

методичного забезпечення соціологічних досліджень способу життя малодоходних груп, головним чином осіб немолодого віку в громаді. Дослідники наголошують на методологічному значенні концепції активної соціальної політики на місцевому рівні, що зв'язується з впливом на низькодохідні групи і виведення їх з бідності. При цьому недостатню увагу надається шляхам і методам їх активізації для самостійного виходу. На наш погляд, в роботах переважає державне бачення зверху вниз, пов'язане з адмініструванням ресурсами, яке сформоване ще в умовах радянського підходу. При цьому відчувається явний дефіцит підходу знизу до верху, що відображає опозиційну точку. Така суперечність пояснюється синкретизмом понять «соціальний захист» і «соціальна робота» [1; 3].

Робота в громаді відрізняється від роботи в соціальній службі. В зарубіжній практиці соціальний захист – це функція спеціальних державних структур і їх службовців по перерозподілу сукупного суспільного блага в рамках принципу соціальної справедливості. В той же час соціальна робота – це в деякому розумінні опозиція, рух знизу самих громадян в питаннях дотримання і захисту прав людини, яку всебічно підтримують соціальні працівники. Звідси така варіативність в термінології, що позначає професійну приналежність соцпрацівників у громаді як соціальних аніматорів, соціальних або сусідських організаторів (модераторів), комунальних соціальних працівників тощо.

Короткий аналіз основних публікацій з проблематики соціальної роботи в місцевому співтоваристві як інструмента підвищення якості життя за місцем проживання дозволяє зробити наступні **висновки**. Дана проблема розробляється фахівцями різних напрямів – соціологами, політологами, соціальними працівниками, геронтологами, психологами, при цьому зближуються міждисциплінарні позиції, а теоретичні дослідження далеко не завжди спираються на емпіричні розробки. Місцеві системи і програми організації соціальної роботи не достатньо скоординовані з погляду дій різних суб'єктів управління і залишаються слабо розробленими. Наявні проблеми соціальних технологій роботи з неформальними, малими групами, відсутнє економічне обґрунтування добровільних мереж підтримки за місцем проживання.

Список використаних джерел

1. Безпалько О. В.. Соціальна робота в громаді. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 184 с.
2. Семігіна Т. Робота в громаді: практика й політика. Київ : КМ Академія, 2004, 180 с.
3. Слосанська Г.І. Теорія і практика професійної підготовки майбутніх соціальних працівників до роботи у територіальних громадах [Автореферат] : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.05, 231 ; М-во освіти і науки України, Терноп. нац. пед. ун-т ім. Володимира Гнатюка. – Тернопіль, 2019. 687 с.

Кармазин А.

суддентка III курсу

юридичного факультету

Тернопільського національного

економічного університету

Науковий керівник: к. психол. н., доцент

кафедри психології та соціальної роботи ТНЕУ

Бригадир М.Б.

МАС-МЕДІА ЯК КАНАЛ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬСТВО

Демократичне суспільство, свобода слова і вибору, вільна думка та право на її висвітлення – це наше з вами ХХІ століття. Та чи так це насправді? Ми дійсно керуємося своїми власними принципами і переконаннями, чи піддаємося непомітному впливу когось і чогось?

Давно ні для кого не секрет, що засоби масової інформації (ЗМІ) стали провідним інструментом для розповсюдження повідомлень, що впливають на суспільну свідомість. За

рахунок мас-медіа інформація поширюється в маси. Вони пропагують, нагромаджують і впевнено керують підсвідомістю суспільства. Сучасна людина не може ухилитися від маніпулятивного впливу ЗМІ.

Маніпулювання – це спосіб психологічного впливу, спрямований на зміну напряму активності аудиторії, її ідей, думок, поглядів тощо, який залишається непоміченим. Маніпуляції можуть застосовуватися до текстів, виступів, аудіо-, відео-, фотоматеріалів [2, с. 6].

Маніпулювання здійснюється за трьома рівнями: 1) підсилення існуючих ідей, установок, цінностей, мотивів, норм у свідомості людей, які вигідні маніпулятору; 2) часткова зміна емоційного сприймання фактів, інформаційних повідомлень; 3) цілковита зміна життєвих настановлень через поширення серед середовища сенсаційних, драматичних, важливих повідомлень, які зачіпають первинні інстинкти та потреби населення.

Процес маніпуляції масовою свідомістю через ЗМІ проходить ряд фаз: 1) формування бази – аналіз інформації із першоджерела та внесення відповідних правок (мета яких проманіпулювати масовою свідомістю); 2) впорядкування змісту інформації; 3) організація процесу надходження інформації до споживача – трансляція; 4) подача інформації – процес, який характеризується активним включенням психічних механізмів споживача інформаційного продукту (саме з цієї фази відбуваються зміни в системі настановлень і ціннісних орієнтацій споживачів інформаційного контенту); 5) пост фаза – споживання результатів маніпуляції, післядія на свідомість аудиторії. Включення механізмів, які сприяють процесу маніпуляції відбуваються на фазах передачі і споживання. На пост фазі здійснюється мимовільне накопичення та засвоєння інформації, яка непомітно впливає на свідомість, що дає позитивний результат для наступних епізодів маніпуляцій [4].

Ефективність маніпулятивних дій визначається числом суб'єктів, які піддалися навіюванню. Сучасні технології дають можливість приблизно визначити це число, яке залежить від наступних чинників: інтенсивність подачі інформації, її тривалість та характер; психічний стан, загальна інформованість адресантів; кількість використаних альтернативних джерел інформації.

