

Психологічні механізми впливу ЗМІ на цільову аудиторію

Засоби масової інформації

- ▶ Це різновид медіа, що орієнтовані на одночасну передачу інформації великим групам людей. Включають засоби передавання, зберігання та відтворення інформації, такі як преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, мультимедійні центри. Всім цим засобам притаманні спільні якості — звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний зміст виробництва і розповсюдження інформації.

Маніпуляція

- ▶ ЗМІ – це установи, створені для відкритої, публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різних відомостей будь-яким особам – це відносно самостійна система, що характеризується множинністю тридцятимільйонних елементів: змістом, властивостями, формами, методами й певними рівнями організації (у країні, регіоні, на виробництві).
- ▶ Найголовніші особливості ЗМІ – це публічність, тобто необмежене коло користувачів; наявність спеціальних технічних приладів, апаратури; непостійний обсяг аудиторії, що змінюється залежно від виявленого інтересу до тієї або іншої передачі, повідомлення, або статті.
- ▶ ЗМІ через вплив на суспільство в цілому впливають на кожну людину окремо, формуючи певні однакові емоції й дії.

Два основних напрямки впливу ЗМІ на формування суспільної думки:

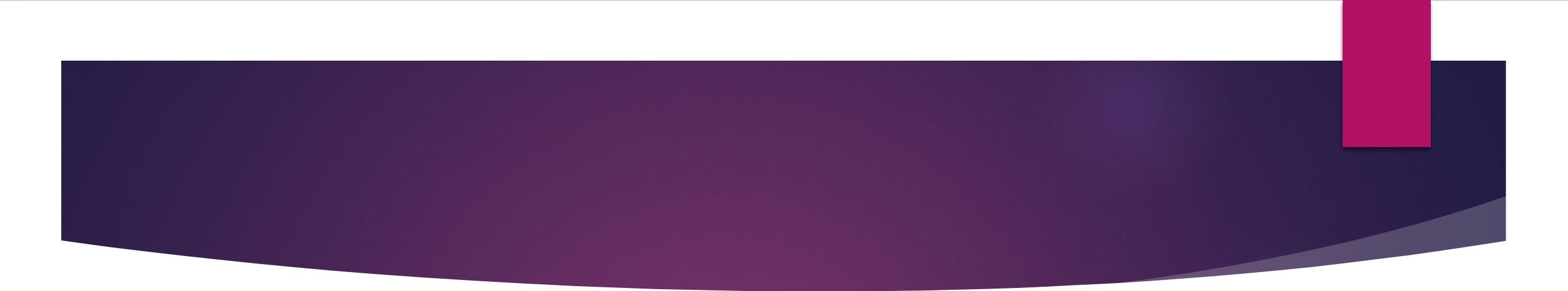
- ▶ Семантичне маніпулювання, що припускає ретельний відбір і спеціальне компонування понять, що викликають, або позитивні, або негативні асоціації, що дозволяє впливати на сприйняття інформації. Оскільки метод заснований на певних асоціаціях, дозволяє легко вплинути на людину в силу її звичок і переконань.
- ▶ Формування стереотипів. Стереотипи формуються під впливом двох факторів: без свідомої колективної переробки й індивідуального соціокультурного середовища, а також, безумовно, при цілеспрямованому ідеологічному впливі за допомогою ЗМІ. За допомогою стереотипів легко маніпулювати свідомістю людини, оскільки стереотип тісно пов'язаний із життєдіяльністю суспільства в цілому й конкретних груп людей, зокрема.

Етапи механізму формування суспільної думки:

- ▶ Сприйняття інформації (об'єктивної, суб'єктивної, тенденційної й т. д.) на рівні окремих людей.
- ▶ Висновки й оцінки індивідуума на основі наявних знань, досвіду, вміння аналізувати, рівня інформованості.
- ▶ Обмін інформацією, висновками, дискусії з іншими людьми
- ▶ На цій основі, формування певної думки невеликої групи людей.
- ▶ Обмін між невеликими групами й формування думки соціального шару.
- ▶ Виникнення загальнонародної думки.

Соціальна значущість передаваної інформації.

- ▶ Зміст інформації, що передається по засобах масової комунікації, робить великий вплив на масову аудиторію в найрізноманітніших формах. Дія інформації залежить від того, наскільки вона відповідає соціальним запитам аудиторії і наскільки інформація, що поступає із засобів масової інформації, регулярна. "Треба відзначити, що тепер засоби масової інформації самі здатні формувати і культивувати соціальні запити аудиторії". Разом з соціальною актуальністю смислової інформації велике значення має оцінна інформація. Одержувач інформації вільно або мимоволі чекає оцінну інформацію.

