

МАНІПУЛЯЦІЙНИЙ ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ ТА ВИБОРУ ЛЮДИНИ

Вплив ЗМІ на свідомість людини й суспільства інформаційної доби змушує замислитися над тим, що мас-медіа стають не тільки засобами, які приносять інформацію, а й засобами, що ведуть до тотального контролю над думками та програмують поведінку людини. Філософи з різних світоглядних позицій осмислюють проблему маніпуляції свідомістю: одні вважають, що маніпуляція свідомістю заради блага людини – не тільки припустима, а й порівняно з прямим насиллям – прогресивний крок у розвитку людства; інші вважають, що свобода волі людини, яка дозволяє зробити вибір, хоч і часто помилковий, – велика цінність. Але, на наш погляд, маніпуляція свідомістю веде до руйнування особистості, зомбування та роботизації людей, тому важливим є встановлення контролю з боку громадськості над засобами масової інформації з метою недопущення використання методів контролю за суспільною свідомістю.

Не зважаючи на кількісний ріст числа користувачів Інтернету, нині телебачення має найсуттєвіший вплив на суспільство. Він базується на тому, що більшість населення дивляться телепрограми щоденно. А вони задають певні часові ритми для глядачів, спонукаючи їх до регулярності перегляду передач, програмуючи режим проведення дозвілля. При складанні програм адміністрації телеканалів намагаються так чергувати розважальні програми з політичними новинами, щоб якомога більше утримати увагу глядача, який дивиться підряд розважальні, політичні програми, кіно і т.д. Усе це спрямоване на формування «багатошарової» свідомості глядачів, які перестають під впливом потоку інформації встановлювати взаємозв'язок подій, зіставляти факти.

Здатність мас-медіа виділяти окремі елементи із загальної маси культурних явищ, надаючи їм особливої ваги, підвищуючи їхню цінність, використовують сучасні рекламодавці. При цьому вони часто спираються на міфи, насамперед, про свободу особистого вибору. Натомість реклама є одним із самих буденних і непомітних видів маніпуляції свідомістю, якій піддається щоденно кожна людини. Рекламні ролики переривають телефільми, рекламою заповнені газети і журнали, рекламу нав'язує Інтернет.

Комерціалізація ЗМІ посилила їхню залежність від рекламодавців. Мас-медіа, які здатні виробляти високорейтингові програми і підтримувати у цільової аудиторії активні споживацькі настрої, отримують від реклами значні прибутки. Часто журналістські матеріали є лише формою для реклами тих чи інших товарів і послуг. Такою може бути інформація про

туризм і подорожі, банківські послуги, нові біодобавки, технології у косметології тощо. Газети, радіо і телебачення, сайти в Інтернеті через рекламу втягуються у сферу ринкових відносин. Видавництва, медіа-холдинги, телеканали і радіостанції стають об'єктом бізнесу, сервісними службами, які надають послуги своїм клієнтам.

Засоби мас-медіа створюють особливий аудіовізуальний світ, вплив якого відчуває кожна людина. А це змушує замислитися про відповідальність ЗМІ перед суспільством, адже їхній вплив досить часто використовують для дезінформації та відкритого обману населення. Однією з причин цього є безмежна віра людей у газетну, радіо – і телеінформацію, яка рекламує чудо-ліки, фінансові піраміди, зміну зовнішності як спосіб вирішення своїх проблем. Культура сучасного світу формується електронними ЗМІ, зорієнтованими на максимальний прибуток. У різні історичні часи цінності та рольові моделі визначали міфи, релігійні норми, але тільки з появою телебачення цей вид медіа стає потужною культурною силою, яка впливає на зміну цінностей у суспільстві та нав'язує стандарти споживацького суспільства.

В умовах посилення впливу мас-медіа влада над людиною стає невидимою на перший погляд, але всеосяжною. Влада оволодіває будь-якою інформацією і проникає в свідомість у формі як наукових, так і розважальних програм і при цьому виходить з-під контролю громадськості. Хоч сучасні засоби масової комунікації акумулюють усі інші види техніки, за допомогою яких висвітлювалися події, хоч фотографування поєднується з репортажем та оцінкою, проте принцип монтування приводить до такої селекції та інтерпретації фактів, що навколишній світ постає видуманим, ілюзорним, тобто симулякром. Не тільки шоу, але й політичні репортажі стають інсценуваннями. Контроль над засобами масової інформації дає можливість продукувати нову систему суспільних цінностей і сприйняття людей, що приносить значні дивіденди через організацію контролю усіх сфер суспільного життя з боку держави за допомогою інформаційних технологій.

*Науковий керівник: Ороховська Л.А.,
д-р філос. наук, доцент*

УДК 1 (091) (043.2)

Чочуа А.Г.

Національний авіаційний університет, Київ

РЕЛІГІЙНА БЕЗПЕКА ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ

Сучасний світ є мультикультурним, адже він поєднує нації, культури, релігії, народи, етноси і держави як глобальне ціле. Кожна людина є неповторною, важливою та цікавою, а культурні утворення допомагають людям осягнути і знайти себе у бутті. Знищуючи культурні феномени, ми