

СТРАХ ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті визначено роль ЗМІ у сучасному суспільстві та розглянуто поняття про маніпулювання свідомістю. З'ясовано сутність страху як базової емоції та механізму її використання для здійснення маніпулятивного впливу на людину через ЗМІ.

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

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства, який справедливо називають інформаційним, засоби масової інформації (ЗМІ) посідають панівне місце в передачі знань і відомостей. Таким чином, ЗМІ як жодна інша соціальна структура мають широкий доступ до управління суспільною думкою, тобто до маніпулювання свідомістю. Враховуючи те, що значну роль у цій сфері діяльності відіграє не лише використання механізмів психіки людини, але й емоційна сфера, доцільно розглянути особливості впливу на емоції людини при маніпулюванні свідомістю через засоби масової інформації.

Аналіз актуальних досліджень. У науковій літературі маніпулювання свідомістю розглядається за двома напрямками. Психологічний аспект даного питання вивчали такі вчені, як Р. Р. Гаріфуллін, С. О. Зеленський, В. М. Панкратов, В. П. Шейнов. У свою чергу, С. Г. Кара-Мурза, В. Г. Крисько, В. А. Лисичкін, А. Моль, О. В. Філатов, Н. Чомський, Л. А. Шелепін досліджували політичну царину маніпулювання свідомістю. Проте використання емоції страху як засобу маніпулювання свідомістю практично не було розглянуто.

Мета даної статті полягає у виявленні механізму використання емоції страху для здійснення маніпулятивного впливу через ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. ХХ століття характеризується низкою нових тенденцій, які тією чи іншою мірою можуть бути виведені з формування нового типу цивілізації, що отримала назву інформаційної, де інформаційні потоки стали основною координатою. Інформаційний простір став настільки значущим для вирішення соціальних чи політичних завдань, що утворився новий феномен впливу, який відбувається через ЗМІ [9, с. 353–356].

У наші дні засоби масової інформації стали головним інструментом для розповсюдження повідомлень, що впливають на суспільну свідомість. Так, А. Моль зазначає, що ЗМІ фактично контролюють всю нашу культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ і надають їм особливої ваги, підвищують цінність однієї ідеї, знецінюють іншу, поляризують таким чином усю сферу культури. Те, що не потрапило до каналів масової комунікації, сьогодні майже не впливає на

розвиток суспільства [8, с. 120]. У результаті сучасна людина практично не може ухилитися від впливу ЗМІ.

У зв'язку з цим суттєво змінюється роль преси. Тепер її метою є не стільки поширення ідей, скільки розповсюдження “стимулів”, які викликають певні реакції [3, с. 194]. Це стає можливим за рахунок того, що всі інформаційні процеси здійснюються і функціонують завдяки системі механізмів громадської та індивідуальної пам'яті, за допомогою яких циркулюють потоки соціальної інформації, що несуть також інформацію маніпулятивного характеру [15].

Механізми сучасної громадської пам'яті та існуюче інформаційне середовище (розгалужена система ЗМІ) створюють оптимальні умови для маніпулювання масовою свідомістю [4, с. 145].

Матеріальну основу громадської пам'яті представляють такі механізми, як звукова членороздільна мова, нейрофізіологічні механізми знакової і понятійної пам'яті індивідів. Ідеальну сторону громадської пам'яті складає мова, її значеннєві вираження, що відтворюють громадську специфіку в самосвідомості та передаються наступним поколінням [15].

Зважаючи на сугестивний вплив слова [3, с. 63], мова стає найліпшим засобом маніпулювання свідомістю, чим активно користуються зацікавлені особи. Так, на Заході ніхто особливо не приховує, що ЗМІ служать інтересам панівної олігархії і на об'єктивність не претендують [3, с. 195]. Американський король преси Г. Льюс у своєму зверненні до співробітників журналу “Time” заявив: “Уявна журналістська об'єктивність, тобто твердження, що автор подає факти без будь-якої ціннісної оцінки, є сучасною вигадкою, не більш, ніж обманом. Я це відкидаю і засуджую. Ми говоримо: “До дідька об'єктивність” [19, с. 331]. Сьогодні ця тенденція успішно стверджується і на теренах України.

