

УДК 070.16(477)(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2022.3(308).20-28

Оксана Сенченко,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
старший викладач КНУКіМ,
e-mail: okline.www@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3587-394X>

Мас-медіа — засіб пізнання світу чи маніпуляція свідомістю?

У статті висвітлено аспекти впливу засобів масової інформації (ЗМІ) на підсвідомість людини. З'ясовано, що нині світова спільнота переходить від безпосереднього пізнання навколишнього світу до пізнання світу, опосередкованого ЗМІ, — світу віртуального, який посилено видають за реальний.

Зауважено, що сьогодні основним засобом наживи й боротьби за владу є масова дезінформація, у тому числі через ЗМІ. Нерівність у доступі до інформації та дезінформація — основа ринкових і владно-демократичних спекуляцій.

Розглянуто небезпеки, пов'язані з діяльністю мас-медіа. Зокрема, підвищення інформаційного порогу сприйняття в умовах агресивного інформаційного середовища може бути використано для явних і прихованих методів маніпуляції; засоби комунікації сприяють перетворенню людей на інформаційних наркоманів; широко використовуються техніки латентного нейролінгвістичного програмування, зомбування тощо.

У контексті впливу ЗМІ на свідомість та психіку людини проаналізовано особливості її внутрішнього світу та динаміку самосвідомості.

Визначено негативні наслідки впливу мас-медіа на користувачів і можливі способи його нейтралізації. Наголошено, що за прикладом зарубіжних країн із негативними проявами та впливами вітчизняним медіа слід боротися через вдосконалення відповідних законів, створення громадських наглядових рад при ЗМІ, посилення вимог громадських організацій і рухів до законодавчої, виконавчої та судової систем.

Ключові слова: маніпуляція; підсвідомість; телебачення; мас-медіа; зомбування; дезінформація; інформаційний наркотик

Постановка проблеми. Засоби масової інформації перетворилися на своєрідного посередника між людиною та її реальним світом, відтворюючи його з більшим чи меншим ступенем достовірності. Віддзеркалену медіа картину реального світу можна схарактеризувати як світ віртуальний, тобто уявний, оскільки міра відповідності зображення реальності невизначена й неповна. Людина не може відмовитися від такого подання інформації й припускає ймовірність дезінформації не лише тому, що ЗМІ розширюють інтелектуально-інформаційні можливості, а й тому, що інформація, навіть недостовірна, має масовий характер.

Не сприймати ці відомості означає втратити інформаційну орієнтацію, без якої нині неможливо існувати в сучасному суспільстві. Лише одиниці здатні морально протиставити себе громадській думці, витримавши шквал емоцій на свою адресу й величезну кількість проблем, що неодмінно виникають у такій ситуації. Наприклад, у низці країн Європи та у США було зафіксовано випадки, коли діти, надивившись серіалів про різноманітних термінаторів і супергероїв, намагалися рукою зупинити вантажівку на шосе. Зіткнення з дійсністю невіртуальною зазвичай закінчується трагічно. Межа між фантазією та реальністю, яку нездатні розрізнити навіть дорослі, для дитини розпливчата й поготів.

У сучасному демократичному суспільстві будь-яке вираження громадської думки через голосування може призвести до національної катастрофи. Люди цілком певні, що голосують правильно й самостійно. Діти, які виходять на дорогу, щоб зупинити рукою вантажівку, чи вистрибують з вікна, щоб політати, ніскільки не сумніваються у правильності свого вибору й незалежності, адже їх фізично ніхто не підштовхує.

Людина вільна у власних вчинках у межах інформації про навколишній світ, що надходить до неї. Однак під тиском ЗМІ часто змушена діяти всупереч своїм внутрішнім настановам, адже позбавлена повної й достовірної інформації про дійсність. Сучасний користувач виявився у світі міражів і кривих дзеркал, що відбивають ці міражі, він дезорієнтований і збитий із пантелику. Спотворенню піддається не лише дійсність, а й мораль. Те, що ще учора вважали злочином, сьогодні є геройським вчинком.

Метою статті є намагання привернути увагу уряду, власників і головних редакторів ЗМІ до проблеми впливу телебачення й інтернету на підсвідомість населення України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із головних засобів досягнення інформаційної дезорієнтації є підсвідоме зомбування, що руйнує особу. Це явище вже давно становить предмет ґрунтовного вивчення практичної психо-

логії. Низькі частоти, 25-й кадр, інфразвук та інші не менш ефективні технічні й технологічні рішення застосовують на практиці як у цивільній, так і у військовій сфері. Головне питання, що закономірно постає при цьому, — контроль за доцільністю й виваженістю ухвалення таких рішень.

Людина влаштована так, що звертає значно більше уваги на те, хто говорить і як говорить, ніж на те, що говорять. Інакше кажучи, поведінка телеведучого в кадрі, тембр його голосу, жестикуляція, ставлення до події, оточення — усе, що можна назвати зовнішньою модуляцією повідомлення, діють на людину більше, ніж безпосередня інформація, оскільки потрапляє одразу в підсвідомість, минаючи канали логіки та аналізу. Цей вплив постійно досліджують, розвивають, комбінують із технічними засобами, цієї техніки навчають спеціально, є навіть окрема наука впливу на підсвідомість, а в ній — свої авторитети та школи.

