

УДК 316.776.23:32.091.51-057.87

Наседкіна О.,*студентка спеціальності „Документознавство та інформаційна діяльність”,
Національний університет „Острозька академія”*

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ПОЛІТИЧНИЙ ВИБІР СТУДЕНТІВ

У статті розглядається поняття “політичні настанови” як основи політичного вибору студентів та методики їх виміру. Звертається увага на роль ЗМІ як потужного та ефективного інституту впливу на поведінку та політичний вибір людини. Проведено дослідження на наявність інформаційного впливу на політичний вибір студентів Національного університету “Острозька академія”.

Ключові слова: політична настанова, політичний вибір, інформаційний вплив, поведінка.

В статье рассматривается понятие “политические установки” как основы политического выбора студентов и методики их измерения. Обращается внимание на роль СМИ как мощного и эффективного института влияния на поведение и политический выбор человека. Проведено исследование на присутствие информационного влияния на политический выбор студентов Национального университета “Острозьская академия”.

Ключевые слова: политические установки, политический выбор, информационное влияние, поведение.

The article deals with the issue of notion of political attitudes as the basis of political choice of students and the methods of their determination. The attention is taken to the role of mass media as a powerful and effective institution of influence on the opinion and political choice of people. This article shows the results of research in order to determine the informational influence on the political choice of the students of the National University of Ostroh Academy.

Key words: political directive, political choice, informational influence, behavior.

Сучасний етап розвитку українського суспільства викликає модифікації глибинних взаємовідносин людини з державою, владою, політикою і призводить до значних змін у перебігу та формах становлення політичної культури особистості, що зі структурного погляду включає в себе єдність політичної свідомості та політичних знань, а також по-

літичної поведінки й політичних дій. У свою чергу, політична свідомість та політична поведінка громадян теж мають свою внутрішню структуру [2].

Розробкою цієї тематики займалися багато видатних українських та зарубіжних вчених. Серед українських дослідників дослідженням політичної психології, а зокрема таких аспектів як політична свідомість, політичні цінності та настанови займалися Ярош Б.О., Ярош О.Б., Головатий М. Ф., Бебик В.М., Значну увагу привертає праця Фролова П.Д. “Технології і методики прогнозування наслідків інформаційного впливу на політичні настанови старшокласників” та інші. До проблеми інформаційного впливу на політичний вибір зверталися у своїх книгах Почепцов Г. Г., Ольшанській Д. В., Кара-Мурза С.Г., Панаріна І. Н. Та ін. На дану тематику опубліковано багато різноманітних статей, серед яких варто виділити праці Лариси Кочубей “Методи соціально-психологічного впливу на електорат”, “Методи соціально-психологічного впливу на електорат” та інших авторів. Важливими компонентами політичної свідомості є політичні знання та сформовані на цьому ґрунті політичні цінності, орієнтації та настанови, які розкривають ставлення людини до політичних явищ, подій та процесів.

Поняття “настанова” відноситься до найбільш складних і розмитих в політичній психології. У загальному вигляді, це готовність суб’єкта реагувати тим чи іншим конкретним способом на політичну подію або явище. Настанова – це внутрішня якість суб’єкта політики, що базується на його попередньому досвіді та політичній культурі [8]. Так, наприклад, настановою політичної культури пересічного американця є голосування на виборах передовсім за особу кандидата, а не за його партійну належність. Для американця головне – це голосувати за конкретну людину, за яскраву постать, за “нашого хлопця”. В Англії, навпаки, політичною настановою є голосування за політичну партію, а не за конкретних осіб [1].

Згідно із визначенням польського фахівця з пропаганди Л. Войтасика, настановою є сформована під впливом пропаганди, виховання та досвіду відносно стійка організація знань, почуттів і мотивів, що викликає певне ставлення людини до ідейних, політичних і суспільних явищ навколишньої дійсності та виражається у відповідній поведінці [9, 12-14].