Подібний підхід означає, що такий дискурс, як використання мови у соціальному контексті [18, с. 1], починає набувати особливих рис. У процесі дискурсивної діяльності комуніканти видобувають із пам'яті і обробляють інформацію, не лише запропоновану контекстом, але й ту, що зберігається на глибших рівнях пам'яті й міститься у пласті соціокультурних знань [6]. Це свідчить про ситуативну обумовленість мови, пов'язану із залученням широкого соціокультурного контексту і конвенціональних фонових знань [14, с. 151]. Тобто зовні нейтральне повідомлення може містити в собі низку прихованих ідей, які будуть зрозумілими, ясна річ, на неусвідомлюваному рівні, самими носіями мови.

Отже, на даному етапі розвитку цивілізації ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні поглядів і переконань громадян, тобто у маніпулюванні суспільною свідомістю. Розглянемо більш детально поняття маніпулювання свідомістю та механізми здійснення маніпулятивного впливу.

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 [5, с. 141].

За визначенням С. Г. 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 напрямку [3].

О. В. Філатов пропонує під маніпулюванням розуміти такий психологічний вплив на людину, який не завжди нею усвідомлюється і який покликаний продукувати реакції (думки, відчуття, вчинки), що будуть бажаними для маніпулятора (або його замовника) і не збігатимуться із об'єктивними інтересами людини, якою маніпулюють, або безпосередньо їм суперечитимуть [12, с. 4].

Таким чином, проаналізувавши наведені визначення, можна дійти висновку, що МС дозволяє здійснювати непомітний вплив; керувати волею, почуттями та емоціями об'єкта впливу; доводити його до стану інертності шляхом прихованого програмування думок, намірів, установок та поведінки; приховувати справжню інформацію від нього; ініціювати поведінку об'єкта шляхом введення в оману чи впливу на його можливі слабкості.

Визначають такі види маніпуляцій [7]:

- адміністративні маніпуляції, що набувають сили під час виборів;
- економічні маніпуляції, які мають найбільш предметний діапазон – від маніпуляцій цінами до маніпуляцій курсами акцій;
- рекламні маніпуляції, що базуються на поєднанні економічних, інформаційних та мовних маніпуляцій, маючи на меті конкретний економічний зиск;
- міжособистісні маніпуляції, котрі сфокусовані не на маси, як попередні, а на одну особу (або кілька осіб), проявляючись у вигляді сімейних тираній, пресингів на роботі;
- інформаційні маніпуляції, що опанували сферу засобів масової комунікації. На відміну від економічних, маніпулятивне управління інформаційним потоком майже повністю безконтрольне. На рівні державних каналів комунікацій цим успішно займаються найвищі посадовці, вважаючи маніпуляцію органічним і необхідним елементом політики та урядування. На рівні приватних ЗМІ розробляють сценарії власники газет, телеканалів, інтернет-сайтів, тому недоречно звинувачувати журналістів у жонглюванні інформацією;
- мовні маніпуляції, що використовуються як один із інструментів інформаційних маніпуляцій. Від обраного стилю подання залежатиме ставлення громадськості до певної події, а отже, й її реакція на цю подію. У ситуації існування багатьох альтернативних, залежних від різних об'єктів, джерел інформації розпізнати мовні маніпуляції неважко, проте споживачі нерідко консервативні у своїх уподобаннях, стаючи тим самим легкою здобиччю маніпулянтів.

У межах даної роботи ми надалі сконцентруємо увагу на двох останніх різновидах маніпуляцій (мовних та інформаційних).

Маніпуляція свідомістю, на думку Г. Г. Почепцова, стає можливою за умови впливу на *когнітивні, комунікативні та резонансні схеми* [9, с. 114].

