

Ромах О. В.,
аспірантка Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

Romakh Oksana,
PhD Student of the Institute of Journalism
of Taras Shevchenko National University

УДК 007:[070.15:316.776.23+316.658]

Способи протидії формам навіювання страху в медіа

Methods of overcoming the suggestion of fear in the media

РЕФЕРАТ. У статті розглянуто сутність страху як базової емоції та механізму її використання для маніпулятивного впливу на людину за допомогою ЗМІ.

Мета статті полягає у виявленні способів опору аудиторії навіюванню страху та тривожності. Метод реферування використано для фіксування підходів різних науковців до окресленої проблеми; аналіз та синтез дав змогу дослідити та звести до єдиного знаменника описані способи опору аудиторії навіюванню та маніпулюванню. Показано, що ефективність психологічного захисту від маніпулювання громадською свідомістю передбачає цілий комплекс взаємозв'язаних заходів (діагностика маніпулювання, профілактика та протидія маніпулятивним впливам), що здійснюються паралельно на суспільному та індивідуально-особистісному рівнях. Варто зосереджуватись не на тому, чого потрібно уникнути, а на тому, до чого потрібно прагнути. У статті також наголошено на важливості медіаграмотності як аудиторії, так і працівників засобів масової інформації.

Ключові слова: маніпулювання свідомістю; страх; базова емоція; ЗМІ.

ABSTRACT. The article considers the the essence of fear as basic emotions, and the mechanism for the use of manipulative human exposure media means.

The purpose of the article is to identify ways of audience resistance by spreading fear and anxiety. referencing method used to fix a variety of approaches to the scientists identified problem; analysis and synthesis allowed to investigate and bring to a common denominator audience resistance description of the method of suggestion and manipulation. It has been shown that the effectiveness of psychological protection against manipulation of public opinion provides a set of interrelated activities (manipulation of diagnosis, prevention and counteraction manipulative influences), carried out in parallel to the social and individual level. It should not focus on what you need to avoid, and what to aspire to. The article also accentuated the importance of media literacy in the audience and media professionals.

Keywords: mind control; fear; the basic emotion and the media.

Вступ. На сучасному етапі розвитку суспільства, який справедливо називають інформаційним, засоби масової інформації посідають панівне місце в передачі знань і відомостей. ЗМІ мають широкий доступ до управління суспільною думкою, тобто до маніпулювання свідомістю. Враховуючи те, що значну роль у маніпулюванні відіграє емоційна сфера, доцільно розглянути особливості впливу на емоції (зокрема на страх) при маніпулюванні свідомістю людини через засоби масової інформації.

У науковій літературі маніпулювання свідомістю розглядається за двома напрямками. Психологічний аспект цього питання вивчали такі

вчені, як Р. Гаріфуллін, С. Зеленський, В. Панкратов, В. Шейнов. У свою чергу, С. Кара-Мурза, В. Крисько, В. Лисичкін, А. Моль, О. Філатов, Н. Чомський, Л. Шелепін досліджували політичні аспекти маніпулювання свідомістю.

Проте протидію навіюванням страху досі докладно в науці не розглядали. У галузі соціальних комунікацій тему продукування страху засобами медіа розглянуто досі не було.

Гіпотезою статті є припущення, що людина може протистояти впливу ЗМІ, але способи опору залежать не лише від зовнішніх чинників, а й від внутрішніх настанов.





Мета статті полягає у виявленні способів опору аудиторії від навіювання страху та тривожності.

Метод дослідження. Для досягнення поставленої мети були використані загальнонаукові методи: метод реферування, узагальнення, аналізу та синтезу. Реферування використовувалось для фіксування підходів різних науковців до окресленої проблеми. Аналіз та синтез дав змогу дослідити та звести до єдиного знаменника описані способи опору аудиторії від навіювань та маніпулювання, що дало змогу більш глибоко вивчити проблему.

