

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СВОБОДУ ВИБОРУ Й САМОВИЗНАЧЕННЯ ЛЮДИНИ

У статті досліджуються проблеми свободи вибору й самовизначення людини під впливом засобів масової інформації. Дискутуються питання про те, чи дійсно ЗМІ мають необмежені можливості впливу на свідомість людей; наскільки вільною є людина, яка знаходиться під постійним тиском ЗМІ.

Жодна філософська проблема не має, мабуть, такого соціального й політичного звучання в історії суспільства, як проблема свободи. Особливо гостро ця проблема відчувається в сучасну епоху, коли технології прихованого управління масовою свідомістю стають з кожним днем досконалішими. У зв'язку з цим виникають питання: наскільки вільною є особа, що знаходиться під постійним тиском ЗМІ? Як прихований вплив ЗМІ діє на свободу вибору й самовизначення людини? Чи обмежують свободу маніпулятивні технології?

Питання про те, чи дійсно ЗМІ мають такі необмежені можливості впливу на свідомість людей, залишається відкритим і зараз. У сучасній науці існують два підходи до проблеми маніпуляційних можливостей ЗМІ: медіаорієнтований і медіацентристський [1: 68]. Згідно з першим підходом, людина розглядається як активний і критично налаштований споживач інформації; ЗМІ не можуть підпорядковувати собі свідомість людини, навпаки, людина пристосовує ЗМІ до своїх потреб. Людина вибирає з інформаційного потоку ті повідомлення, які відповідають її потребам, тим самим формуючи ринок інформації. На думку О.Н. Березкіної, при аналізі ЗМІ як інструменту впливу на масову свідомість слід пам'ятати, що, в першу чергу, вони є засобом комунікації. Людина не просто механічно переробляє отриману інформацію, вона відсіває непотрібну, індивідуально сортує інформацію за ступенем важливості, сама встановлює черговість сприйняття. Масова аудиторія – це, перш за все, індивіди й особистості, а не пасивна маса для споживання духовної продукції. Будь-яка людина самостійно інтерпретує інформацію, що надходить, фільтруючи й оцінюючи її залежно від власної картини світу, свого соціального статусу, культурного розвитку, віросповідання, віку, статі тощо. Спроби ЗМІ нав'язати кардинальні зміни в стереотипах часто стикаються з активним психологічним опором, що є результатом селективного відношення людини не тільки до самої інформації, але й до її джерела [2: 16]. Такої ж точки зору дотримується й Л.У. Доу, стверджуючи, що більшість людей не піддаються маніпуляції зі сторони ЗМІ, оскільки отримані реципієнтом повідомлення сприймаються не автоматично, вони передбачають певні особово-творчі реакції. Під останніми мається на увазі сукупність поглядів й інтересів індивіда або деякі внутрішні чинники, які іноді істотно змінюють результати прихованого впливу [3: 54]. Медіаорієнтований підхід широко поширений як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі.

Згідно з медіацентристським підходом аудиторія ЗМІ – пасивна маса, схильна до навіювання й стороннього управління. ЗМІ створюють для цієї знеособленої маси нову реальність, ілюзорний світ. Представники медіацентристського підходу вважають, що ЗМІ нівелюють індивідуальність людини, позбавляють її самостійності й свободи вибору. Як відзначає Т. Томпсон, один з представників цього напрямку, ЗМІ є сурогатні, лицемірні, принижуючі людську гідність явища, схильні до спрощення, ЗМІ – масове виробництво, що ігнорує індивідуальні смаки. Вони поневолюють розум і руйнують природну культуру [4: 45-58].

На нашу думку, було б недоцільним повністю заперечувати позитивне значення ЗМІ, оскільки вони є ефективним інструментом підтримки суспільної рівноваги й соціальної взаємодії. Але, в той же час, слід визнати, що маніпулятивні можливості мас-медіа величезні. Сучасний світ з кожним днем стає все більш інформаційно насиченим, а тому часто незрозумілим для людей. Людина не здатна самостійно отримати й перевірити всю необхідну їй інформацію, отже, вимушена багато що сприймати як правду. Таким чином, наповнюючи потрібним змістом повідомлення, що передаються ЗМІ, можливо подавати суспільству не лише знання про навколишню дійсність, але й цілеспрямовано формувати емоційні та поведінкові стереотипи, установки, шаблони. Можна стверджувати, що сучасна людина формується й живе в особливій, спотвореній реальності, де ЗМІ створюють сприятливий ґрунт для прихованого впливу на свідомість людини [5: 107-108].