Варто зазначити що виникнення політичних настанов у свідомості людей пов’язане із особливостями розвитку суспільства на сучасному етапі, який характеризується тим, що жодна сфера суспільного життя не може належним чином розвиватися та існувати без цілеспрямова-

ної організації інформаційних процесів. Функціонування інформації у суспільстві та державі в цілому тісно пов'язане із процесом впливу, а точніше інформаційного впливу.

У вузькому значенні вплив – це набір засобів, які використовує одна людина до іншої з метою певним чином змінити її поведінку.

Безпосередніми носіями та розповсюджувачами знань та іншої політично значимої інформації виступають засоби масової інформації. Вони представляють собою установи, створені для відкритої, публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різних відомостей будь-яким особам. ЗМІ є найважливішими атрибутами політичного життя взагалі й електорального процесу зокрема [10].

Одне із нових уявлень про психологічний механізм інформаційного впливу на настанови особистості ґрунтується на олітикаї моделі сприймання та переробки інформації реципієнтом, тобто того, що предмет настанови – це певна цілісність, яка складається з багатьох характеристик, частина з яких може бути оцінена позитивно, а частина – негативно. Сукупність оцінок окремих елементів предмета відповідно до цих уявлень усереднюється, що й визначає загальну спрямованість настанови.

Таким чином, відповідно до тезаурусної моделі спрямованість політичної настанови визначається тією структурою її елементів (знань та уявлень), що активована в певний момент часу [9, 46-49].

Інформаційно-психологічний вплив являє собою цілеспрямоване виробництво та поширення спеціальної інформації, що безпосередньо впливає (позитивно чи негативно) на функціонування і розвиток інформаційно-психологічної сфери суспільства, психіку та політичний вибір людей [3].

Визначальна роль у формуванні політичних настановою належить телебаченню. Так, застосувавши теорію культивування, Гербнер, Гросс, Морган і Сінборіеллі досліджували взаємозв'язок між переглядом телебачення і політичними установками глядачів. У своєму огляді психологи розглянули кореляцію між часом, що витрачався на перегляд телебачення (та інших мас-медіа) і політичним самовизначенням у ліберальному або помірному напрямку. Завзяті телеглядачі найчастіше дотримувалися поміркованих політичних поглядів, любителі газет опинялися в більшості випадків консерваторами, а слухачі радіо – лібералами. Такий взаємозв'язок відповідав різним демографічним підгрупам, особливо це було характерно для консерваторів і тих, хто схильється до поміркованих поглядів. Серед глядачів, які набагато менше проводили час перед екранами телевізорів послідовно спостерігалося більше розбіжностей у думках між лібералами і консерваторами

за окремими специфічними темами. Гербнер і його колеги вважали, що телебачення, розраховане на масового споживача, прагне уникати крайніх точок зору, які могли б образити людей, і таким чином воно пасивно культивує усереднену точку зору.

Телебачення може взаємодіяти з політичною ідеологією і по-іншому, коли підтримує або, навпаки, підриває вже існуючі в суспільстві структури. Соціальна та комерційна діяльність телебачення може створювати досить дивне політичне партнерство [4].

Американський дослідник ЗМІ Р. Макнейл у книзі “Машина маніпулювання народом” писав у 1968 р.: “Телебачення стало причиною таких корінних змін у засобах політичного інформування суспільства, подібних яким не відбувалося з часу заснування нашої республіки. Ніщо до поширення телебачення не вносило таких змін у техніку переконання мас” [2].

Таким чином, саме ЗМІ відіграють визначальну роль при формуванні громадської думки на користь того чи іншого кандидата, є головною умовою адаптації людини до певних політичних подій, виступають одним із способів впливу на політичний вибір людини.

Передвиборча діяльність має на меті досягнення такого впливу на психіку людей, який сформував би прихильне ставлення електорату до певних політиків та їхніх ідей. Саме для цього використовуються методи психологічного впливу на підсвідомість виборців задля зниження рівня критичності їх мислення.