Результати дослідження. ХХ ст. характеризується певними новими тенденціями, які тією чи іншою мірою пов'язані з формуванням нового типу цивілізації, що дістала назву інформаційної. Інформаційний простір став настільки значущим для вирішення соціальних чи політичних завдань, що утворився новий феномен впливу, який відбувається через ЗМІ [1, 353–356].

У наші дні засоби масової інформації стали головним інструментом для поширення повідомлень, що впливають на суспільну свідомість.

Маніпулювання свідомістю (МС) – це відповідний вплив на психіку, емоції та свідомість особистості з метою зміни та управління її ціннісними орієнтаціями, формування штучних потреб, мотивів, емоційного настрою для зміни поведінки цієї ж особистості в інтересах ініціатора маніпулятивного впливу [2, 141].

За визначенням С. Кара-Мурзи, маніпулювання свідомістю є впливом на психічні структури людини, який здійснюється потай і ставить своїм завданням зміну думок, спонукань і цілей людей у потрібному напрямі [3, 127]. Такий вплив найкраще реалізовується, коли інформація потрапляє у свідомість через емоції, обминаючи логіку.

Страх – емоція, що виникає у ситуації загрози біологічному або соціальному існуванню індивіда і спрямовується на джерело справжньої чи уявної загрози. Страх розглядається як одна з трьох первісних емоцій поряд з радістю та гнівом, на основі якої в процесі еволюції вибудувалися вторинні, зокрема емоції смутку, провини та сорому [4, 44]. Як базова емоція, страх спричинений певними вродженими детермінантами або стимулами, притаманними людині як виду. Крім того, з розвитком цивілізації з'явилися нові загрози, які перетворилися на набуті детермінанти [5].

Культивування страху раніше використовувалось в основному для примусу, для утвердження державної влади. Нині залучаються все нові способи пробудження цієї емоції для різних цілей. Проте найбільшим ретранслятором різноманітних емоцій залишаються медіа. Отже, постає питання захисту від маніпулювання крізь страхи.

Захист від маніпулювання страхом – це система дій, спрямована на усунення чи зведення до

мінімуму негативних переживань (відчуття тривоги, невпевненості, вини, дискомфорту тощо), що можуть травмувати особистість. Однією з основних умов ефективного захисту від маніпулювання є своєчасна, виважена та науково обґрунтована діагностика впливу на людину. Це свого роду профілактика, яка може зберегти психіку людини.

На думку О. Бойко [6, 29-198], діагностика маніпулятивного впливу має складатися з таких етапів:

– виявлення симптомів та синдромів маніпулятивного впливу (відчуття незручності, внутрішньої боротьби, коли в об'єкта психологічного впливу немає бажання здійснювати ту чи іншу дію, але обставини складаються так, що її необхідно здійснювати, щоб «не втратити обличчя»);

– визначення соціотипу маніпулятора (дає можливість прогнозування характеру, інтенсивності та динаміки маніпулятивного впливу, який суттєво залежить від соціально-психологічних особливостей особистості маніпулятора, тобто від його своєрідності);

– з'ясування ролі, яку обрав маніпулятор у комунікаційному акті (визначення психологічної маски, під якою приховується ініціатор негативного психологічного впливу, – Батька, Дорослого чи Дитини; причому вибір певної з ролей від віку не залежить, до того ж він за певних обставин може змінюватись, оскільки людина має здатність та схильність до зміни цих ролей/станів);

– виявлення мішеней маніпулятивної дії (психічні структури та стани, на які здійснюється вплив з боку ініціатора дії і які змінюються в тому напрямі, який відповідає меті дії);

– визначення об'єктів маніпуляції (потреби, установки, емоційні стани і под., які можуть бути потужними чинниками регулювання, коригування та зміни людської поведінки);

– з'ясування моделі маніпулятивної дії:

- а) перевантаження інформацією;
- б) ескалація розумової напруги;
- в) обмеження часу для сприйняття повідомлень;
- г) активне відволікання від осмислення;
- д) стимулювання емоційного мислення;

– виявлення та аналіз ключових прийомів прихованого впливу, які використовує маніпулятор, що дає можливість:

- а) ідентифікувати використання конкретного прийому;
- б) певною мірою уточнити соціотип маніпулятора, який схильний до використання певної групи засобів психологічного впливу;
- в) знайти ефективну протидію у разі пасивного захисту;
- г) мати потужний викривальний козир у разі захисту активного.





