

## **ВПЛИВ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ**

Однією із складових соціальних функцій ЗМІ є формування громадської думки, а, отже – вплив на аудиторію. Окремі соціальні групи, що стоять при владі і мають у своєму розпорядженні мас-медіа, отримують потужну зброю ідеологічного впливу на суспільство. Ми вже маємо наочні приклади того, як використовувалися засоби масової інформації тоталітарними режимам. Але це стосується, головним чином, маніпуляції настроями пересічних громадян. Вплив ЗМІ є невід’ємною частиною демократичних процесів, адже інформація завжди впливала на розвиток суспільства та оновлення життя.

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. Це можна пояснити звичкою аудиторії 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 тій же аудиторії. Обтяжений щоденними проблемами й турботами пересічний громадянин сучасного інформаційного суспільства, перетворюється у зручну мішень для інформаційного впливу, схиляючись до заданої певною соціальною групою суб’єктивної точки зору, вміло поданої за допомогою ЗМІ. На цьому фундаменті виростає досить цікава й композиційно багата надбудова, що включає теледебати, політичну рекламу, редакційні статті, ток-шоу й ще низку менш помітних деталей на кшталт псевдоподій чи фальшивої політичної реклами. Сучасні ЗМІ перетворилися в один із найголовніших інструментів маніпулювання громадською думкою. Використання преси, радіо та ТБ, наприклад, для політичного маніпулювання сьогодні становить найбільшу небезпеку для громадян, а іноді й державного ладу.

Громадська думка завжди була і є важливою складовою суспільства, тому небайдужим громадянам слід підвищувати свою грамотність як споживача ЗМІ, що дозволить йому контролювати і звести до мінімуму негативний вплив з боку мас-медіа.

*Науковий керівник: Ісхакова Н.Г., к. політ.н., доцент*