Використання когнітивних схем можна подати у вигляді айсберга. Масова свідомість отримує вказівку на верхівку айсберга, за якою йде весь обсяг пов'язаної з нею інформації. Наприклад: Дж. Буш назвав американців, що залишилися в Кувейті у період введення туди іракських військ, “заручниками”. Подібне слово відразу включає набір умов, які у відповідь дозволяють використання військової сили. У разі війни в Чечні таким словом-тригером стало позначення “чеченські бандформування”. Використання подібних слів спирається на сценарії, фрейми, концепти, що відображають наше структурування дійсності. При цьому назва одного з елементів такого стереотипу автоматично викликає у свідомості інші елементи, тобто вказуючи на одне, у відповідь можна отримати зовсім інше.

Комунікативні схеми проявляються, коли резонансна технологія спирається на вже існуючі в суспільстві схеми комунікації, залучаючи до роботи лідерів думок (авторитетні джерела), кількість яких становить 10–20 % від населення. Наявність цієї групи дозволяє проводити дію з меншими інтелектуальними та матеріальними витратами.

Ще одним прикладом використання апробованих схем є власне резонансні моделі. Суть їх полягає в тому, що в певних випадках з набору ситуацій ЗМІ починають “розкручувати” тільки деякі з них. Відповідно, знаючи заздалегідь ці закономірності, ЗМІ можуть допомагати в отриманні потрібного набору інформації. Виділяють дві такі резонансні схеми, на які реагує ЗМІ:

- коли надходить підтвердження вже наявних у суспільстві чуток;
- коли реалізована ситуація вступає в протиріччя зі сформованим іміджем [9, с. 115].

Окрім зазначених, В. О. Авченко [1] пропонує свою класифікацію механізмів впливу, яка, на нашу думку, співвідноситься з класифікацією Г. Г. Почепцова таким чином:

- когнітивним схемам відповідає метод використання “слів-класифікаторів”;
- комунікативним – методи використання анонімного авторитету, буденної розповіді, свідчень очевидців;
- власне резонансним схемам – методи констатації фактів.

Сутність перерахованих методів стає зрозумілою з їх назв, проте ми вважаємо за доцільне зупинитися на описі методу використання “слів-класифікаторів”. У його основі лежить основне правило пропаганди: звертатися не до розуму, а до почуттів людини.

Відомо, що в процесі життя людина вибудовує певні захисні бар'єри на шляху отримання небажаної для неї інформації, які активуються розумом. Для того, щоб обійти подібний бар'єр психіки, необхідно, щоб маніпулятивний вплив було спрямовано на почуття, тобто на те, що

знаходиться в сфері підсвідомості. У даному випадку, “зарядивши” потрібну інформацію необхідними емоціями, маніпулятор може подолати бар’єр розуму і викликати в людини вибух пристрастей, змусивши її пережити [2]. Найефективнішим засобом впливу є посилення на емоцію страху. При цьому необхідна маніпуляторам інформація практично безперешкодно проникає в несвідоме, а вже звідти, через певний час, потрапляє у свідомість, оскільки психіка індивіда в стані емоційної напруги не може адекватно оцінювати всю отриману інформацію – емоції домінують над розумом [2].

Слова-класифікатори – часте явище не лише в газетах, але й в інших засобах масової інформації. “Класифікатори” – це “слова-приправи” для будь-яких повідомлень, їх використання надає текстовому повідомленню емоційного характеру, дозволяє висловити як власне ставлення до події, так і затаврувати за допомогою слів-контрастів негативну позицію конкурентів.

Зазначені методи впроваджуються через конкретні способи МС, які в основному концентруються на використанні механізмів психіки людини [12]. Окрім того, задіюються також такі інструменти маніпулювання свідомістю, як нав’язування напруженого ритму життя та обмеження дозвілля [12].

Застосування подібної системи призводить до розгальмовування біологічних інстинктів та включення інстинкту самозбереження. Механізмами МС, що пов’язані зі зверненням до інстинкту самозбереження, і є культивування й використання страху.