Для маніпуляторів свідомістю люди є об'єктами, які можуть бути, подібно до роботів, перепрограмованими на замовлення. Свідомість — це функція інформації.

Свобода слова у ЗМІ, що перебувають у приватних руках чи у власності корпорацій, спотворює дійсність, обертається обмеженням конституційних прав і свобод народу, який на підставі отриманих хибних даних робить неправильні висновки й відповідно до них вибудовує поведінку та майбутні дії.

Ці факти свідчать, однак, не про те, що народ безглуздий і непередбачуваний, навпаки — його свідомістю умисно керують, маніпулюють. У більшості українського населення немає іншої можливості здобувати відомості, окрім ЗМІ. Від'єднатися від потоків даних неможливо, адже інформація — це життя.

Водночас разом із крихтами потрібної й корисної інформації на сучасну людину напочується лавина вигадок, домислів, відвертої та наукоподібної брехні, коментарів від "авторитетних експертів", модульованих інформацією, що постійно й цілеспрямовано деформує свідомість і психіку людини.

Засоби масової інформації, керовані приватним капіталом, формують суспільну думку, повністю блокуючи самостійність в ухваленні рішень, підводячи на останньому етапі до "вільного вибору" між двома кандидатурами, що не відрізняються одна від одної.

Очевидно, що більшість населення країни повністю позбавлено можливості впливу на політику держави, яка визначається грошима й тиском держструктур на ЗМІ.

Зрозуміло, що той, хто нічого не вирішує, ні на що не може й претендувати. Навіть якщо "демократичні" свободи й надаються вузькому колу спроможних осіб, то доля держави, її економіка, стан владних структур і добробут суспільства залежать від походження засобів, залучених до реалізації конституційного права. Засоби, отримані в результаті виробничого процесу законним шляхом, забезпечать через владу та ЗМІ законність і виробничий розвиток. І навпаки, вітчизняні кримінальні та іноземні капітали блокують владу й законність, а отже, й економіку.

Масова дезінформація — основний засіб наживи та боротьби за владу. У ліберальному суспільстві інформація, що відбиває дійсність, не може стати масовим надбанням. Нерівність у доступі до інформації та дезінформація — основа ринкових і владно-демократичних спекуляцій. Масова дезінформація, у тому числі через ЗМІ, — основний засіб наживи й боротьби за владу.

У живому організмі під інформацією розуміють сигнали, якими обмінюються клітини для забезпечення його життєдіяльності. Усе, що понад потреби, — інформаційне сміття. Дезінформація в організмі взагалі неприпустима — це ознака хвороби чи наркотичного сп'яніння.

Держава й живий організм функціонують за одними принципами. Не можна відмовляти людині в праві висловлюватися, проте слова суттєво різняться. Є слова, за право висказати які слід платити державі й суспільству, є слова, котрі потрібно тиражувати безоплатно, але є й такі слова, за які зобов'язана доплачувати держава.

Так, попит на порнографію, розважальну літературу та відповідні програми телебачення завжди буде високим і стабільним, оскільки більшість населення будь-якої країни, і це варто визнати, завжди платитимуть за задоволення й ніколи за навчання, оскільки навчання й самовдосконалення — важка праця. Індивіди, що бажають жити у бруді, так само як і поставачальники бруду, мають купувати собі це право. Урятувати всіх від деструктивної дії "цивілізації" та антикультури неможливо. Нині найсильніші "забруднення" створюють в інформаційній сфері з допомогою телерадіомовлення.

Відомо, що інформаційне живлення інтелекту та емоцій людини не менш важливе, аніж живлення тіла. При цьому якість емоційної та інтелектуальної їжі має велике значення. Якість живлення для інтелекту оцінюють за критерієм "істина — брехня", якість емоційного живлення — за критерієм "добро — зло" або "красиве — потворне", а якість тілесного живлення — за критерієм "насолота — страждання".

Сучасне телерадіомовлення виробляє й подає живлення для розуму та емоцій украй низької якості, у ньому переважають брехня, зло та неподобство. Оскільки інтелект, емоції й тіло людини єдині, то забруднення інтелекту та емоцій врешті-решт виявляються як страждання тіла, тобто хвороби.

Одним із деструктивних впливів продукції телерадіомовлення є здатність до збудження в людях сильних негативних емоцій. Поширені у використанні пристрої автоматичного регулювання й компактною трансляції звукового сигналу, не зачіпаючи його змістового наповнення, спричиняють помітні зміни емоційної інформативності.

Наприклад, звуковий сигнал реклами зазвичай піддають амплітудній компресії, внаслідок чого відбувається різке зростання крутизни атак і спадів, підвищення гучності, з'являється дзвінкий тембр. Такі параметри сигналу відповідають емоції агресивності. Внаслідок цього повідомлення, що до компресії було емоційно нейтральним, стає агресивним.

Відома також проблема "цифрової втоми" під час прослуховування цифрових записів, яку пояснюють великими перепадами рівня між сигналом і паузами [1].

Інша небезпека полягає в демонстрації по телебаченню емоційно забарвлених сцен насильства, убивств, сексуальних збочень, що вводять глядачів у змінені стани свідомості й буквально приковують до екрана. Емоції, викликані такими програмами, призводять до стресових станів і, як відповідь, до морфінної реакції організму. Захист людини від стресів забезпечує здатність підвищувати поріг сприйняття.