Між розглянутими вище полярними точками зору існує досить багато компромісних підходів, які, в цілому, не заперечують серйозного впливу ЗМІ на свідомість і поведінку населення, але вказують і на важливі обмеження могутності ЗМІ. У процесі дослідження феномена прихованого впливу мас-медіа на свідомість людей необхідно враховувати, що результат подібного впливу залежить від багатьох чинників – соціальних, культурних, політичних, економічних умов, а також від індивідуально-психологічних особливостей людини, на яку направлений маніпулятивний вплив [6: 145-146].

Для поступального руху суспільних систем необхідно, з одного боку, засвоєння досвіду попередніх поколінь, а з іншого – ознайомлення з ідеями, які стосуються майбутнього. Реалізувати це завдання можна шляхом цілеспрямованого розповсюдження й утвердження в масовій свідомості соціально значущих відомостей і знань. Це одночасно й обмежує свободу особистісного самовизначення, й відкриває нові горизонти в пізнанні навколишньої дійсності. Людство ХХІ століття живе в мегайнформаційному просторі й щохвилини одержує відомості про навколишній світ з преси, теле- і радіопередач. Саме ЗМІ, будучи основним постачальником інформації, впливають на формування внутрішньої картини світу людей, своєрідної когнітивно-поведінкової матриці, на основі якої відбувається орієнтація в світі. І в цьому значенні людина інформаційного суспільства не є вільною, оскільки не має змоги самостійно одержувати повні й, головне, достовірні знання про події, що відбуваються. Як справедливо зауважує відомий західний політолог І. Бехер, "...ніхто не каже, що думати заборонено або власні думки небажані. Але бажані думки створюються в таких масштабах, що власне мислення тоне в їх масі, а ці

бажані думки так тонко вводяться в свідомість, що люди сприймають це чуже мислення за результат роботи власної думки" [7: 703-711]. Ця думка особливо актуальна сьогодні, в XXI столітті, коли за масштабами впливу ЗМІ досягли континентального й навіть світового розмаху за рахунок об'єднання в єдину мережу, що охоплює величезну масу людей, які в більшості своїй через брак часу не здатні критично оцінювати й аналізувати отриману інформацію.

Нерідко в ЗМІ використовуються маніпулятивні прийоми впливу на свідомість людей, створюючи ілюзію свободи вибору, але насправді обмежуючи свободу самовизначення особи. З цією метою можуть бути застосовані технології прихованого тиску на емоційну складову масової свідомості. Наприклад, фахівцям в області пропаганди відомо, що масовий прояв пригніченості на фоні переживання почуття вини, знижує вольовий потенціал суспільства, створюючи передумови для успішного маніпулювання [8: 56-91]. Залежно від емоцій і почуттів, що переживаються масами, можна підготувати сприятливі умови для непомітного залучення людей у певну діяльність, будь то купівля рекламованого товару або голосування на виборах за конкретного кандидата або партію. При цьому більшість людей буде впевнена, що вчинили вчинок добровільно й усвідомлено, без зовнішнього впливу.