Коли факт психологічного маніпулювання встановлено, можна обрати оптимальний спосіб психологічного захисту. У своїй сукупності психологічний захист є складною системою соціальних, соціально-психологічних та індивідуально-особистісних механізмів, утворень і форм поведінки, які повинні забезпечити інформаційно-психологічну безпеку людини в суспільстві, її психологічну захищеність в умовах дії різноманітних інформаційних чинників та в різних інформаційно-комунікаційних ситуаціях.

Дослідники у сфері психології виділяють три рівні організації психологічного захисту [7, 98–115]:

- соціальний (у масштабах суспільства);
- соціально-груповий (у межах різних соціальних груп і організацій);
- індивідуально-особистісний.

На першому рівні захист здійснюється регулюванням та організацією інформаційних потоків (через формування системи поширення інформації в суспільстві). На цьому рівні суб'єктами захисту виступають держава й суспільство через діяльність своїх соціальних інститутів (система освіти, система поширення цінностей, традицій, соціальних норм тощо).

На другому рівні психологічний захист здійснюється через використання внутрішньогрупових інформаційних потоків і джерел, а також специфічних для конкретних соціальних груп та організацій способів соціальної взаємодії (переробки й оцінювання групових норм, орієнтації, переваг певних комунікаторів, регламентацій правил і процедур роботи та взаємодії із зовнішніми інформаційними джерелами тощо). На цьому рівні суб'єктами психологічного захисту особистості є: сім'я, виробничі структури, громадські, політичні, релігійні та інші об'єднання й організації.

На третьому, індивідуально-особистісному рівні, психологічна безпека особистості забезпечується механізмами індивідуально-психологічного захисту (комплекс захисних механізмів та способів поведінки окремої особистості). На цьому рівні захист від психологічного маніпулювання може бути як свідомим, так і неусвідомлюваним.

Неусвідомлений (напівсвідомий) захист від маніпулювання ґрунтується на використанні захисних механізмів психіки, тобто механізмів, що забезпечують усунення або мінімізацію негативних переживань, які травмують особу, її самооцінку, образ власного «Я».

Оскільки захисні механізми психіки діють на рівні підсвідомості, тому людина не усвідомлює причин, мотивів, цілей, факту своєї захисної поведінки щодо певного явища або об'єкта. Це може спотворювати реальність.

Ключовим моментом організації свідомого захисту від маніпулювання є її виявлення і розпізнання. Як правило, про використання маніпулятивних технологій свідчать зміни в ситуаціях взаємодії (відчуття примусу, силового тиску; необґрунтовано прискорений темп обговорення важливих проблем; дефіцит часу, відпущеного на ухвалення рішення; обмеження переліку обговорюваних ідей, незмінні формулювання, регулярне повернення до однієї теми; нестандартна поведінка опонента тощо), а також зміни в поведінці самого маніпулятора (невмотивовано часта поява або підкреслено чіткий прояв психічних автоматизмів у поведінці; виникнення почуття провини, небезпеки; емоційний дисбаланс; дивність, повторюваність, різкі сплески емоцій тощо) [6, 395–399].

Отже, ефективність психологічного захисту від маніпулювання свідомістю залежить як від зовнішнього середовища (рівня суспільного та демократичного розвитку в державі), так і від сформованості внутрішньоособистісного ресурсу протидії маніпулятивним чинникам у кожного окремого громадянина. За умов нестабільної громадсько-політичної ситуації визначальними є особливості характеру самої людини.

