

П.И. Александрович, доцент

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ЛИЧНОСТЬ

The paper deals with the problem of psychological influence of mass media on man's mental abilities.

На сегодняшний день, в связи с интенсивным развитием технических средств массовой информации и телекоммуникации, актуальной становится проблема разработки психологических методов и средств защиты сознания личности от несанкционированного психологического воздействия.

Чаще всего сейчас произносится словосочетание «информационная война», под которой подразумевается целенаправленное использование возможностей мультимедиа и паблик рилейшенз для формирования в сознании зрителей, слушателей или читателей отрицательного образа тех или иных политических деятелей, партий, организаций либо страны в целом. Следует помнить, что термин «информационная война» впервые начал употребляться в военной доктрине США в середине 1980-х годов и утвердился после проведения операции «Буря в пустыне» в 1991 г. Становится в этом случае понятным происхождение многих информационных операций (например, операции спецслужб США в Ираке, Югославии и т. п.). Современные «дизайнеры мотивов», разрабатывая все более ухищренные психологические приемы изменения побудительной функции мотивов, достигают скорее регрессивных, а не прогрессивных личностных изменений для человека в его длительной борьбе за то, чтобы стать разумным и самостоятельно мыслящим существом. Видео- и шоуиндустрия представляют сегодня продукцию на любой вкус: от «мыльных опер» до боевиков с культом насилия, жестокости и непобедимости героя-одиночки. Чувства коллективизма, гуманности и простого человеческого участия и сопереживания подменяются различными стереотипами «американской мечты», которая никогда не слыла коллективной. Все это в условиях постсоветского пространства, уходящей идеологии коллективного творческого труда и отсутствия новой идеологии приводит к самому страшному хаосу – хаосу в системе личностных ориентаций, взглядов, идеалов и установок. Такой хаос, разрушая направленность личности, либо делает ее социально пассивной, безынициативной, либо толкает на путь преступления. Все более широкое разрушительное влияние содержания и методов СМИ на психическое здоровье, нравственность и мировоззрение личности, переход от средств прямого и непосредственного воздействия на сознательном личностном уровне к средствам косвенного и опосредованного психовоздействия на уровне подсознания, от применения методов убеждения к использованию приемов и техник внушения требуют разработки средств эффективного противодействия такому процессу не только в правовом поле, но и с точки зрения психологии. Последние успехи спецслужб США в Югославии, Ираке показывают, что именно через информационно-психологическое воздействие на личность осуществляются угрозы национальной безопасности любого государства. Психологические исследования должны выявить такую объективность выработанных рекомендаций, которая обеспечит в дальнейшем разработку эффективных и работоспособных законодательных и подзаконных актов. Как показывает анализ современной литературы, в основе негативного влияния массовых информационных тех-

нологий лежат характерные закономерности и факты человеческой психики, которые следует учитывать при разработке соответствующих правовых норм:

- социальная обусловленность человеческой психики, возможность ее конструирования и программирования посредством социальных и информационных воздействий;
- существенная зависимость психики и поведения человека от ситуационных (внешних) факторов (ситуационистская парадигма социальной психологии);
- существенное влияние моделирования и примера на психику и поведение человека;
- ограниченность обыденной человеческой психики, препятствующая точному восприятию реальности и способствующая влиянию на поведение, эмоции и мышление в обход сознания;
- взаимодополняемость различных факторов воздействия на психику человека;
- существенный удельный вес в сознании человека социально-психологических автоматизмов (стереотипов, образцов поведения), создающих возможность манипулятивного воздействия;
- экспериментальные факты, доказывающие реальную зависимость состояния и поведения людей от содержания просматриваемых ТВ-передач;
- эффект документализма, усиливающий психологическое воздействие видео-, аудио- и текстовой информации;
- усугубление искаженного восприятия действительности под воздействием односторонней информации;
- притупление эмоций и нравственности в результате частого восприятия сцен жестокости и насилия;
- моделирование виктимности (склонности стать жертвой) как воздействие, усугубляющее культ насилия и агрессивности.

Основная задача на сегодняшний день – разработка надежных методов и средств оценки характера психовоздействия на личность в системах мультимедиа и паблик рилейшенз, поиск эффективных способов противодействия негативному их влиянию.

Полученные предварительно модели воздействия на личность в процессе проведения предвыборной кампании, воздействия рекламной видеопродукции позволяют утверждать о возможности разработки достаточно эффективных психологических методов оценки характера психовоздействия с применением проективных средств исследования личности и построением их адаптированных автоматизированных вариантов на основе технологии систем распознавания изображений.

С другой стороны, на сегодняшний день представляются актуальными наряду с психологическими исследованиями и правовыми решениями в сфере информационно-психологической безопасности личности, разработка правовой концепции и введение независимого института экспертов с консультативным правом их полномочий. Такой совет экспертов (в том числе с привлечением психологов в их состав) обеспечит согласование обратной связи пользователей информации с государственными правовыми решениями в отношении малоразборчивых в методах и средствах психологического воздействия на личность ее источников.