

БЛОГЕРСТВО, МЕДІА, ГРОМАДСЬКА ДУМКА: ДЕТЕРМІНАТИВНІ ЗВ'ЯЗКИ ТА ВІДНОШЕННЯ

Ніна Степаненко

*кандидат філологічних наук, доцент
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
E-mail: stepanenko_nina@ukr.net*

Блогерство – прогнозований продукт видозміни буденного та застарілого механізму передачі інформації через простір радіо, газет і навіть телебачення. Такого нововведення потребували, а нерідко й вимагали суспільні пертурбації, а особливо молоде покоління, яке прагнуло модерних, підлаштованих під його інтереси змін. Цілком закономірно поряд із класичними, з уже утрадиційненими сучасними видами журналістики постав і блогінг із його специфічними впливами на все, чим живе світ.

Людину постійно охоплюють мережеві потоки різнопланової інформації, яка шириться з неймовірною швидкістю. Різні за змістом та силою рецепційної дії інформаційні матеріали неоднаково впливають на читачів. Цей тип особистісно-суспільної детермінації залежить від різних чинників, передусім освіченості людини, типу її мислення, рівня зрілості, ступеня стресостійкості та емоційної готовності. Вони визначають те, яким буде здійснюваний вплив – негативним чи позитивним. Вирізнений феномен потребує регулярного вивчення та моніторингу, адже інформація, яку ми творимо і сприймаємо, щоразу відчутно еволюціонує відповідно до новітніх тенденцій та запитів суспільства. Зміни в навколишньому середовищі провокують у соціумі нові стратегії і тактики, які визначають радіус поширення, технологію оформлення, зрештою, зміст, тобто контекст в повному його обсязі, самої інформації. Вона ж, перманентно трансформуючись, удосконалює, переінакшує свій вплив на користувачів.

Саме поняття інформаційно-психологічного впливу вже тривалий час суттєво не змінюється, воно відповідає дефініційним канонам, які випрацювали й кодифікували вітчизняні та зарубіжні вчені. У загальноприйнятому витлумаченні інформаційно-психологічний вплив – це вплив поширювача інформації на свідомість і мислення окремої людини або певної соціальної групи для свідомого чи несвідомого внесення змін у погляди та думки різнокатегорійних реципієнтів.

Основним інструментом у так званій модифікації думок і свідомості людей є маніпуляція у вигляді навіювань та переконань, яка базується на аргументах, фактах, офіційних або неофіційних твердженнях, але водночас має власні аспекти впливу: Наміри та логічність переконання зазвичай доступні інтелектуальному кодові об'єкта впливу. Для ефективного процесу переконання характерне вживання зрозумілих, відомих, навіть привабливих

адресатові фактів. Процес переконання, про який ідеться, має базуватися на синтезованій відповідно до конкретних засад, зрозумілій та доступній для сприйняття інформації, до того ж із певними загальними, а в окремих ситуаціях й універсальними пропозиціями. Одна з визначальних умов його реалізації – відсутність корелювання із сумнівними, дискусійними та спірними тезами, зокрема тими, які реально й потенційно запрограмовані на конфлікт. Актуалізованим у момент переконання фактам варто надавати емоційної конотації, спектр якої досить розлогий. Завдання полягає в тому, щоб вибрати з низки можливих пейоративних чи меліоративних конотацій найдоречніші.

Щодо основної технології навіювання як найпромовистішого репрезентанта маніпуляції, то вона полягає в тому, що цільова аудиторія обирає суб'єкт, який є індіферентним стосовно критичного сприйняття інформації. Ознаками цього процесу є: 1) планомірність та плановість використання; 2) точність у виборі об'єкта навіювання (мовиться про вибірковий вплив на окремих людей, на ті або ті групи суспільства); 3) чіткість та запроєктованість поведінки учасників процесу.

Інформаційно-психологічний вплив спрямований на індивідуальну чи групову свідомість набором чітко регламентованих засобів, які провокують видозміну думок, сприяють переформуванню світогляду, корегуванню стереотипів та загалом свідомості людей, певною мірою контролюють їхню поведінку, впливають на когнітивний механізм, аксіологічні потенції і адекватну реакцію, отже, й на поширювану або навіть тиражовану інформацію, що відповідає запитам адресанта.