- 
- ▶ Очікування оцінної інформації від ЗМІ пояснюється тим, що вони як соціальні інститути мають статус офіційного джерела інформації, до якого масова аудиторія має високий ступінь довіри. Істинність смислової інформації важко перевірити, тому аудиторія чуйно прислухається до інформації, яка, як їй здається, відображає домінуючі тенденції в суспільстві. Оцінна інформація багато в чому сприяє формуванню громадської думки.

Основні маніпулятивні технології в системі масових комунікацій

- ▶ Одним з найчастіших прийомів маніпуляції, що зустрічаються, в ЗМІ є спотворення інформації. Тоді як Е. Доценко досліджує такі конкретні прийоми як підтасовування фактів або зсув по семантичному полю поняття, С. Кара-Мурза виділяє: фабрикацію фактів, маніпулятивну семантику, спрощення, стереотипізацію. Майже завжди спотворена інформація використовується разом з відповідним способом подачі. Тут ми відзначимо такі прийоми як твердження, повторення, дроблення, терміновість, сенсаційність, а також відсутність альтернативних джерел інформації.

Фабрикація фактів (пряма брехня)

- ▶ І політики, і діячі сучасної преси часто заявляють, що преса не використовує прямої брехні - це і дорого, і небезпечно. У різних варіантах повторюється такий афоризм: "Який сенс брехати, якщо того ж результату можна добитися, ретельно дозуючи правду?". О. Моль пише, що спотворення реальності досягається частіше через процес "кумуляції дрібних відхилень, що відбуваються завжди в одному і тому ж напрямі, чим рішучих, впадаючих в очі дій. "Honesty is the best policy" - завжди набагато вигідніше бути чесним, якщо йдеться про факти, чим їх свідомо замовчувати". Підкреслюється також, що малі зрушення, що приводять до "поляризації" потоку повідомлень, повинні бути нижче за поріг семантичної сприйнятливості середнього одержувача.

Принцип замовчання інформації

- ▶ Одне з найважливіших правил маніпуляції свідомістю свідчить, що успіх залежить від того, наскільки повно вдалося ізолювати адресата від стороннього впливу. Ідеальною ситуацією для цього була б тоталітарність дії - повна відсутність альтернативних, не контрольованих джерел інформації і думки.
- ▶ Складність виконання цього правила перш за все в тому, щоб створити у адресата ілюзію незалежності, ілюзію плюралізму каналів інформації. Для цього створюється видимість різноманіття ЗМІ за типом організацій, політичним забарвленням, жанрами і стилями - за умови, що реально вся ця система підкоряється єдиним головним установкам. Ідеальний випадок - коли вдається створити (точніше, допустити створення) радикальних опозиційних джерел інформації, які, проте, обмежують свою інформаційну боротьбу з режимом питань, які не зачіпають суті головних програм маніпуляції.

Твердження і повторення

- ▶ Спрощення дозволяє висловлювати головну думку, яку потрібно вселити аудиторії, в "короткій, енергійній і вражаючій формі" - у формі твердження. Твердження в будь-якій мові означає відмову від обговорення, оскільки влада людини або ідеї, яка може піддаватися обговоренню, втрачає всяку правдоподібність. Це означає також прохання до аудиторії, до натовпу прийняти ідею без обговорення такої, якою вона є, без зважування всіх "за і проти" і відповідати "та" не роздумуючи.
- ▶ Повторення надає твердженням ваги додаткового переконання і перетворює їх на нав'язливі ідеї. Чувши їх знов і знов, в різних версіях і з різних приводів, врешті-решт починаєш проникатися ними. Будучи нав'язливою ідеєю, повторення стає бар'єром проти думок, що відрізняються або протилежних.

Сенсаційність

- ▶ Підготовка сенсації - копітка і дорога робота, яку виконують професійні фахівці. Чудове те, що подана у вигляді сенсації на телебаченні інформація, зі всіма репортажами з місця події, інтерв'ю в прямому ефірі і т. д., як правило, принципово спотворює подію, що відбулася. Це наголошується в спеціальній літературі по даній темі. Але це і не важливо, важливий ефект, ради якого запускається сенсація. При цьому глядач зачарований саме тим, що він спостерігає "несподіване", невідібраний життєвий матеріал, так що між ним і реальністю немає ніякого посередника. Ця ілюзія достовірності - сильна властивість телебачення.