

Дослідниця О.Гнатюк визначає побудову „Перверзії” як „коробчану” [1;25]. Проте логічніше окреслити структуру роману як нестабільну, нестійку хімічну реакцію, що відбувається „тут і зараз” у межах гіпер-тексту — своєрідної колби. „Молекули” тексту неоднорідні, тому закономірною є взаємодія, взаємопро-никнення і, як наслідок,— трансформація одних еле-ментів, і відштовхування, незалежний рух інших. Подіб-ність і відмінність „молекул” твору у певний момент скрипторської діяльності творить нетотожну симетрич-ну рухому структуру, єдність якої зберігається за рахунок одночасного співіснування наратора, тексту й реципієнта всередині гіпертексту.

Отже, неоміфологічна структура романів Ю.Андруховича заснована на подієвій ізоморфічності, гіпер-текстуальності, розчленованості та колажності, що програмують гіпотетичну множинність інтерпретацій, базисом для яких є синтез досвіду і знань читача-співавтора.

#### **Література:**

1. Андрухович Ю. Рекреації. Романи.— Ред. рада: В.Шевчук та ін.; Вст. стаття О.Гнатюк.— К.: Час, 1996.—287с.
2. Поліщук Я. Поліфункціональність міфу в поезиці модернізму // Слово і час.—2001.—№2.—С.35-45.
3. Семків Р. Постмодернізм та іронія ( Типологізація нетипового ) // Слово і час.—2000.—№6.—С.6-12.

### **ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ. ЧУТКИ, ПЛІТКИ, НАКЛЕП ЯК ЗАСОБИ НЕКОРЕКТНОГО ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ ЛЮДЕЙ**

Доп. - ст. викл. Яременко Л.М.

На початку ХХ століття нові, революційні дослідження вивели психологію на якісно новий рівень, у науку ввійшли нові поняття “психотехнології”, “психоекологія”, “маніпуляція”.

В основі формування громадської думки лежить маніпулювання поведінкою людей. Німецький соціолог Г. Франке вважає: “маніпулювання – це своєрідний психічний вплив, котрий здійснюється таємно...”. Філософ Г. Шішков замість “маніпуляції” пропонує термін “омасування”, тобто “суспільне й державне культивування ситуацій безпосередньо через цілеспрямоване управління з тим, щоб вирішальним чином формувати державну структуру”.

Маніпулювання завжди здійснюється непрямо, таємно. На думку політтехнологів, маси живуть тільки міфами. Саме ці міфи й треба вміло застосувати в якості інструмента для маніпулювання масовою свідомістю.

Про силу слова як засіб психологічного тиску говорили філософи й лінгвісти. Так, В. Гумбольдт писав: “Благодаря ритмической и музыкальной форме, присущей звуку в его сочетаниях, язык усиливает наши впечатления от красоты в природе, еще и независимо от этих впечатлений воздействуя со своей стороны одной лишь мелодией речи на нашу душевную настроенность”, російський філософ П. А. Флоренський говорив, що “слово магично и слово мистично. Рассмотреть, в чем магичность слова, это значит понять, как именно и почему словом можем мы воздействовать на мир ... . Самое слово уже есть живой организм, имеющий свою структуру и свои энергии”.

Такий ефект слова відомий у медицині під назвою “плацебо”: замість ліків пацієнту давалася “пустишка”, але лікар авторитетно повідомляв, що це – новітній засіб, панацея від усіх хвороб. І приблизно в 40% випадків дійсно спостерігалось поліпшення стану хворого.

Усна комунікація сьогодні недооцінюється. Японці давно визначили, що в ситуації такої “міні-комунікації” дуже ефективно створювати репутацію, наприклад, лікаря, або стверджувати про дієвість тих чи інших ліків. Природньо, що наявність у сфері усної комунікації чуток, котрі достатньо часто виникають в умовах дефіциту інформації, теж є прикметою кризи, й тому робота навколо них є засобом маніпуляції.



Цілеспрямоване використання різних чуток і пліток у внутрішньому політичному житті більшості держав, а також у зовнішньополітичній боротьбі досягло значного розмаху. Тому вивчення психологічних закономірностей циркулювання чуток і пліток важливо з двох причин: по-перше, чутки й плітки- важлива форма самовираження масових настроїв і суспільної думки, по-друге,- один із ефективних каналів формування суспільної думки та масових настроїв і управління ними.

Чутки й плітки- це завжди викривлена, спотворена, не перевірена з якихось причин інформація. Виділяють три типи чуток: “чутки-бажання”, “чутки-страховища”, “агресивні чутки”. Соціально-психологічна функція й надзадача чуток другого типу є спрямоване залякування населення, спроба активізувати опір новим соціальним силам і значно посилити хаос і плутанину, зруйнувати соціальний спокій. Третій тип чуток виникає в ситуаціях пікових протиріч, які пов'язані з соціальними міжгруповими та міжетнічними, міжнаціональними конфліктами.

В.Висоцький надав чудовий приклад “чуток-бажань”:  
“Ходят слухи, будто сплетен вдруг не будет, ходят сплетни, будто слухи запретят”. Чутки й плітки неможливо заборонити, як і анекдоти. Чутки будуть завжди, оскільки психологія натовпу є вічною, є базовою формою її існування.

Дві фундаментальні причини, що зумовлюють виникнення чуток,- це наявність інтересу масової аудиторії до проблеми, актуальність даної проблеми та її зв'язок із життєвими потребами людей. І друга- недовіра до офіційних, урядових джерел інформації, тобто “інформаційний андеграунд”. Як додатковий фактор- потреба в регуляції емоційних станів.

У ході трансляції та ретрансляції, в ході самого процесу довільної циркуляції чуток відбувається їх трансформація. Виділяють три основні тенденції. По-перше, завжди відбувається згладжування самого змісту чуток, по-друге, загострення їх емоційних компонентів, по-третє, виникає своєрідна адаптація до тієї аудиторії, в якій вони поширюються.

Як правило, чутки руйнують офіційну сугестію, створюючи

власну, внутрішню сугестивну залежність психології має саме від чуток. Протидіяти ним може ефективна система ЗМІ, яка в очах населення має престиж надійності й достовірності, сталий зворотній зв'язок аудиторії з джерелом інформації, щоб своєчасно реагувати на інформаційні запити, психологічні потреби й очікування людей. Ефективним засобом протидії є виступи лідерів, їх авторитет, який нівелює вплив чуток-пліток. Єдиним активним засобом протидії некоректному впливу чуток є подавити їх швидкими неспростовними фактами, тобто вакуум інформаційний наповнити переконливою інформацією.

Механізм пліток дещо інший, але результат є схожий. Плітки більш інформативні, конкретні та більш деталізовані, але менш емоційні, носять більш локальний та "інтимний" характер, мають відтінок непристойності, торкаються "закритих" тем, являють собою "зворотній бік подій".

Сучасна людина частіше відчуває своєрідний емоційний голод до необ'єктивної, суб'єктивної інформації, особливо з присмаком "полунички". Пліткми – це не чулки, котрими можна поділитись як би "на ходу", з будь-яким співбесідником. Плітки вимагають своєрідного, спотвореного смаку до цього заняття. Як правило, пліткарі створюють свою компанію, своєрідний інформаційний "гурток". Плітки виступають у площині протиставлення "ми – вони".

Таким чином, плітки виконують шість основних соціально-психологічних функцій: інформативно-пізнавальну, афіліативно-інтеграційну, розважально-ігрову, проекційно-компенсаторну, функцію соціального контролю над елітою й тактичну функцію в маніпулюванні свідомістю пересічних громадян.