Мас медіа знецінюють одну інформацію і наділяють вагомістю іншу. Ідеї, які має підтримувати суспільство лунають частіше, переконливіше і впевненіше. Інформація у руках невеликих груп людей перетворюється на засіб тотального впливу та маніпулювання на свідомість однієї людини чи цілого суспільства загалом.

Ми часто помиляємося думаючи, маємо свою чітку позицію, віримо в чисту «власну» думку і навіть не замислюємось про те, що це результат маніпуляції. Чим більше ми натрапляємо на ту чи іншу інформацію, тим більше зростає до неї довіра. А людський мозок працює за принципом «знайоме=моє».

Коли нам потрібно знайти відповіді на питання, ми без роздуму запитуємо у «Google», де на один запит нам дається безліч різної інформації. Гортаючи стрічку у «Facebook» нам точно трапляться новини та чиясь думка з приводу якоїсь події. Її, начебто, просто хтось висвітлив, а ми, начебто, просто прочитали. І все. А далі, власна думка – втрачається. Зустрічаючи одну і ту ж інформацію декілька раз, людина починає вірити їй, приймає за свою, привласнює. Навіть, якщо особиста думка спочатку суперечила знайдений, об'єкт маніпуляції швидше почне шукати причину в собі: «А чому я думав інакше?», ніж буде сумніватись у прочитаному на сторінках соціальної мережі. Так політичні партії перед виборами обирають метод активної рекламної кампанії, вони розміщують її всюди: телебачення, білборди, соцмережі. Та політична партія, яка буде частіше зустрічатися перед вашими очима, посіє більше довіри до себе, аніж зовсім незнайома. Багаторазове повторення інформації формує переконання у споживача інформаційного продукту. Під впливом спровокованих емоцій і афектів, неістинне і навіть абсурдне може здаватися правильним, воно, будучи недоказово логічним, через об'єктивну неправильність, стає суб'єктивно прийнятним [5].

ЗМІ мають справу з інформацією, та за її допомогою маніпулюють масовою свідомістю, створюючи у ній модель, яка вигідна суб'єкту впливу дійсності, та вирішують, які проблеми на

сьогодні є найбільш актуальними. Так поступово формується «медіа-свідомість», яка зґрунтується на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях та подвійній моралі [1].

Позитивне сприйняття змісту і задоволення потреб споживача залежить від того, наскільки правильним є вибір спрямування та акценти інформаційного повідомлення.

Отже, мас-медіа – це невід’ємною частина сучасного життя. Незважаючи на те, що ЗМІ несуть необхідну інформацію для людей, в їх силах підкоряти, дезінформувати та залякувати. Маніпулювання, для ЗМІ, – найпростіший та найдієвіший спосіб формування суспільної думки. Медіа-свідомість, яку формують засоби масової інформації за допомогою маніпулятивного впливу, змінює громадську свідомість. Засоби масової інформації стали могутнім соціальним інститутом, який здійснює глобальний вплив.

Список використаних джерел

1. Нестеряк Ю. М. Державна підтримка ЗМІ: європейські традиції та українська практика [Текст] / Ю. М. Нестеряк // Вісник Київського національного університету. Журналістика. – 2002. – № 10. – С. 50–52.

2. Варій М. Й. Специфічні форми і методи впливу на електорат // Політико-психологічні передвиборчі та виборчі технології: навч. посіб. – Київ. – Ельга, Ніка-Центр. – 2003. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.URL: http://dere.com.ua/library/variy/vybir_technology.shtml](http://dere.com.ua/library/variy/vybir_technology.shtml).

3. Шерман О. М. Політичний стереотип: місце у політичному процесі та технології формування засобами масової інформації: монографія / О. М. Шерман // Львівський держ. ун-т внутрішніх справ. – Л.: Сполом, 2008. – 228 с.

4. Завгородня Л. В. Стереотипи породження та сприймання журналістського твору (на матеріалі газетних текстів) [Текст] : дис. на здоб. наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. : 10.01.08 Черкаський державний технологічний університет / Л. В. Завгородня. – Черкаси. – 2003. – 191 с.

5. Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов [Текст] / Ю. А. Шерковин. – М. : Мысль, 1973. – 215 с.

Киселиця Н.

студентка групи ПОІЗм-11

Тернопільського національного

економічного університету

*Науковий керівник: д.іст.н., професор кафедри
інформаційної та соціокультурної діяльності ТНЕУ*

Біловус Л.І.

РЕАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

З кінця двадцятого століття Україна є активним учасником процесів становлення глобального інформаційного суспільства. Становлення інформаційного суспільства здійснюється через інформаційний розвиток, що позначає трансформацію всіх громадських інститутів і сфер людської діяльності під впливом інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), прогрес у всіх сферах розробки, виробництва і впровадження ІКТ, створення політичних, економічних, правових, соціальних і науково-технічних умов для формування розвиненого інформаційного середовища, що відповідає завданням соціально-економічного розвитку країни, підготовку громадян, суспільних інститутів, бізнесу та органів державної влади всіх рівнів до життя в умовах інформаційного суспільства. Відповідно до Національної стратегії інформаційного розвитку України, до основних цілей, проголошених у цьому документі, відносять підвищення якості освіти, рівня науково-технічного і культурного розвитку за рахунок розширення можливостей інформаційного обміну на міжнародному,