Виборча кампанія – це багатоскладовий процес, успіх якій може принести впровадження комплексу заходів, а не лише окремих політико-психологічних технологій кочубей. Часто домінуючим методом такої діяльності є маніпуляція свідомістю реципієнта, особливо під час виборчих кампаній. Оскільки саме під час виборчих кампаній та чи інша політична сила намагається сформувати суспільну думку в потрібному їй напрямку. Під маніпуляцією у такому випадку розуміється таємна дія суб'єкта, яка направлена на об'єкт з метою планування його діяльності. Маніпуляція в політиці використовується з метою отримання, реалізації та утримання політичної влади. Результати досліджень показують, що більшість виборців судять про кандидата в депутати чи президенти за тим образом, який йому створюють медіа, особливо телебачення [5].

Політична маніпуляція – це система засобів ідеологічного і духовно-психологічного впливу на масову свідомість із метою нав'язати певні ідеї, цінності; цілеспрямований вплив на громадську думку і політичну поведінку для спрямування їх у заданому напрямку [3].

Численні інформаційні впливи, розвиток ЗМІ, маніпулятивних технологій та інші подібні процеси значною мірою формують політичні настанови виборців та визначають спрямованість їхнього політичного вибору. Через це дослідження у цій сфері отримали неабияку актуальність.

Так, одним із методів визначення політичних настанов є тест на наявність “правих” і “лівих” настанов (адаптований варіант опитувальника, розробленого фахівцями ФОМ, Росія), що був проведений для студентів Національного університету “Острозька академія”. Головне завдання дослідження полягало у тому, щоб встановити, чи завжди співпадає реальний політичний вибір студентів із їхніми політичними настановами, оскільки усе частіше прослідковується тенденція невідповідності електоральних орієнтацій з ідеологічними, особливо ж – у нашій країні, де політична поведінка громадян не вирізняється надмірною раціональністю. Виборець, за своїм світоглядом близький до лівих, може проголосувати за правих, припустимо, через симпатію до того чи іншого політика з ліберально-демократичного табору або і тому, що так рекомендує близький родич або друг, який для нього є вищим авторитетом у питаннях політики.

Опитувальник складається з двох субтестів, розділених на “праву” та “ліву” ідеологію. Одночасне використання обох субтестів має перевагу порівняно з роздільним: воно дозволяє виявити і описати як “чисті” типи – тобто тих, хто більш-менш послідовно притримується “правої” або “лівої” ідеології, так і змішані типи – ті, хто поділяє положення обох ідеологій [9, 32-37].

Так, у результаті проведення тестування на визначення настанов студентів “Острозької академії”, вдалося отримати такі результати:

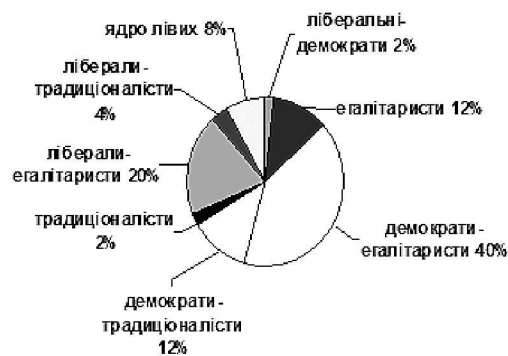


Рис. 1.

Відсоткове співвідношення груп студентів відповідно до їхньої політичних настанов

Загалом найактивніше респонденти працювали у блоці суджень за “ліві” спрямування. Адже кількість позначень у графі “важко відповісти” менша у “лівому” блоці (144 відповіді), ніж у “правій” частині опитувальника (170 відповідей). Це свідчить про більш чітке та точне уявлення респондентів у сфері “лівих” орієнтирів та дещо розмите і суперечливе визначення демократичних і ліберальних установок.

Ще одним завданням дослідження, крім визначення настанов, було встановити, чи ці настанови відповідають тим самим установкам при голосуванні та обранні певної політичної сили.

