоційному сприйнятті її населенням, для якого характерне буденне розуміння політичної реальності і емоційні судження про політичні процеси. Найбільш експлуатованою темою політиків є наступні емоційні стани людини: любов, страх, ненависть, почуття обов'язку та справедливості. Найчастіше до цих емоцій апелюють у період виборчих кампаній, адже вони стають базовими в розробці політичної реклами.

Маніпулювання передбачає прихований вплив на свідомість людини, через адресування відкритого повідомлення адресат отримує і закодований сигнал, що впливає на емоційне сприйняття інформації і забезпечує потрібне її сприйняття аудиторією.

Механізм маніпулювання завдяки ЗМІ полягає в тому, що по перше на телеканалах створюється хаотичний потік інформації, який на перший погляд не підлягає систематизації, проте має спрямування на чітко визначену аудиторію. Це можуть бути як розважальні шоу, певний підбір художніх та документальних фільмів, новини та інше. Завдяки цьому телеканали закріплюють за собою визначену аудиторію, що розділяє інформаційну політику телеканалу, який отримує значний кредит довіри своїх глядачів.

Наступник кроком є формування відповідного потоку новин, їх дозування та інтерпретація. В цей період аудиторія телеканалу отримує певні інформаційні меседжі про політичні події та явище, без прямої оцінки їх впливу на політичну систему, проте такі новини не підлягають критичному сприйняттю телеглядачів, вони сприймаються на віру.

Завершаючий етап полягає у розширеному обміні інформацією стосовно політичних подій, їх висвітленню у потрібному для інформатора ракурсі та остаточному формуванні політичної свідомості телеаудиторії.

Таким чином телеканалам вдається сформувати відповідний інформаційний порядок денний та вплинути на політичну свідомість громадян.

До важливих інформаційних технологій направлених на формування ставлення суспільства до окремих політичних процесів, явищ, подій, або ж політичних лідерів та партій можна віднести: інформаційне навіювання, формування та впровадження інформаційного порядку денного, створення інформаційного резонансу, приховану політичну рекламу, фрагментацію політичної події (порушення причинно-наслідкового принципу у висвітленні політичного процесу), політичну міфотворчість та апелювання до стереотипів у висвітленні подій, а також драматизацію певних політичних подій, або процесів.

Серед найчастіших методів, що використовуються у ЗМІ з метою маніпулювання громадсько свідомістю можна виокремити метод

семантичного маніпулювання, який з успіхом використовується у виборчих кампаніях. Суть даного методу передбачає підбирання слів, які викликають або позитивні або негативні асоціації, і таким чином впливають на сприйняття інформації (Станкевич).

Також важливим методом маніпуляції є відволікання аудиторії від певної інформації на користь нової, яка подається як більш значуща та сенсаційна.

Без критичної оцінки також сприймається інформація, яка вписується в контекст існуючих міфів і забезпечує формування нових суспільно-політичних міфів. Тому інформаційні політичні технології пов'язані з міфотворчістю широко використовуються в ЗМІ в сьогоденні.

Розглядаючи інформаційний порядок денний в мережі, слід зазначити, що на відміну від традиційних медіа, в мережі діє багато інформаційних порядків денних. Тому за великої кількості користувачів формується альтернативний порядок денний, що не залежить від редакційної політики і бажань медіа.

Таким чином у подальшому роль інтернет-комунікацій буде зростати у сфері політичної взаємодії політиків та електорату, а кількість інформаційних порядків денних буде зростати, збільшуючи інформаційний тиск на виборців. У такому інформаційному морі виборець втратить орієнтацію, що забезпечить трансформацію політичної свідомості громадян. У даних умовах класичні виборчі технології що діють на телебаченні зовсім втрачають свій вплив на аудиторію мережі.

Список використаної літератури:

1. Костенко Л. Записки українського самашедшого [Електронний ресурс] / Ліна Костенко – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rulit.me/books/zapiski-ukrainskogo-samashedshogo-read-194968-1.html>.
2. Парфенюк І. М. Соціальні мережі інтернету як засіб комунікації політичного лідера (на прикладі соцмереж президента України) [Електронний ресурс] / І. М. Парфенюк – Режим доступу до ресурсу: <https://www.google.com/search?>
3. Саєнко О. Г. Механізм інформаційно-психологічного впливу в умовах гібридної війни [Електронний ресурс] / О. Г. Саєнко – Режим доступу до ресурсу: <https://www.google.com/search?>
4. Ферейра Ж. Хто формує порядок денний в епоху інтернету? [Електронний ресурс] / Жіл Ферейра – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.ejo-online.eu/3648/media-i-politika/khto-formuye-poryadok-dennnyi>.

Ключові слова: інформація, маніпулювання, політичні технологія, громадська думка.

Ключевые слова: информация, манипулирование, политические технологии, общественная мысль.

Key words: information, manipulation, political technology, public idea.