

References

1. Ž.Radosavljević: Self-organization, FORKUP, Novi Sad, 2012.

УДК 316.28+004.7]:159.9

Рак О.Ю.,

канд. наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри психології та соціології,
Львівський державний університет внутрішніх справ
olarak@i.ua

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ У СВІТІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТОКУ

АНОТАЦІЯ. Розглянуто вплив засобів масової інформації на свідомість людини застосовуючи маніпулятивні технології у процесі управління. Запропоновано модель прогнозу впливу інформаційного потоку на свідомість людини як можливість управляти інформаційно-комунікаційним процесом.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: управління, комунікаційний процес, маніпулятивні технології, психологічний вплив, інформаційно-комунікаційний вплив.

АННОТАЦИЯ. Рассмотрено влияние средств массовой информации на сознание человека применяя манипулятивные технологии в процессе управления. Предложена модель прогноза влияния информационного потока на сознание человека как возможность управлять информационно-коммуникационным процессом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: управление, коммуникационный процесс, манипулятивные технологии, психологическое воздействие, информационно-коммуникационное влияние.

ABSTRACT. The influence of the media on the human mind using manipulative techniques in the management process. The model forecast the impact of information flow in the human mind as the ability to manage information and communication processes.

KEYWORDS: management, communication process, manipulative techniques, the psychological impact of information and communication impact.

Сьогодні у світі психологічної атаки інформаційного потоку на свідомість людини припадає великий об'єм передачі сигнальних повідомлень, які надзвичайно важко прийняти, сприйняти, перевірити і переосмислити. Засоби психологічного впливу, які

застосовуються зараз у комунікаційному процесі, зумовлюють методи управління поведінкою, думками, мисленням індивіда в потрібному напрямку через маніпулятивні технології.

Людина в теперішній момент є психологічно зараженою інформацією — це і є професійне управління комунікаційним процесом засобами масової інформації (ЗМІ). На основі емоційного заряду та настрою у ЗМІ часто шукають методи впливу на людей шляхом завоювання довіри і процесом навіювання, щоб таким чином зуміти вплинути на психіку та свідомість індивіда так, щоб він не мав можливості аналізувати та перевіряти повідомлення [1; 4].

Проте у світовому вимірі швидкості потоку новин практично кожна інформація потребує певного сприйняття, осмислення, аналізу та перевірки її достовірності. Будь яка зацікавлена інформація для реципієнта (споживача) повинна синхронно вибудувати модель прогнозу управління повідомленням [2; 3].



Модель. Процес управління інформаційним потоком на свідомість людини

У зв'язку зі складними політичними подіями у державі зараз присутній у каналах ЗМІ надзвичайна інформаційна атака на підсвідомість особистості, що особливо віддзеркалюється на комунікаційному балансі та поведінці людини.

Саме сьогодні людина потребує психологічної підтримки зі сторони фахівців-психологів, оскільки вона перебуває у подразливому стані, тому що інформація цілком затягує і поглинає людину, таким чином управляючи нею як «пультом управління». А отже, завдання ЗМІ — це послабити психологічний вплив і врегулювати інформаційний потік у комунікаційних процесах, при цьому контролюючи шуми політичних новин та ними управляючи. Оскільки, саме через комунікаційні шуми споживач втрачає розсудливість і самоконтроль над собою. Інформація, яка пода-

ється сьогодні, повинна мати — предметний зміст [3], що зумовить у людей активне спонукання мислити та аналізувати, відстоювати свої позиції і навчитися конкретизувати свої цілі, не відводячи її у глухий нерозсудливий кут. Організаційно ЗМІ повинні управляти подачею інформації так, щоб психологічно не травмувати та не нашкодити психіці людині.

Сьогодні необхідно брати до уваги регулювання комунікаційним процесом так, щоб реципієнт не відчував фізичне знесилля і зупинку працездатності. Новина повинна стимулювати і організовувати людину до позитивних дій.

Канали ЗМІ повинні намагатися змінити управлінський курс подачі інформаційного потоку в напрямку пізнавальних передач та аналітики, спонукаючи до розвитку мислення та усвідомлення національної свідомості особистості.

Література

1. *Варій М.Й.* Психологія: Навчальний посібник / М.Й. Варій. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 288 с.
2. *Кузьмін О.Є.* Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — Львів, 2002. — 228 с.
3. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія/за заг. ред. В.Ф. Іванова. — К., 2007. — 780 с.
4. *Філоненко М.М.* Психологія спілкування: Підручник / М.М. Філоненко. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 224 с.

V. I. Roldugin, PhD.

Professor of Management Department of
Baltic International Academy,
vroidugin@hotmail.com

MONETARY POLICY OF THE BANK OF LATVIA IN THE EUROZONE INTRODUCTION CONDITIONS

ANNOTATION: The objective of this article is to follow the main trends in the development in the Latvian's monetary policy and the European Monetary system accession process, with a focus on the local currency stability problems. It discusses the process and strategies for choice of the strategy as well as the main issues that have arisen in the accession process. The objective fully corresponding to the article's research object, i.e. to a monetary policy of the Bank of Latvia. Regarding the developed countries the general monetary policy objectives deals not only with