Кількість інформації, що надійшла від органів чуття, не змінюється, проте вона перерозподіляється так, що обсяг усвідомлюваної частини інформації зменшується, а неусвідомлюваної зростає, внаслідок чого свідоме сприйняття людиною інформації звужується, а несвідоме — розширюється [2].

Небезпеки, пов'язані з мас-медіа. Підвищення інформаційного порогу сприйняття в умовах агресивного інформаційного середовища може бути використано для явних і прихованих методів впливу. Успішному маніпулюванню свідомістю глядачів і слухачів сприяють:

— відсутність діалогового режиму, коли свідомість людини вимушена постійно перебувати в пасивному стані;

— використання для програмування аудиторії авторитетних осіб, які мають запас довіри;

— застосування хаотичних, фрагментарних методів подання інформації, коли вона не з'єднується в цілісну картину;

— використання емоційних ударів, коли зображення або гучність різко змінюються на перетині різнохарактерних сюжетів і сигналів;

— метод сенсацій, коли одна подія патологічного характеру витісняє з пам'яті попередню, не даючи часу для її осмислення;

— щоденна демонстрація сцен смерті, звівчених трупів, коли життя подається як нескінченний ланцюг катастроф, трагедій, знищення;

— використання методів нейролінгвістичного програмування;

— створення рваного інформаційного поля, коли потік інформації постійно перериває реклама.

Головна небезпека реклами полягає не так в її настирливої сті й несмаку, як у тому, що вона заміняє самостійні активні зусилля людини з вибору потрібних товарів чи інформації [3]. Користувач починає орієнтуватися на моделі, які йому нав'язують ззовні. Послаблення або руйнація власного механізму вибору робить людину залежною від зовнішнього управління. І це стосується вибору не лише товарів і послуг, а й політичних діячів, ідеології тощо.

Інформаційна наркоманія та негативне тло ЗМІ. Наступна небезпека, пов'язана з використанням каналів телерадіомовлення, а також інтернету, полягає в тому, що ці засоби комунікації сприяють перетворенню людей на інформаційних наркоманів. Ознаками такої наркоманії, окрім сильної залежності від інформаційного потоку та неможливості обходитися без нього, є:

— готовність споживати будь-що, навіть "найбрудніший" інформаційний наркотик;

— потреба збільшувати дози споживання, а також використовувати сильніші наркотики (у разі інформаційної наркоманії це виражається, наприклад, у збільшенні часу перебування біля телевізора й тяжінні до передач і фільмів патологічного змісту);

— звуження світогляду й життєвих інтересів;

— підвищена навіюваність, втрата відповідальності та інформаційної незалежності;

— стан хронічної виснаженості [3].

Багато дослідників вважають постійне негативне інформаційне тло однією з головних причин нинішніх труднощів в Україні. Руйнівний інформаційний та емоційний вплив програм телерадіомовлення є особливим видом небезпеки, що потребує розроблення методів його контролю й нейтралізації.

Якщо негативний вплив здійснюють доволі очевидними методами, то виявити його ознаки можна за параметрами телевізійного сигналу, що відбивають наявність у ньому, наприклад, емоційної інформації патологічного характеру.

На думку фахівців служби програмування телекомпанії "НТБ", демонстрація насильства на екрані відвертає від насильства в реальному житті [3]. Психотерапевт, співзасновник Фонду соціально-психічного здоров'я І. Медведєва спростовує цю тезу: "Щоб викликати неприйняття зла, зовсім необов'язково його показувати. Інакше, чому б не зламати на очах у дитини шию курці, промовляючи: "Ніколи так не роби, не вбивай пташок" [3]

Діти не здатні чітко розрізнити мистецтво й реальність. Якщо бачать на екрані тотальне зло й небезпеку на кожному кроці, то мимоволі думають, що насильство — це норма життя, а зло домінує над добром. Наприклад, чимало хлопчиків компенсують нестачу фізичної чи духовної сили, наслідуючи інтонації та поведінку тих кіно- й мультигероїв, які здаються їм втіленням сили. У такий наївний спосіб діти захищають себе від реальних виявів зла, наприклад, від агресії однокласників.

Окрім бажання наслідувати, у дітлахів виникають страхи, що стають джерелом неврозів. Страх послаблює чутливість. Емоційне отупіння — захисна реакція психіки: якщо дитина щодня бачить по телевізору розчленовані трупи, кров та інші кошмари, то чи варто дивуватися, що її не зачіпають буденніші нещастя.

Технології нейролінгвістичного програмування (НЛП) [4] використовують у відносинах між людьми доволі широко, часто неусвідомлено, особливо на побутовому рівні. Цей метод слугує основою успіху рекламних кампаній, ділових переговорів тощо.

Відкрите використання НЛП відбувається в рівних умовах для сторін, оскільки процес контролюється свідомістю, тому ніхто не має явних переваг.

Приховане нейролінгвістичне програмування.

Сучасні технології виробництва мовних програм і мультимедійної продукції дають змогу уникнути контролю з боку споживачів інформації. Здебільшого вони навіть не припускають, що на їхню свідомість чинять прихований і дуже ефективний вплив, а сторона, що використовує ці технології, має високі шанси на успіх.

