

В.В. Буркут, магістрант,
Воронкова В.Г., д. філос. н., проф. – науковий керівник
Запорізька державна інженерна академія

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Інформація завжди впливала на оновлення життя, розвиток суспільства, у тому числі на політичне життя, обумовлюючи пошук нових підходів, рішень. Історії відомо немало ситуацій, коли під безпосереднім впливом поширеної ЗМІ інформації (дезінформації) владні структури, відповідальні посадові особи змінювали свою позицію, приймали серйозні політичні рішення. Але поширенішим і значущішим є їх опосередкований вплив на погляди, настрої, переконання широкого загалу громадян, на формування громадської думки. Сьогодні роль засобів масової інформації з кожним роком підвищується.

Основними каналами вияву громадської думки вважаються: референдум, опитування населення, збори, маніфестації, всенародні обговорення, але у той же час громадська думка сама формується під впливом багатьох факторів як стихійно, так і цілеспрямовано. У сучасних суспільствах громадська думка зазнає інформаційно-психологічного впливу багатьох соціальних інститутів

Найбільшу роль у формуванні й поширенні громадської думки відіграють засоби масової інформації – сукупність сучасних каналів зв'язку за допомогою яких поширюється різноманітна інформація у суспільстві. Формуючи громадську думку, засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють досвід і волю мільйонів, а з іншого – впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей

В Україні вони також значно впливають на формування громадської думки населення. Це можна пояснити звичкою людей довіряти засобам масової інформації, які є основним джерелом суспільно-важливого інформування. Звісно, що до читача, глядача чи слухача ЗМІ лівова частка інформації потрапляє у вторинному вигляді, й містить авторську оцінку ситуації, події, яка нав'язується аудиторії. Обтяжений щоденними проблемами й турботами пересічний громадянин сучасного інформаційного суспільства, перетворюється у зручну мішень для інформаційного впливу, схилиючись до заданої певною соціальною групою суб'єктивної точки зору, вміло поданої за допомогою ЗМІ.

Під політичною рекламою як феноменом виборчого процесу розуміють інформацію про кандидата, котра спонукає виборців віддавати за нього голоси й специфікою якої є емоційність, образність, лаконічність, виразність, повторюваність.

Р. Харріс називає основні цілі політичної реклами: знайомство з виборцями так, щоб вони запам'ятали кандидата; повідомлення проблем, які останній вважає найважливішими; створення іміджу; викладення позиції кандидата.

Він оцінюючи ефективність політичної реклами, стверджує, що відносно мало політичних рекламних кліпів справді впливають на свідомість так, щоб виборець змінив власний вибір. Політична реклама радше допомагає кристалізувати вже наявні настанови виборців. Також багато рекламних кліпів призначено для тих, хто вагається й кого важливо тримати в колі своїх прихильників. Загалом спостерігається тенденція до збільшення ваги політреклами у виборчій кампанії і, як наслідок, збільшення витрат кандидатів

Є також інші елементи медіа-конструювання під час виборчих кампаній. Наприклад, на виборців впливають стиль і зміст редакційних статей, у яких неодмінно простежується певний суб'єктивний підхід до висвітлення подій виборчої кампанії. Дж. Беєр описує нетрадиційні джерела новин у президентських виборчих кампаніях, приміром, ток-шоу, вечірні комедійні шоу, музикальні мережі.

Таким чином, дослідження значимості діяльності ЗМІ є незаперечно актуальними. Реальний вплив ЗМІ на суспільне життя відбувається шляхом інформування про політичне, соціальне, культурне життя держави через випуск наукових, періодичних видань, трансляцію наукових, пізнавальних передач, новин та ін. Такий вплив може бути як позитивним (формується правосвідомість та правова культура, виробляється об'єктивна оцінка ситуації тощо), так і негативним (дезорієнтація, розповсюдження «міфів», зростання громадського невдоволення, посилення суспільної депресії, байдужості, апатії тощо).

ЗМІ у своєму арсеналі має багато засобів, за допомогою яких може здійснювати маніпулювання громадянською свідомістю, створювати «уявну реальність», тому надзвичайно важливим є вироблення систем заходів гарантування та забезпечення дотримання журналістами своїх нормативно закріплених обов'язків, зокрема обов'язку подавати для публікації об'єктивну і достовірну інформацію.

Список використаних джерел:

1. *Політологія : Навчальний посібник / Бабкіна О. В., Горбатенко В. П. - К.: ВЦ, 20014.- 568 с.*
2. *М. Т. Дзюба. Роль засобів масової інформації в формуванні громадської думки//Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – Київ: 20016 р., с. 77 – 81.*
3. *Паніна Н. Українське суспільство: соціологічний моніторинг / Н. Паніна. – К. : ТОВ «Видавництво Софія», 2015. – 160 с.*