Страх – емоція, що виникає в ситуації загрози біологічному або соціальному існуванню індивіда і спрямовується на джерело дійсної чи уявної загрози [10, с. 651].

Страх розглядається як одна з трьох первісних емоцій поряд із радістю та гнівом, на основі якої в процесі еволюції вибудувалися вторинні, зокрема, емоції смутку, провини та сорому [11, с. 44]. Як базова емоція, страх викликається низкою вроджених детермінант або стимулів, притаманних людині як виду. Окрім того, із розвитком цивілізації з’являлися нові загрози, які перетворилися на набуті детермінанти [17].

До вроджених детермінант або “природних стимулів” Дж. Боулбі відносить такі, як самотність, раптове наближення, раптову зміну стимулу, біль [16].

Природні стимули в теорії Дж. Боулбі доповнюються похідними, які включають [16]:

- темряву (як похідний стимул від самотності);
- тварин (як похідний стимул від раптового наближення та болю);
- незнайомі предмети та люди (як реакція на раптову зміну стимулу).

К. Е. Ізард відзначає, що люди біологічно схильні реагувати на перераховані стимули страхом, тому, незважаючи на свою незначну кількість, вони лежать в основі багатьох набутих активаторів страху [17, с. 296].

Серед набутих детермінант страху прийнято виділяти такі: культурні детермінанти, емоції, потяги та гомеостатичні процеси, когнітивні процеси [16, с. 41]. Обмежуючись рамками нашої роботи, ми зупинимося лише на культурних та когнітивних детермінантах страху.

Культурні детермінанти страху є майже виключно результатом навчання. Феномен страху культивувався архаїчним суспільством як механізм запобігання небезпечним для життя колективу індивідуальним, безглузким та імпульсивним діям, як один зі структурних методів соціального контролю й ефективного керування суспільством на основі “іраціонального авторитету” [13, с. 221]. Дж Боулбі вважає, що багато культурних детермінант страху можуть виявитися пов’язаними з природними детермінантами, замаскованими різними формами неправильного тлумачення, раціоналізації або проекції. Боязнь, наприклад, злодіїв або привидів може бути раціоналізацією страху темряви, а страх перед попаданням блискавки – раціоналізацією страху грому [16]. О. С. Туренко відзначає, що страх є основоположним психологічним механізмом впливу суспільства на індивіда в людській культурі [11, с. 143]. Страх у цьому соціально-культурному процесі, спочатку у формі табу, був не лише усвідомлений як відчуття, проте використаний подвійно: у першому випадку – як регулятор заборонених дій, у другому – як санкція за скоєну заборонену дію. Державний закон, який прийшов на зміну первісному табу, ще більше зосередив у собі відчуття страху, який утверджується як основний мотив законослухняної поведінки громадян [11, с. 144].

Очевидно, що механізм культивування страху і сьогодні використовується як спосіб примушення, а також утвердження державної влади, утім, із залученням нових способів пробудження цієї емоції, наприклад, через ЗМІ.

Когнітивні процеси є найбільш розповсюдженим класом активаторів страху. Наприклад, страх якогось певного об’єкта може бути викликаний уявним відтворенням його в пам’яті або антиципації. Спогад або передбачення страху саме по собі є достатнім для того, щоб викликати сам страх [17, с. 295]. У зв’язку з цим мова, будучи засобом збереження специфічного національного досвіду через вербальне позначення об’єктів, явищ та ситуацій реальності, може бути одним із найефективніших шляхів активації емоції страху.

Висновки. На сучасному інформаційному етапі розвитку суспільства інтелектуальна потреба в отриманні знань задовольняється, головним чином, за допомогою засобів масового інформування. Мас-медіа стають могутнім важелем управління суспільством, що зумовлюється не лише провідною роллю ЗМІ у житті людини, але й специфікою подачі медійного матеріалу. Основним інструментом медіа є слово. Маючи експліцитне та імпліцитне значення, слово може цілком змінювати сприйняття повідомлення, надаючи йому подекуди зовсім 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 в захисному бар'єрі психіки є емоції, які, відповідно, становлять значний інтерес для маніпулятора. Однією з основних і найсильніших емоцій людини є страх. Його визначають як первісну емоцію, що виникає в ситуації загрози біологічному або соціальному існуванню індивіда і спрямовується на джерело дійсної чи уявної загрози. Мова як засіб збереження національного досвіду через вербалізацію явищ дійсності є одним із найефективніших шляхів активації емоції страху і, відповідно, маніпуляції свідомістю.