Найпростішим прикладом прихованого НЛП є відома технологія 25-го кадру. Дослідження головного фахівця Науково-дослідного інституту Міністерства внутрішніх справ РФ, доктора медичних наук, професора Л. Гримака довели, що телевізійний гіпноз може формувати такі негативні поведінкові програми, як хвороби й навіть убивства. Саме тому було категорично заборонено телевізійні сеанси А. Кашпіровського та А. Чумака, що спричинили масові захворювання глядачів.

Зомбування за допомогою телебачення особливо небезпечно для дітей. В Японії виявлено й підтверджено понад 800 випадків нападів епілепсії в дітлахів, які переглянули мультфільм з прихованою рекламою. У США епідемію вбивств у школах також було викликано прихованим впливом телепрограм, що часто прямо не стосуються дітей. У цих країнах заборонили демонструвати передачі, з допомогою яких маніпулюють людською психікою.

В Європі та США зірки кіно- й шоубізнесу, власники кіностудій і телекомпаній забороняють чи суттєво обмежують своїм дітям перегляд телевізійного контенту. Наведемо кілька фактів [5].

Відомий голлівудський режисер Р. Скотт в одному з інтерв'ю заявив, що не дозволяє своїм дітям дивитися його фільми, бо цей контент може негативно вплинути на їхню слабку психіку.

Після розлучення режисера Г. Річі й попспівачки Мадонни було складено юридичний документ, що регламентував час перебування дітей у кожного з батьків. Кілька сторінок присвячено переліку кінофільмів і телепередач, дозволених дітям до перегляду, решту було суворо заборонено. Порушення каралося повним припиненням побачень із тим із батьків, хто проштрафився. Ані гангстерських фільмів Г. Річі, ані відеокліпів Мадонни поміж дозволених у цьому списку не було.

Зважаючи на те, яку увагу приділяють обмеженню медійного контенту для своїх дітей ключові фігури кіно-, теле- й шоубізнесу, слід зробити певні висновки. В Україні зомбування не регулюють жодні закони, а отже телеглядачі щотижня отримують порцію прихованого вірусу. За складної загальної картини зі здоров'ям нації у свідомість дітей впроваджують аморальні принципи та убивчі таємні бажання, програмують не лише результати виборів, а й долю народу на багато років уперед.

Особливим видом небезпеки є неусвідомлені методи подання інформації, тобто методи прямого доступу до психіки людини. В акустичній галузі це такі: трансляція інформації нижче за поріг чутності на тлі гучнішого основного сигналу — амплітудне маскування, а також спектральне, просторове, фазове маскування, методи нейролінгвістичного програмування [2].

Як візуальні шляхи дії в телебаченні використовують такі способи:

- пряме, зворотне, метаконтрастне та інші види маскування;
- підсвідома дія телевізійних фонових зображень;
- часта зміна відеоряду;
- вбудовування поодинокого 25-го кадру.

Засоби масової інформації, що в наш час перетворилися на надзвичайно впливову силу, мають підтримувати позитивні цінності, цілісність і стабільність розвитку суспільства.

Згідно із соціологічною теорією, ЗМІ, й передусім телебачення, виконують чотири основні функції:

- оперативне інформування про довкілля та світ;
- соціалізація, виховання;
- розвага, цікаве дозвілля;
- об'єднання, інтеграція аудиторії, соціуму, суспільства.

Деструктивна функція сучасних ЗМІ. Аналіз змісту сучасних українських засобів масової інформації, й насамперед телебачення, свідчить, що, за рідкісним винятком, медіа виконують свої функції непрофесійно, часто перетворюючи їх на дисфункціональну діяльність стосовно аудиторії, особливо дітей і підлітків, які належать до найбільш навіюваної групи.

Реальні події та факти для телебачення нерідко відбирають тенденційно, суб'єктивно спотворюють, упереджено інтерпретують, обслуговуючи певні фінансово-політичні клани.

Замість виховання та освіти молодого покоління відбувається відведення від реальності в гранично жорстокий і низинний світ сучасних кінофільмів або в ілюзорний наркотичний маленький світ вульгарних музичних поптусовок і токшоу.

На вітчизняному екрані переважає зарубіжна кінопродукція. Більшість комерційних кабельних каналів телебачення демонструють лише бойовики, еротика й жахи упереміш із рекламою.

Реклама (в тому числі вулична), адресована молоді, зводиться до маніпулятивних слоганів типу "Бери від життя усе!" (Пепсі), "Цілковита свобода!" (американські сигарети), "Хто піде за "Чернігівським"? Звичайно, найрозумніший!" (пиво), що мають закріпити в психіці позитивні неусвідомлені асоціації з рекламованою (зокрема й шкідливою) продукцією.

За останні 25 років відбулася поступова зміна головних персонажів, героїв українського телебачення, масової літератури й кіно — їхнє місце посіли асоціальні, антисоціальні персонажі та "герої споживання".

Пізнавальну функцію у ЗМІ часто підмінюють антинауковою дисфункцією (астрологічні прогнози, спотворення історії, пропаганда псевдонауки, ірраціоналізму тощо). Дедалі дисфункціональнішою стає й мова ЗМІ (примітивний сленг, напівкримінальний жаргон, глумливі інтонації). Видається велика кількість жовтої преси.