Ще однією формою прихованого обмеження свободи вибору є використання в ЗМІ методів сугестивного впливу на підсвідомість [9: 100]. Наразі мало хто сумнівається в тому факті, що несвідомі психічні процеси грають колосальну роль у життєдіяльності людини. Неусвідомлювані мотиви й установки здатні впливати на поведінку індивіда, сприяти домінуванню певних думок, відчуттів, бажань. Сьогодні інтерес до проблеми управління поведінкою людини через його підсвідомість зростає в зв'язку з новими науковими відкриттями про функціонування людського мозку. Наша оперативна пам'ять, яка формує "здоровий глузд", – це всього лише маленька частина "сумарної пам'яті", якою володіє людина. Головний її резерв, сховище – підсвідомість. Згідно з даними сучасної психологічної науки, в підсвідомості міститься від 70 до 99 відсотків об'єму нашої пам'яті [10: 89]. Зрозуміло, що у разі безпосереднього інформаційного впливу на підсвідомість людини неможливо говорити про свідомий вибір, свободу прийняття рішення. Наведемо такий приклад. При замірах електроенцефалографії (ЕЕГ) з'ясувалося, що людський мозок може функціонувати в різних станах: "альфа-стадії" – пов'язаної зі станом денної сонливості, трансу (в цьому стані рівень критичного мислення різко знижується, що створює сприятливі умови для навіювання); "бета-стадії", тобто стадії нормального (безсонного) стану свідомості, що адекватно реагує на стимули зовнішнього світу; "REM-стадії", тобто сну, що супроводжується швидким рухом очей; "тета-стадії" і "дельта-стадії" – стану, який приходить тільки під час глибокого сну й у стані анестезії. Отже, коли людина, знаходиться у своїй квартирі, в звичному, затишному і безпечному оточенні, переглядає телепередачу (або слухає радіо), вона схильна впадати в "альфа-стан", навіть не усвідомлюючи цього. У цій ситуації свідомість буквально загіпнотизована передачею, яку просто не під силу вимкнути. Рівень критичного мислення індивіда різко знижується, тобто людина не аналізує отриману інформацію так, як вона це звичайно робить у безпосередньому міжособистісному спілкуванні. Крім того, сучасна наука пропонує широкий спектр засобів керування поведінкою, думками, відчуттями людини або групи людей за допомогою підпорогових (неусвідомлюваних) впливів. Підпорогові аудіо- й відеосигнали (наприклад, ефект 25-го кадру Фішера, технологія мікшування звукового ряду з накладанням сугестивної інформації і под.), глибоко упроваджуючись у підсвідомість, непомітно орієнтують мислення й поведінку людини в заданому векторі.

У мозок сучасної людини імплантують все більше важелів психічного впливу, починаючи від неусвідомлюваної акустичної й зорової інформації й закінчуючи застосуванням електромагнітних випромінювань для модифікації поведінки людини [11: 34-52]. У зв'язку з цим, часто важко відрізнити свої власні думки від тих, що були непомітно упроваджені, нав'язані. Людина в таких ситуаціях дійсно може втратити орієнтацію, здібність до адекватного мислення і вільного вибору.

Особливою рисою маніпулятивного впливу на свідомість людини є її прихований характер. Об'єкту неявного впливу дуже складно протистояти "атакуванню" подібного роду, оскільки його поведінка, думки й наміри програмується ззовні, що істотно обмежує його свободу вибору. Пояснимо суть цієї тези, що будується на прикладі простого арифметичного фокусу. Людині пропонується вибрати будь-яке двозначне число починаючи з двадцяти (не називаючи його вголос), скласти кожну з двох цифр, що утворюють це число, і відняти цю суму з вибраного числа (нехай читаючий ці рядки виконає те ж саме). Якщо отримане в результаті число – двозначне, то обидві цифри, що утворили число, знову складаються. Потім, об'єкт маніпуляції повинен знайти європейську країну, назва котрої починається на першу літеру цифри, яку він отримав і пригадати велику тварину на третю літеру з назви цієї країни. Зрозуміло, всі ці операції він виконає мовчки. І тут маніпулятор здивовує піддослідного фразою: "Носороги в Данії не водяться!" Ефект досягається тим, що об'єкт маніпуляції упевнений в можливості вільного вибору. Він не розуміє, що можливість ця – фіктивна, що яке б число він не вибрав, після декількох операцій воно неминуче перетвориться на число **9**. Далі – знову ілюзія вибору: в Європі на **Д** існує тільки одна країна – Данія, а велика тварина на **Н** для абсолютної більшості – саме носоріг (дуже рідко зустрічаються ті, хто називають нарвала). Людина, якою маніпулювали, впевнена в тому, що діяла незалежно, вільно й свідомо, тоді як маніпулятор свідомо програмував хід її думок. Тут добре видно головний принцип маніпуляції як прихованого управління: створити видимість вільного вибору і свідомого формування переконання, фактично такої можливості не залишаючи.