Сам процес інформаційно-психологічного впливу специфічний, позаяк наповнений особливими емоційними модусами, здатними суттєво впливати на перебіг будь-чого. У ньому діє насамперед механізм запам'ятовування і сприйняття, а вже потім мислення. Людина сприймає інформацію частково або взагалі не сприймає її і не бере конкретної участі у формуванні яких-небудь узагальнень, пропозицій, рекомендацій, не говорячи вже про положення засадничого статусу. Обдумування осягненої інформації відбувається пізніше, коли починає діяти пізнавальна активність людини. Рівень результативності аналізованого впливу залежить від багатьох чинників, основними з-поміж яких є такі:

1. Суть інформаційного матеріалу, а саме: змістова точність, актуальність, доступність і суспільна значущість.

2. Психо-емоційний стан: апатія, байдужість, страждання та пригнічений стан людини не дають усвідомленого та ефективного сприйняття інформації, отже, дія інформаційного впливу на людину не є догматичною. Рівень автоматизму у зворотному зв'язкові людей поєднаний зі ступенем розуміння та аналітичного сприйняття поліінформаційних матеріалів.

3. Часовий інтервал між впливом та очікуваною реакцією: за умови тривалішого часового інтервалу автоматизм реакції знижується, унаслідок чого посилюється активна розумова діяльність об'єкта інформаційного впливу.

Важливо наголосити на такій важливій особливості маніпулятивного впливу, як «невидимість» його в очах «споживачів» інформації. Ідеться про те,

що людина здебільшого не помічає і не сприймає цього впливу як загрозу, а отже, стає, за твердженням багатьох дослідників, відкритою, доступною, незахищеною жертвою для маніпуляторів, пропагандистів, шахраїв, які використовують беззахисність у своїх корисливих цілях.

Засіб впливу інформаційних пропагандистів та маніпуляторів, який відіграє вагомий роль у поведінці людини, називають установкою. Вона керує основною траєкторією думки людини, корегує ту чи ту подію, ситуацію. А це все спричиняє зміни у свідомості, світогляді, сутнісно впливає не лише на особистість, а й на громадську думку. Саме установка регулює не обмежений локативними координатами рух дій і водночас координує спосіб мислення індивіда. Найсильнішими за впливом є політичні установки. Вони служать надійним підмурком для конституювання інших видів установок і для формування політичної позиції окремої людини, соціальних груп, зрештою, цивілізації загалом.

РЕГІОНАЛЬНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ДОСВІД «СУСПІЛЬНЕ ЖИТОМИР»

Тетяна Струтинська

асистентка кафедри журналістики,

Прикарпатський національний університет

імені Василя Стефаника

E-mail: strutynska.tania96@gmail.com

З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну, український медіаландшафт зазнав значних змін, включаючи регіональні телеканали, які стали критично важливими для інформування населення про поточну ситуацію в країні та регіоні. «Суспільне Житомир» – регіональний телеканал, який розпочав своє мовлення у 1992 р., канал швидко завоював популярність поміж мешканців Житомирської області. Відзначимо, що телеканал активно відреагував на нові виклики, продовжуючи свою місію інформування громадян Житомирщини у складних умовах воєнного часу. Починаючи з перших днів вторгнення, канал зіштовхнувся з необхідністю швидко адаптувати свої формати мовлення, контент і робочі процеси. Підкреслимо, що однією з найважливіших функцій «Суспільне Житомир» в умовах війни є надання оперативної інформації про ситуацію в регіоні. Зважаючи на те, що Житомирська область з перших днів війни опинилася під загрозою атак та обстрілів, телеканал став основним джерелом актуальних новин для мешканців регіону. Досліджено та виокремлено головні проблемно-тематичні вектори у новинному етері телеканалу «Суспільне Житомир» (за період від 24.02.22 – 24.10.24 р):