Класична й народна музика зникли з ефіру сучасного телебачення й численних радіостанцій, постійно лунають лише поп, рок чи шансон. А від цього музичний та емоційний світ сучасної молоді стає дедалі примітивнішим. У сфері мовного спілкування ЗМІ не допускають явного порушення норм і спотворення стилю, але не без їхнього впливу процес набирає обертів, захоплюючи дедалі більше сучасників. Безкарний тиск на підсвідоме, використаний з певною метою, пояснюється й тим, що досі не вироблено правил гри. ЗМІ використовують тенденції, притаманні сучасній мові більшості представників нації.

Лексика ЗМІ стала персоніфікованою, перенасиченою американізмами, жаргонними, кримінальними та навіть ідіоматичними конструкціями. З'явився так званий стьоб. Поняття "правило" й "норма" в українській мові ЗМІ враховують, проте не належною мірою. У цій ситуації винуваті не так медіа, як відсутність правил співвідношення стилю та норми. Хоча мова постійно змінюється, не можна сказати, що ЗМІ тотально її спотворюють. У вітчизняних медіа є ще багато майстрів зразкової української мови.

Сучасні мас-медіа явно й неявно діють як засіб невротизації та стимуляції агресивних імпульсів аудиторії. Зокрема, експериментальні дослідження вітчизняних науковців підтверджують дані американських та європейських психологів (А. Бандури, Дж. Гербнера, Е. Доннерстейна, Д. Зілмана, В. Франкла й інших) про негативний вплив постійного перегляду, передусім дітьми й підлітками, фільмів, що належать до жанрів бойовиків, порно і жахів [2]. Це стосується й багатьох агресивних комп'ютерних ігор та інтернет-сайтів.

Інформація — це екологічний чинник. Нині екологія телерадіомовлення становить суттєву проблему, в яку цифрові технології внесли неприємну новацію. Нюх, слух, зір — це канали сприйняття, якими можна передавати будь-який контент, що програмує людину. Візуальні ефекти, простір для генерації яких розкрило цифрове відео, є каналом дії без засобів захисту.

У наш час потрібна система знань, заходів і заборон для створення сприятливого місця існування, в якому інформаційний тиск не перевищить середнього фону техноекологічних наслідків. Важливо не лише вивчати техногенні чинники, а й створювати розвинену етичну програму, розробляти відомчі акти й закони. Потрібні влада, совість, контроль і виміри. Повільні мерехтіння, інфразвуки, приховані кадри та інші форми активного тиску на глядача слід виявляти й запобігати їхньому впливові.

Інформація не нейтральний продукт, а екологічний чинник, який слід враховувати. Екранні експерименти занадто часто ставали причинами екранних інфарктів. Нині користувачі активно опановують цифрові технології, й що раніше було недозволенним і складним, тепер виявилось надто простим у реалізації.

Застосувати проти маніпулювання свідомістю організаційні заходи та технічні методи виявлення й усунення, наприклад, однокадрових вставок, не так легко. На основі цифрових технологій дедалі частіше використовують не прямолінійні й доволі примітивні методи впливу на кшталт 25-го чи 400-го кадрів, а тонкі способи, виявити які вкрай важко.

Стали доступними методи використання у середовищі користувачів телебачення, радіо та інтернету так званих підпорогових подразників. Розроблені й з успіхом застосовуються способи маскування відеозображень і звуку, для яких не потрібні окремі кадри телесигналу. Призначені для прихованої дії відео- та аудіоряди видають на тлі сюжетного ряду. При цьому сюжетні зображення й звуки користувачі сприймають звичайним способом через свідомість, а замаскована інформація одночасно потрапляє в підсвідомість, уникнувши оцінювання й контролю. Внаслідок цього внесена в підсвідомість інформація стає ніби згенерованою власними думками. Отже, створюється ситуація, коли нібито "наші" думки надалі збігаються з висловлюваннями тих, хто ці думки сформував.

Безпосереднє спрямування інформації у підсвідомість користувачів характерне й для інтернету. Нині не всі види негативних дій, спричинених теле- та радіомовленням, піддаються апаратному контролю, тому разом із подальшим пошуком способів вирішення цієї проблеми потрібно розробити й методи, пов'язані із суб'єктом їхнього впливу, тобто з людиною. Такий підхід заснований на залежності між рівнем негативної дії та несвідомими реакціями на них з боку реципієнта.

Ці реакції виявляються у формі змін психофізіологічних параметрів людини, що піддаються апаратному контролю. Це перспективний метод, який дає змогу інтегрально оцінювати сукупність різних за характером негативних дій (фізичних, психофізіологічних та інформаційних) на користувача.

Віддзеркалення речей, їхніх властивостей і реакцій у мозку, зрозуміло, не означає їх переміщення в мозок або утворення фізичних відбитків у ньому на кшталт відбитків на вою. Образ зовнішньої речі, який відтворює людина, є

чимось суб'єктивним, ідеальним. Він не зводиться ані до матеріального об'єкта, що перебуває поза мозком, ані до тих фізіологічних процесів, які відбуваються в мозку й породжують цей образ. Ідеальне — це не що інше, як матеріальне, "пересажене" в людську голову та перетворене в ній [5].