Література

1. Авченко В. Теория и практика политических манипуляций в современной России [Электронный ресурс] / В. Авченко. – Пси-Фактор. – Режим доступа : <http://psyfactor.org/polman.htm>.
2. Гордеева А. Сравнительный анализ методов манипуляции сознанием читателей газет (на примере “Независимой газеты”, “Известий” и “Советской России”) [Электронный ресурс] / А. Гордеева. – Режим доступа : http://www.politnauka.org/library/prikl/gordeeva.php#_ftn2
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Медиа Книга, 2005. – 500 с.
4. Крысько В. Г. Секреты психологической войны / В. Г. Крысько. – Минск : Публицист, 1999. – 148 с.
5. Лисичкин В. А. Третья мировая информационно-психологическая война / В. А. Лисичкин, Л. А. Шелепин. – М. : Институт социально-политических исследований АСЫ, 1999. – 207 с.
6. Лузина Л. Г. Виды информации в дискурсе / Л. Г. Лузина // Дискурс, речь, речевая деятельность. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С. 137–151.
7. Магдиш, І. Маніпульована демократія [Електронний ресурс] / І. Магдиш // Незалежний культурологічний часопис “Ї”. – 2003. – № 30. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n30texts/N30-manipul.htm>
8. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М : Прогресс, 1973. – 409 с.
9. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – К. : Рефл-бук, Ваклер, 2000. – 529 с.
10. Словарь практического психолога / сост. С. Ю. Головин. – Минск : Харвест, 1997. – 800 с.
11. Туренко О. С. Страх : спроба філософського усвідомлення феномена / О. С. Туренко. – К. : Парапан, 2006. – 216 с.
12. Филатов А. В. Основы распознавания и противодействия манипуляции сознанием (вводный курс) / А. В. Филатов. – Калининград : Сенте, 2006. – 198 с.
13. Фромм З. Анатомия человеческой деструктивности / З. Фромм. – М. : АСТ ЛТБ, 1998. – 672 с.
14. Цурикова Л. В. Проблемы когнитивного анализа дискурса / Л. В. Цурикова // Вестник ВГУ. – 2001. – № 2. – С. 128–157. – Серия 1, Гуманитарные науки.
15. Шипова А. В. Манипулирование сознанием и его специфика в современном обществе : автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.11 / Шипова Анна Владимировна ; Северо-Кавказский государственный технический университет. – Ставрополь, 2007. – 22 с.

16. Bowlby J. Attachment and loss. Vol. I. Attachment / J. Bowlby. – New-York : Basic Books, 1969. – 428 p.
 17. Izard C. E. The Psychology of Emotion / C. E. Izard. – London : Plenum Press, 1991. – 451 p.
 18. Stubbs M. Discourse Analysis: The sociolinguistic analysis of natural language / M. Stubbs. – Oxford : Blackwell, 1983. – 272 p.
 19. Swanberg W. A. Luce and his Empire / W. A. Swanberg. – New York : Charles Scribner's Sons, 1972. – 331 p.
- Отримано 01.02.2012

Summary

Kovalenko Andriy, Denisova Darya. Fear as a Means of the Manipulation of Consciousness in Mass-Media.

The article defines the role of mass-media in the life of modern society and reveals the notion of the manipulation of consciousness. The issue is approached from emotional perspective, highlighting the essence of the emotion of fear as the basic human emotion and the mechanism of its use as a means of the manipulation of consciousness in mass-media.

Keywords: *manipulation of consciousness, fear, basic emotions, mass-media.*