Належний рівень культури вважається важливою протидією від маніпулювання. Такий рівень передбачає здатність людини до самовизначення, до проведення демаркаційної лінії між її внутрішнім світом та зовнішнім оточенням (міжвласним «Я» або колективним «Ми» та іншими «Я – Ми»). Коли з'являються саме такі рамки, тоді виникає почуття власної гідності та межі до гідності інших, належна повага до своєї унікальної суб'єктності [8, 27].

Отже, найкращою профілактикою психологічного маніпулювання є розвиток у кожної людини критичного мислення і рефлексії, формування навичок асертивної поведінки, що мають закладатися у процесі освіти та виховання.

Критичність мислення (*critical thinking*) – виявляється в здатності людини не підпадати під вплив чужих думок, об'єктивно оцінювати позитивні та негативні аспекти, явища або факти, виявляти цінне та помилкове в них [9, 110].

Критичне мислення трактується також як прагнення все аналізувати, оцінювати, не приймати все на віру; вміння правильно, об'єктивно оцінювати свої дії, здібності, виявляти і визначати свої помилки, піддавати критичному розгляду пропозиції та судження інших людей.

Рефлексія (*reflexion*) – у соціальній психології механізм усвідомлення індивідом того, як його насправді сприймають і оцінюють інші індивіди чи групи [9, 188].

У нашому контексті рефлексія розуміється як спрямованість людини на пізнання самого себе,





свого внутрішнього світу, психічних якостей і станів; вміння уявляти себе на місці іншої людини, у думках програвати ситуацію за неї.

Тому аналіз ситуації, розуміння власних цілей і того, до чого прагне партнер по спілкуванню, дає змогу людині конструктивно взаємодіяти – іншими словами, бути асертивним.

Асертивність (assertion) – здатність людини відстоювати свою точку зору, не порушуючи моральних прав іншої людини, здатність оптимально реагувати на критику та вміння рішуче говорити собі та іншим «ні», якщо цього вимагають обставини.

Асертивність проявляється у самоствердженні особистості; свідомому прийнятті вимог інших без страху, невпевненості, напруги, іронії тощо. Асертивна людина не діє на шкоду іншим, поважає чужі права, при цьому з повагою ставиться і до себе самої. Асертивність передбачає «неконфліктну поведінку», «уміння вирішувати конфлікти», тобто поведінку людини (включаючи конфліктні ситуації) на основі таких якостей:

1) повага до себе, почуття власної гідності, чесність, протидія маніпуляції;

2) повага до інших, дружельюбність, визнання права інших на власну точку зору, позицію, невикористання стосовно інших маніпулятивних технологій;

3) використання при вирішенні конфліктних ситуацій принципу співробітництва [9, 21].

Велику вагу в цьому аспекті відіграє питання медіаграмотності особистості (як у комуніката так і у комуніканта). Колосальну роботу з упровадження журналістських стандартів і медіаграмотності проводить Академія української преси (АУП), діяльність якої ґрунтується на принципах практичного журналізму, свободи слова та розвитку демократії в Україні. На офіційному сайті АУП місією організації визначено «сприяти поінформованому та критичному сприйняттю медіа українським суспільством та дотриманню стандартів соціальноповідальної журналістики», а метою – «запропонувати українським журналістам та прес-секретарям, незалежно від їх політичних поглядів, можливості підвищення кваліфікації та професійного рівня та здійснювати координацію вже існуючих журналістських заходів». Академія української преси проводить безліч тренінгів і семінарів, на яких журналісти, освітяни, студенти, редактори та видавці мають можливість ознайомитися з чітким визначенням журналістських стандартів та їхнім місцем у повсякденній роботі медіа. Президент АУП В. Іванов наголошує, що робота з медіаграмотності перш за все має бути впроваджена у школах, адже дорослі більш захищені, ніж діти, які сприймають усю інформацію на віру. Для цього потрібні квалі-

фіковані кадри. Отже, викладачам, які вже давно працюють, слід підвищити свою кваліфікацію, а також варто готувати нові кадри в цій сфері.