Внутрішній світ людини. Духовний світ людини неможливо ані відчувати, ані бачити, ані чути, ані виявити жодними приладами чи хімічними реактивами. У мозку ніхто ще безпосередньо не знайшов жодної думки: думка ідеальна й не існує у фізичному й фізіологічному значенні цього слова. Водночас і думки, й ідеї — реальні. Вони існують, а отже не можна вважати ідею недійсною. Проте її дійсність, реальність не матеріальна, а ідеальна.

Це наш внутрішній світ, наша особиста, індивідуальна свідомість, а також весь світ надособистої духовної культури людства, тобто ідеальні явища, що зовні об'єктивувалися. Отже, важко визначити, що реальніше — матерія чи свідомість. Матерія — об'єктивна, а свідомість — суб'єктивна реальність.

Свідомість належить людині як суб'єктові, а не об'єктивному світу. Не існує "нічиїх" відчуттів, думок, почуттів. Будь-яке відчуття, думка, ідея є відчуттям, думкою, ідеєю конкретної людини. Суб'єктивність же образу — це не довільне привнесення чогось від суб'єкта: об'єктивна істина є теж суб'єктивним явищем. Водночас суб'єктивне виступає і в значенні неповної адекватності образу оригіналу [6].

Зміст уявного образу предмета визначається не анатомофізіологічною організацією людини й не тим, що суб'єкт, який пізнає, знаходить безпосередньо в природі на основі індивідуального досвіду. Його зміст є синтетичною характеристикою об'єкта, здобутою під час предметно перетворювальної діяльності. Цим відкривається принципова можливість об'єктивного вивчення свідомості: її можна пізнати через форми виявлення в чуттєво практичній діяльності.

Суб'єктивний образ як знання та духовна реальність і фізіологічні процеси як його матеріальний субстрат — якісно різні явища. Нерозуміння цієї специфіки породжувало механічну тенденцію до їх ототожнення. Абсолютизація специфіки свідомості як суб'єктивного образу породжує тенденцію до протиставлення ідеального й матеріального та доведення його до повного розпаду світу на дві субстанції: духовну й матеріальну [6].

Свідомість і об'єктивний світ — протилежності, що утворюють єдність. Основою його є практика, чуттєво-предметна діяльність людей. Саме вона й породжує потребу психічного свідомого

віддзеркалення дійсності. Необхідність свідомості, до того ж свідомості, що дає достовірне віддзеркалення світу, полягає в умовах і вимогах життя.

Найважливішим складником свідомості, що ставить решту її компонентів ніби за дужки, є самосвідомість. Це своєрідний центр нашої свідомості, інтегративний початок у ньому. Це усвідомлення людиною свого тіла, своїх думок і почуттів, своїх дій, свого місця в суспільстві, інакше кажучи, усвідомлення себе як особливої та єдиної особи [6]. Самосвідомість — історичний продукт, вона формується лише на визначеній, до того ж доволі високій стадії розвитку первісного суспільства. Водночас вона є продуктом індивідуального розвитку: у дитини її основи закладаються приблизно у віці 2—4 років.

Динаміка самосвідомості. У розвитку, динаміці самосвідомості можна виокремити три рівні. Перший — рівень самопочуття, що зводиться до елементарного усвідомлення свого тіла та його введення в систему речей, що оточують людину. Саме завдяки цьому вона не лише виокремлює себе з предметного світу, а й має можливість вільно орієнтуватися в ньому. Другий рівень самосвідомості реалізується в усвідомленні належності до певної спільноти, культури, соціальної групи.

Найвищий рівень розвитку самосвідомості — виникнення усвідомлення "Я" як такого утворення, котре хоча й схоже на "Я" інших людей, але одночасно неповторне, причому здатне не лише здійснювати вчинки, а й відповідати за них, що припускає потребу й можливість контролювати власні дії, самооцінювати їх.

Отже, самосвідомість характеризує й самопізнання, й зіставлення себе з певним ідеалом "Я", а отже, контроль і самооцінку, а також виникнення на цій основі почуття задоволення або незадоволення собою. Саме усвідомлення людиною свого "Я" може реалізуватися лише через зіставлення себе з іншими людьми. Це зайвий раз свідчить про громадську природу свідомості, що формується під час колективної діяльності й людського спілкування.

Самосвідомість характеризується двома взаємопов'язаними властивостями — предметністю та рефлексивністю.

Перша властивість дає можливість співвідносити наші відчуття, сприйняття, уявлення, уявні образи з предметним світом поза нами, що дає змогу забезпечити націленість свідомості на зовнішній світ. Рефлексія — це такий бік самосвідомості, що, навпаки, зосереджує увагу на власне її явищах і формах. Під час рефлексії людина усвідомлює своє "Я", аналізує його, зіставляючи себе з ідеалом, розмірковуючи про

своє ставлення до життя, закріплюючи або змінюючи певні життєві орієнтири. При цьому в оцінках і самооцінках також трапляються помилки.

