

ФОРМИ, СПОСОБИ І ПРИЙОМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В РОБОТІ ФАХІВЦЯ ЗІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

До основних суб'єктів формування громадської думки належать органи державної влади, місцевого самоврядування, інститути громадянського суспільства – політичні партії, рухи, організації, об'єднання, різні лобістські асоціації. Кожен із цих суб'єктів використовує власні сили та засоби для впливу на громадську думку. Але алгоритми технологій формування громадської думки універсальні та підходять будь-яким суб'єктом у різних ситуаціях [2]

Основними формами інформаційного впливу є [1]:

вербальна комунікація - це інформаційний вплив, здійснюваний шляхом передачі через станції мовлення різних повідомлень і програм;

вплив друкованими засобами - розповсюдження друкованої продукції, а також публікації матеріалів у вітчизняних та іноземних ЗМІ. Ця форма інформаційного впливу має такі важливі особливості, як доступність, наочність, розмаїтість видів, здатність впливати на різноманітні масові аудиторії. Основними видами є листівки, газети, журнали і брошури;

вплив образотворчими засобами – це вплив за допомогою наочних засобів, що несуть сильний емоційний заряд. Для цього використовують художньо оформлені плакати, транспаранти, фотостенди, стінні газети і карикатури, карти, схеми, спеціально організовані виставки, а також інші засоби (наклейки, нашивки, сувеніри з відповідною символікою);

вплив за допомогою радіо та телебачення – трансляція відповідних радіо- і телепрограм

здійснення впливу за допомогою мережі Інтернет, мобільного зв'язку – Інтернет є не тільки каналом вираження суспільної думки, а й основним інструментом її формування. Його суттєва роль в інформаційному просторі обумовлюється широким охопленням аудиторії, швидкістю передачі інформації, інтерактивністю процесу передачі, а головним чинником є доступність. Розвиток засобів інформаційних технологій у сучасному світі досяг такого рівня, який дозволяє управляти поведінкою та діями великої кількості людей, формувати їхні думки про світ та конкретні факти, події, явища, процеси соціальної дійсності.

Суспільство України інформується про політичні події, що відбуваються, але таке інформування не завжди здійснюється належним чином. Через мережу Інтернет населення отримує інформацію, яку подекуди неможливо перевірити. Тим самим перед членами суспільства постає вибір: вірити чи ні таким повідомленням

До особливих способів і прийомів інформаційного впливу відносяться [1]:

дезінформування – діяльність щодо доведення до споживача неправдивої (повністю або частково) інформації, яка зумовлює прийняття ним вигідних для комунікатора рішень та вжиття заходів;

маніпулювання - спосіб інформаційного впливу, націлений на зміну напряму активності інших людей, здійснюваний настільки мистецьки, що залишається непоміченим ними;

чутки - це специфічний вид інформації, що з'являється спонтанно серед певних прошарків населення, або розповсюджується спеціально для впливу на суспільну свідомість. Використання чуток в інтересах інформаційної війни - це поширення інформації, вигідної джерелу. Інструментом поширення слугують не тільки окремі активні особи, російське телебачення, але й інформаційні повідомлення, які подаються в друкованій пресі, - листівках та передачі місцевих кабельних операторів;

міфи - це така інформація, що пояснює походження й подальше перетворення тих чи інших явищ винятково на основі вигаданих подій. Осмислення людиною навколишньої дійсності за допомогою міфів базується не на наукових знаннях, а на вірі й переконаннях представників конкретної культури, етносу, соціальної групи.

Список літератури

1. Волошина Н.М. Інформаційний вплив на громадську думку українського суспільства / Н.М. Волошина, С.В. Череватий // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. - № 2(23). - 2015. - с.144-148
2. Калініченко Б.М. Формування громадської думки як чинник забезпечення успіху в інформаційній війні / Б.М. Калініченко // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. - 2020. - Вип. 27. - с.69-74