Коли індивід отримує інформацію, яка суперечить властивим йому моделям поведінки чи моральним принципам, з'являється внутрішній конфлікт, що веде до перегляду мотивації. Багато з фільмів і телепрограм збуджують психіку глядачів. Такий вплив може бути довготривалим, а реакція переляку, симпатії та антипатії до персонажів – стійкою.

Успішний вплив включає в себе 3 послідовних етапи, коли слухачі повинні: 1) звернути увагу на медіаповідомлення; 2) зрозуміти зміст; 3) погодитись зі змістом повідомлення.

Проаналізуємо такий успішний вплив на прикладі соціальної реклами проти наркоманії. Наприклад, плакат «Скажи наркотикам ні!» намагається впливати на всі цільові аудиторії: на тих, хто ще не спробував, на тих, хто тільки почав і на тих, хто давно вже залежить від наркотиків. При цьому плакат зображує страхітливі демонічні образи наркоманів. У цьому полягає головна помилка – конфліктне розташування закликати кинути наркотики і наочної демонстрації прийому наркотиків. Людина відчуває страх, відбувається шок, створюється напруга, і людина просто не пускає у свідомість наркотики.

Деякі рекламні акції, навпаки, перебільшують наявні проблеми. Версія про практичну неможливість «зіскочити з голки» найчастіше використовується з благородною метою – застерегти молодих людей від вживання наркотиків. Однак ефект від неї найчастіше прямо протилежний.

Отже, варто показати не те, чого потрібно уникнути, а те, до чого потрібно прагнути. Ефективний принцип припинення непотрібної дії – показ більш сильної дії. Потрібно показати щось більш цікаве. Коли на плакатах зображуються страшні картини наркоманії, це сприяє лише тому, що людина з більшою силою не пускає їх у свідомість і з меншою ймовірністю проектує їх на своє майбутнє. «Людина повинна не розхотіти робити щось. Вона повинна сильно захотіти щось робити. Сильно захотіти чогось іншого і побачити його близько – ось, що повинні робити люди після сприйняття дієвої соціальної реклами» [7]. Тому в соціальній рекламі варто демонструвати силу власних можливостей людини.

Проте типовішою і практично важливішою є зворотна ситуація. Коли люди чекають страшною події, якої невідомо як уникнути, стимулом паніки може стати словесне позначення очікуваної події або який-небудь інший знак, домальований уявою до джерела страху.

Аудиторія може протистояти навіюванню ЗМІ страху та тривожності вихованням у собі





сили волі. Воля, як відомо, один з найважливіших предикатів свідомості. Без волі немає свідомості.

Ще одним способом протидії маніпулятивному впливу ЗМІ є його дозоване споживання. Тут діє одна із схем контрманіпуляції – щоб уникнути небажаного впливу варто усунути суб'єкт маніпуляції або самому від нього відсторонитись.

Висновки. Основним інструментом медіа є слово. Маючи експліцитне та імпліцитне значення, слово може змінювати сприйняття повідомлення, надаючи йому подекуди протилежний зміст. Зазначена особливість створює ідеальні умови для маніпулювання суспільною свідомістю. Під маніпулюванням свідомістю прийнято розуміти такий непомітний вплив на психіку особистості, результатом якого є зміна поведінки, потреб та ціннісних орієнтацій людини в інтересах ініціатора маніпулятивного впливу. Найслабшою ланкою у захисному бар'єрі психіки є емоції, які, відповідно, становлять значний інтерес для маніпулятора. Однією з основних і найсильніших емоцій людини є страх. Ефективність психологічного захисту від маніпулювання громадською свідомістю передбачає цілий комплекс взаємозв'язаних заходів (діагностика маніпулювання, профілактика та протидія маніпулятивним впливам), що здійснюються паралельно на суспільному та індивідуально-особистісному рівнях. Дієвість цих заходів залежить як від рівня та демократичності держав і суспільства, так і від сформованості внутрішньоособистісного ресурсу протидії маніпулятивним впливам у кожного окремого громадянина.