Перевірка й коригування у цьому разі можливі за умови уважного ставлення до оцінок інших людей і тверезого зіставлення з ними самооцінок. Отже, самосвідомість не є певною константою, вона не лише виникає під час спільної діяльності й спілкування з іншими людьми, а й постійно перевіряється та коригується в процесі поглиблення та розширення міжособистісних стосунків. Більшість населення відчуває й розуміє негативний вплив ЗМІ.

Слід зупинити це безумство! Заборонити порнорекламу, порнолітературу, фільми, що пропагують зло й насильство. Тільки віра, надія та любов до рідної країни допоможуть врятувати нові покоління.

У січні 2002 р. на X Міжнародних Різдвяних освітніх читаннях ЗМІ було піддано критиці: "На американському телебаченні сьогодні прагнуть демонструвати більше програм, що викликають добрі почуття, пробуджують патріотизм і співчуття до страждених, викликають розуміння того, що побачене на екрані може втілитися в реальності й не обернутися тисячами загиблих. А в нас, як і раніше, будь-який виступ проти пропаганди насильства, розпусти, цинізму намагаються оголосити посяганням на свободу самовираження".

Попри широку громадську критику, принципів змін у діяльності українських ЗМІ не відбувається. Мабуть, за прикладом зарубіжних країн із негативними проявами та впливами вітчизняним медіа слід боротися завдяки вдосконаленню відповідних законів, створенню громадських наглядових рад при ЗМІ, посиленню вимог громадських організацій і рухів до законодавчої, виконавчої та судової систем.

Свобода інформації не повинна перетворюватися на беззаконня, котре вчиняють безвідповідальні люди. Процес впливу ЗМІ на формування суспільної свідомості, супроводжуючи новітню історію людської спільноти, багато в чому визначає характер глобалізації сучасної інформаційної епохи, трансформуючи індивіда відповідно до потреб суспільства.

Процес цей неминучий, від нього неможливо самоізолюватися або залишатися осторонь, оскільки вплив відбувається незалежно від бажань людини, нижче за пороги її безпосереднього сприйняття. Від того, наскільки вдасться скерувати цей процес у потрібному напрямі, залежить психологічне й навіть психічне здоров'я майбутнього покоління.

Логіка ведення інформаційної війни. Друга війна в Іраку 1991 р. була лише початковою в черзі конфліктів нового типу. Це війни, в яких медійне висвітлення має вирішальне значення і які у військових колах позначають як інформаційні. Проте в чому відмінність між інформаційним і звичайним протиборством, адже механізми пропаганди відомі й використовувалися давно?

В інформаційному протистоянні перемога в медійному просторі фактично важливіша, ніж перемога на полі бою. Це ключова відмінність від традиційних воєн, в яких хоча й застосовують інструменти пропаганди, однак результат остаточно визначається на реальному театрі воєнних дій.

Чому в інформаційній війні пропаганда важливіша за збройне протистояння? Тому що перемога в медійному просторі є вирішальною для чинника мобілізації й консолідації суспільства, а отже й для результату конфлікту. Якщо війна завершується перемогою в реальності, а не в ЗМІ, то риторика публічного висвітлення здатна спричинити ефект протидії мобілізації та врешті-решт анулювати досягнутий результат. Це означає, що в підсумку з найбільшою вірогідністю війну виграє сторона, здатна просувати в ЗМІ й, відповідно, в загальному сприйнятті реальності, свій наратив. З позиції військових бюджетів такий підхід робить важливішим інвестицію фінансів у PR-стратегію, ніж у традиційну зброю. Слід також враховувати той чинник, що ініціатори війни не можуть ігнорувати медійну сферу і не чинити на неї впливу.

Який механізм такого планування? В його основі — ті самі технології, що й у сфері реклами та PR. Перш ніж вивести на ринок новий продукт, фахівці проводять дослідження споживчих звичок, очікувань, потреб і страхів цільової групи. Персонажів і сценарій рекламних відео продумують з урахуванням неусвідомлених прагнень та асоціацій цільової групи. Якщо нею, наприклад, є певне покоління, то увагу приділяють навіть дитячим та юнацьким спогадам, опорним для цієї аудиторії, й подальшому життєвому досвіду її представників.

Під час створення певного бранда завжди важливо, які думки й асоціації він пробуджує у споживача. Дію кожного поняття, що міститься в рекламному повідомленні, точно зважено й про-

раховано. Якщо продукт чи фірма мають погану репутацію, то будуть розроблені рекламні стратегії, що обійдуть ці асоціації чи спробують перетворити їх на позитивні.

Таку саму технологію застосовують і в інформаційній війні. Відмінність лише в тому, що просувають не позитивний образ продукту, а негативний образ країни-супротивника.

Ті, хто планують інформаційну війну, часто вимушені одразу реагувати на події, що відбуваються, тому довгострокова PR-стратегія має бути доволі гнучкою та передбачати залучення ЗМІ до висвітлення поточних подій.

Висновки. Події в сучасному світі є надзвичайно комплексними й тісно пов'язаними одне з одним. Ця складна реальність суперечить головному постулатові засобів масової інформації — усе має бути максимально спрощеним.

У реальному світі не буває суто чорних чи білих подій, насправді вони мають усі відтінки сірого. Розшифрування реального їх значення — вкрай важке завдання. Поки люди усвідомлять істинне значення подій, час уже буде втрачено, а відповідно й можливість адекватно діяти. Засоби масової інформації ніколи не вдаються до аналізу подій і висвітлюють їх вкрай обмежено відносно того, що відбувається насправді. Кінцева мета ЗМІ — у будь-який спосіб створити слухняного споживача їхньої продукції, який не ставить зайвих запитань.