Таким чином, маніпулювання може мати місце лише в тому випадку, якщо об'єкт впливу з самого початку має видимість свободи вибору, можливість здійснення альтернативної дії. У протилежному випадку нам довелося б говорити про силовий, директивний вплив (наказ, примушування). Як зауважив Р. Шиллер, "для досягнення успіху маніпуляція повинна залишатися непомітною. Успіх маніпуляції гарантований, коли той, ким маніпулюють, вірить, що все відбувається природно й неминуче ... для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не буде відчуватися" [12: 47]. Його підтримує Дж. Гелбрейт, американський філософ і економіст, зауваживши, що "для ефективного управління людьми їх слід переконати в тому, що вони незалежні"

[13: 266]. Саме ця суперечлива особливість – видимість свободи рішення, волі, думки, поведінки індивіда при їх прихованій і жорсткій зумовленості чужими йому метою, інтересами – складає специфічну суть маніпуляції як соціально-філософського феномена. Прихований вплив можна ототожнити з духовним пануванням над особистістю, яке не відчувається або сприймається як прояв власної волі, інтересів, бажань, як акт самостійності й свободи. Таким чином, щоб ефективно використовувати, примушувати, володарювати над масами, еліти створюють ім ілюзію, видимість свободи і самостійності, активно використовуючи ЗМІ.

XX століття стало століттям мас. Відкриття Р. Лебона, З. Фрейда, З. Московичи, В. Бехтерева й багатьох інших дослідників в області вивчення соціальних і політичних механізмів впливу на маси додали новий імпульс у розвитку сучасного суспільства. У всі часи владні еліти прагнули максимально ефективно контролювати масову свідомість. Управління масовими настроями виступала і виступає, перш за все, як засіб досягнення, здійснення й утримання влади, спосіб реалізації економічних, політичних, соціальних, культурних інтересів і задач. У зв'язку з цим існують дві стратегії управління народами – тоталітаризм, що базується на об'єднанні мас в організовану, контрольовану і керовану структуру шляхом залякування і ідеологічної обробки, і другий механізм – роз'єднання людей, пропаганда індивідуалістичних цінностей, "атомізація суспільства". У тоталітарному режимі терор і страх фізичного (морального) знищення використовуються як інструмент управління масами. У демократичному ж суспільстві приховане управління масовою свідомістю й поведінкою замінює механізми фізичного примусу, характерні для тоталітарних режимів, а тому маніпулятивні стратегії стають ще дівішими. У суспільствах демократичного типу виникає парадоксальна ситуація: зовні, формально населення володіє громадянською й політичною свободою, але фактично маніпулювання суспільною свідомістю з боку політичної та економічної еліти перетворює вибір більшості громадян з вільного свідомого рішення у формальний акт, наперед запрограмований фахівцями з формування масової свідомості.