Для цього студентам пропонувалося пройти міні-інтерв’ю та дати відповідь на запитання “Уявімо, що завтра проходять парламентські вибори, за яку політичну силу Ви віддали б свій голос?”. У списку відповідей такими політичними силами були: Партія регіонів на чолі з В. Януковичем, Блок Юлії Тимошенко, “Наша Україна – народна самооборона”, Комуністична партія України на чолі з П. Симоненком, Соціалістична партія України, очолювана О. Морозом.

Найбільше голосів респонденти віддали б за партію Юлії Володимирівни Тимошенко – 36 голосів; за Партію регіонів проголосували б 8 чоловік, а за НУНС – 5; найменше отримала голосів Соціалістична партія України – лише 1 голос. За КПУ не проголосували ніхто.

Таким чином, ми дійшли висновку, що студенти Національного університету “Острозька академія” орієнтуються більше до ідеології “лівих” політичних сил, проте у разі проведення парламентських виборів надали б перевагу під час здійснення політичного вибору партії, що схиляється до “правих” орієнтирів (у нашому випадку, це партія БЮТ).

Отже, тенденція невідповідності настанов, що існують у політичній свідомості студентів із напрямком ведення політики тієї чи іншої політичної сили, за яку молоді люди віддають свій голос на виборах може свідчити про наявність інформаційного впливу на політичний вибір студентів, що пояснюється вдалими та інтенсивними інформаційними кампаніями відомих політичних сил “правого” спрямування (БЮТ, Партія регіонів), що “викреслюють” із інформаційного та олітика простору діяльність “лівих” політичних партій.

Говорячи про Україна сьогодні, з урахуванням соціально-економічної та політичної кризи, повного провалу ліберальних реформ, масової бідності, варто зазначити, що наша держава є країною, де більше схиляються до лівих протестних настроїв і очікувань. Однак праві партії, взявши собі на озброєння ліві гасла, ліву риторіку, додавши

потужне фінансово-матеріальне забезпечення та утворені на цьому ефективні інформаційні кампанії легко вводять в оману основну масу виборців і перемагають на чергових виборах.

Література:

1. Авченко, В. Теория политического манипулирования в современной России [Електронний ресурс] / В. Авченко // Режим доступу : <http://psyfactor.org/polman1.htm>. – Заголовок з екрану.
2. Брегеда, А. Ю. Основи політології [Електронний ресурс] / А.Ю. Брегеда // Режим доступу : <http://polka-knig.com.ua/article.php?book=71&article=7118>. – Заголовок з екрану.
3. Головатий, М. Ф. Політична психологія: навч. посіб. [Електронний ресурс] / М.Ф. Головатий // К.: МАУП, 2001. Режим доступу : [http:// http://buklib.net/index.php?option=com_jbook&catid=197](http://buklib.net/index.php?option=com_jbook&catid=197). – Заголовок з екрану.
4. Костенко, Н. Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтації політичної сфери [Текст] / Н. Костенко // Політична думка. – 1999. – № 6.
5. Кочубей Л. Методи соціально-психологічного впливу на електорат [Електронний ресурс] / Л. Кочубей // Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&p=22&c=225>. – Заголовок з екрану.
6. Ольшанский, Д. В. Основы политической олітика: учебное пособие для вузов [Електронний ресурс] / Д.В. Ольшанский // Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с. Режим доступу : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Olsch/. – Заголовок з екрану.
7. Панарин, И. Н. Информационная война, PR и мировая олітика [Текст]: учеб. пособ. / И.Н. Панарин. – М.: Горячая линия, 2006. – 352 с.
8. Установка [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://azps.ru/handbook/u/usta361.html>. – Назва з контейнера.
9. Фролов, П. Д. Технології і методики прогнозування наслідків інформаційного впливу на політичні настанови старшокласників [Текст]: методичний посібник. – К.: Міленіум, 2008. – 96 с.
10. Шкурова, А. Влияние СМИ на коммуникации в период выборов [Електронний ресурс] / А. Шкурова // Режим доступу : <http://alla-sh.livejournal.com/910.html>. – Заголовок з екрану.