Список літератури

1. *Почепцов Г. Г.* Психологические войны : [Текст] / Г. Г. Почепцов. – К. : Рефл-бук, Ваклер, 2000. – 529 с.
2. *Лисичкин В. А.* Третья мировая информационно-психологическая война : [Текст] / В. А. Лисичкин, Л. А. Шелепин. – М. : Институт социально-политических исследований, 1999. – 207 с.

Ромаш О. В.

Способы противодействия формам внушения страха в медиа

РЕФЕРАТ. Цель статьи заключается в выявлении способов сопротивления аудитории внушению страха и тревожности. Метод реферирования использовано для фиксирования подходов различных ученых к обозначенной проблеме; анализ и синтез позволил исследовать и свести к единому знаменателю способы сопротивления аудитории внушению и манипулированию. Показано, что эффективность психологической защиты от манипулирования общественным сознанием предусматривает целый комплекс взаимосвязанных мероприятий (диагностика манипулирования, профилактика и противодействие манипулятивным воздействиям), осуществляемые параллельно на общественном и индивидуально-личностном уровнях. Стоит сосредоточиться не на том, чего нужно избежать, а на том, к чему нужно стремиться. В статье также акцентировано на важности медиаграмотности как аудитории, так и работников средств массовой информации.

Ключевые слова: манипулирование сознанием; страх; базовая эмоция; СМИ.

3. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием: [Текст] / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Медиа Книга, 2005. – 500 с.

4. *Туренко О. С.* Страх : попытка философского осмысления феномена : [Текст] / О. С. Туренко. – К. : Парапан, 2006. – 216 с.

5. *Izard C. E.* The Psychology of Emotion / C. E. Izard. – London : Plenum Press, 1991. – 451 p

6. *Бойко О. Д.* Политичне маніпулювання / О. Д. Бойко. – К. : Академвидав, 2010 – 432 с.

7. *Панкратов В. Н.* Защита от психологического манипулирования : [Текст] / В. Н. Панкратов. – М. : Изд-во Института Психотерапии, 2004. – 208 с.

8. *Ожеван М. І.* Маніпулятивні стратегії / М. І. Ожеван // Підприємництво в Україні. – 2001. – № 9. – С. 26-27.

9. *Психологія особистості : Словник-довідник* / За ред. П. П. Горностая, Т. М. Титаренко. – К. : Рута, 2001. – 320 с

Reference list

1. *Pochepcov, G. G.* (2000), Psychological Wars, Refl-buk, Vakler, Kyiv, 529 p.
2. *Lisichkin, V. A. & Shelepin, L. A.* (1999), The Third World Information-Psychological War, the Institute of Socio-Political Researches ASY, Moscow, 207 p.
3. *Kara-Murza, S. G.* (2005), Manipulation of Consciousness, Media Kniga, Moscow, 500 p.
4. *Turenko, O. S.* (2006), Fear: an Attempt to Philosophical Understanding of Phenomenon, Parapan, Kyiv, 216 p.
5. *Izard, C. E.* (1991), The Psychology of Emotion, Plenum Press, London, 451 p.
6. *Bojko, O. D.* (2010), Political Manipulation: a Monograph, Akademvidav, Kyiv, 432 p.
7. *Pankratov, V. N.* (2000), Protection from Psychological Manipulation, Izd-vo Instituta Psihoterapii, Moscow, 208 p.
8. *Ozhevan, M. I.* (2001), "Manipulation strategies", Pidpryyemnytstvo v Ukrayini [Business in Ukraine], № 9, pp. 26-27.
9. *Hornostai, P. P. & Tytarenko, T. M.* (Ed.) (2001), Personality Psychology: a Dictionary Manual, Ruta, Kyiv, 320 p.