Проблема свободи, самовизначення особи в умовах інформаційного й психологічного впливу ЗМІ складна й неоднозначна. Медаль має і зворотню сторону: жертви маніпуляції теж несуть свою частку відповідальності за прийняття рішень, оскільки часто люди дозволяють собою маніпулювати, перекладаючи відповідальність за свої вчинки на інших. Невміння, а деколи і небажання критично, осмислено підходити до отриманої інформації, уважно її аналізувати, прагнення економити свої інтелектуальні ресурси призводять до того, що люди добровільно стають заручниками маніпулятивних технологій. Виходить, що засоби масової інформації нерідко стають засобами масового самовиправдання. Дійсно, маніпулятор створює для своєї "жертви" ілюзію свободи прийняття рішення, насправді істотно обмежуючи свободу вибору. Але, з іншого боку, прихований вплив направлений на створення спокуси зробити певним чином, а вже об'єкт маніпуляції приймає те або інше рішення самостійно й добровільно, на основі існуючої ієрархії цінностей і результату боротьби конкуруючих мотивів (у протилежному випадку ми говорили б про примус, заснований на фізичному і моральному насильстві, погрозах, страху). Навіть під час проведення політичних виборів, які вважаються яскравим прикладом духовного поневолення людей, ніхто не в змозі позбавити людину можливості прийняття зваженого, продуманого рішення на основі здорового глузду, критичного аналізу ситуації, що склалася. Безумовно, дії маніпулятора орієнтовані на обмеження свободи вибору жертви, але в людини завжди залишається вибір: або з двох бід вибирати меншу (тобто вибирати з варіантів, нав'язаних маніпулятором), або прикладати зусилля, проявляти активність для зміни ситуації, що склалася. Навіть коли фактично немає альтернативи, можна уповільнити настання небажаних подій або прискорити наближення бажаних. Іншими словами, не дивлячись на те, що сучасні ЗМІ володіють величезними можливостями впливу на індивідуальну й масову свідомість, кожна людина несе відповідальність за свій вибір: чи злитися їй з безликим натовпом або прикласти максимум зусиль і відстояти свої погляди, позиції та переконання, не втратити своєї індивідуальності, не перетворитися на жертву, об'єкт, річ.

Отже, одним із чинників, що обмежує свободу вибору індивіда, є прихований вплив ЗМІ. Більшість людей схильна до навіювання і управління, що здійснюють мас-медіа. При цьому відмінною рисою прихованого впливу на свідомість є той факт, що для об'єкта маніпуляції створюється ілюзія, видимість свободи вибору, але насправді переконання, погляди, думки йому нав'язуються ззовні. Це пов'язано з тим, що людина сучасного суспільства формується та існує в мегаінформаційному просторі, створеному ЗМІ. Вона будує свою поведінку переважно на базі інформації, котра щоденно передається по теле- й радіоканалах, з друкованих видань й інтернету. І в цьому значенні людина інформаційного суспільства невилізна, оскільки не має нагоди самостійно, без участі мас-медіа отримувати всю необхідну інформацію про події, що відбуваються в світі. До того ж нерідко люди стають заручниками маніпулятивних технологій унаслідок невміння або небажання критично, осмислено підходити до отриманої інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение. – М.: Знание, 1988. – 78 с.
2. Березкина О.Н. Политический имидж в современной политической культуре: Автореф. дисс. ... д-ра политол. наук. – СПб.: Питер, 1999. – 30 с.
3. Doow L.W. Public opinion and propagation. – New York.: Springer, 1966. – 286 p.
4. Thompson T. Discrimination and popular culture. – London.: Longman Group, 1964. – 235 p.
5. Дуцик Д. Політична журналістика. – К.: Вид. дім "Києво – Могилянська акад.", 2005. – 138 с.
6. Павлова Е.Д. Манипуляционный потенциал средств массовой информации // Актуальные проблемы современной науки. – 2004. – № 2. – С. 145-146.
7. Бесонов Б. Пропаганда и манипуляция // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. – Самара: Бахрах, 2001. – С. 703 - 711.
8. Плетт В. Стратегическая разведка: основные принципы. – М.: Форум, 1997. – 345 с.
9. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с.

10. Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны: атака на подсознание. – М.: Синтег, 2003. – 408 с.
11. Алдер Х. Современные психотехнологии. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.
12. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980. – 98 с.
13. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. – М.: Мысль, 1968. – 266 с.

Матеріал надійшов до редакції 20.11. 2006 р.

Василевич А.Г. Влияние средств массовой информации на свободу выбора и самоопределения человека.

В статье исследуются проблемы свободы выбора и самоопределения человека под воздействием средств массовой информации. Дискутируются вопросы о том, на самом ли деле СМИ имеют неограниченные возможности влияния на сознание людей; насколько свободным является человек, который находится под постоянным давлением СМИ.

Vasylevych O.G. MASS-MEDIA influence on man's free choice and self-determination.

The article deals with the research of the problem of free choice and self-determination of man under the influence of MASS-MEDIA. Questions if MASS-MEDIA really have unlimited means of influence on people's consciousness and to what extent a man who is constantly under MASS-MEDIA pressure is free are discussed.