Виявляти хитрощі політиків і журналістів — захопливий інтелектуальний спорт. І якщо вже доводиться ним займатися, то варто іноді дивитися телевізор і читати газети. Хоча б з профілактичною метою, аби зайвий раз переконатися, що людина — усе ще людина, доки остаточно не перетворилася на "електорат" чи "сегмент ринку". Простим засобом психологічного захисту від пропагандистського "промивання мізків" є свідоме переривання контактів із джерелом інформації. Наприклад, доцільно періодично не дивитися телевізор один-два тижні, щоб сталося "відновлення" свідомості. Примари, вселені телебаченням, розчиняються, після чого різко підвищується концентрація уваги й за певний час користувач легко помічатиме, з яких телепередач "стирчать вуха" маніпуляторів.

Список використаної літератури

1. *Вачнадзе Г. Н.* Всемирное телевидение: новые средства массовой информации — их аудитория, техника, бизнес, политика / Г. Н. Вачнадзе. — Тбилиси : Ганатлеба, 1989. — 670 с.
2. *Сенченко Н. И.* Невидимая война: психофизическое оружие / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2019. — 383, [1] с. : ил. — (Серия "Четвертая мировая латентная война").
3. *Горбунов А. С.* Насильственное воздействие на личность со стороны средств массовой коммуникации : автореф. дис. ... канд. филос. наук / Горбунов Александр Сергеевич ; Московский педагогический университет. — Москва, 2000. — 197 с.

4. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. — Москва : Алгоритм, 2002. — 285, [2] с.
5. Сенченко М. І. Мас-медіа, піар як засоби маніпуляції / М. І. Сенченко, О. М. Сенченко. — Київ : Ліра-К, 2022. — 200 с.
6. Дубинин І. І. Динамика обыденного сознания / И. И. Дубинин, Л. Г. Гуслякова. — Минск : Университетское, 1985. — 135 с.

Oksana Senchenko,
PhD of Social Communications,
Senior Lecturer of the KNUCA

Is the media a means of knowing the world or manipulating consciousness?

The article highlights some aspects of the influence of the media on the human subconscious. It has been found that today the world community is moving from direct knowledge of the world around it to knowledge of the world — mediated by the media — the virtual world, which is increasingly pretended to be real.

It is noted that today the main means of profit and struggle for power is mass disinformation, including through the media. Inequality in access to information and misinformation are the basis of market and power-democratic speculation.

The dangers associated with the activities of the media are considered. In particular, raising the information threshold of perception in an aggressive information environment can be used for explicit and implicit methods of manipulation; means of communication contribute to the transformation of people into information addicts; latent neurolinguistic programming is widely used, etc.

In the context of the influence of the media on the consciousness and psyche of man, the peculiarities of his inner world and the dynamics of self-consciousness are analyzed.

The negative consequences of the mass media influence on users and possible ways of its neutralization are analyzed. It was emphasized that the example of foreign countries with negative manifestations and influences of domestic media should be combated by improving relevant laws, creating public oversight councils in the media, strengthening the requirements of public organizations and movements to the legislative, executive and judicial systems.

Keywords: manipulation; subconscious; TV; mass media; zombies; misinformation; information drug

References

1. Vachnadze G. N. (1989). *Vsemirnoe televidenie: novye sredstva massovoj informacii — ih auditoriya, tehnika, biznes, politika*. Tbilisi: Ganatleba.
2. Senchenko N. I. (2019). *Nevidimaya vojna: psihofizicheskoe oruzhie*. Kiev: Lira-K.
3. Gorbunov A. S. (2000). *Nasilstvennoe vozdejstvie na lichnost so storony sredstv massovoj kommunikacii*. PhD. Moskovskij pedagogicheskij universitet.
4. Kara-Murza S. (2002). *Manipulyaciya soznaniem*. Moskva: Algoritm.
5. Senchenko M. I. & Senchenko O. M. (2002). *Mas-media, piar yak zasobi manipulyaciyi*. Kyiv: Lira-K.
6. Dubinin I. I. & Guslyakova L. G. (1985). *Dinamika obydenного soznaniya*. Minsk: Universitetskoe.

Надійшла до редакції 14 березня 2022 року



ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 327:303.444](045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2022.3(308).28-34

Юлія Чепелюк,
аспірантка Київського національного
університету культури і мистецтв,
e-mail: chepelyuk12@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4834-1392>

Методи аналітико-прогностичних досліджень дипломатичних представництв

У статті систематизовано та схарактеризовано методи аналізу інформації й прогностичні методи політичного аналізу, придатні для використання в інформаційно-аналітичній діяльності дипломатичних представництв. Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні сукупності наукових методів, а також системного й структурно-функціонального підходів, що дало змогу комплексно розглянути методи аналізу інформації та прогностичні методи політичного аналізу. Наукова новизна здобутих результатів полягає в систематизації та узагальненні методів аналітико-прогностичних досліджень, які доцільно застосовувати в інформаційно-аналітичній діяльності дипломатичних представництв.