

проте домінує чинник людини; канал має власну символіку, що дозволяє метафорично називати його “помаранчевим”; мовлення на каналі здійснюється українською та російською мовами, домінує державна. Канал справедливо займає третю сходинку (разом з СТБ) в охопленні телетрансляцією України, представляючи в ефірі якісний продукт.

Висновки. Отже, серед розглянутих телеканалів кожний має власний імідж: від завершеного й професійно зробленого на каналах “1+1” та “Інтер” до ще остаточно не сформованого на Першому національному. Проведене дослідження дозволяє виокремити основні іміджеві параметри, релевантні для аналізу телевізійного іміджу каналів: інформаційна політика каналу, провідний чинник формування іміджу (ведучі, програми, тематика тощо), мовна політика і мова віщання на телеканалі, наявність фірмового стилю (символіки, логотипу тощо).

Джерела та література

1. Іванченко М. Психологічні проблеми в дискурсі іміджу телебачення // Наукові записки Інституту журналістики. - К., 2003. - Т. 10. – С. 77-83.
2. Іванченко М.Ю. Імідж телебачення в контексті українського суспільства // Наукові записки Інституту журналістики. - 2002. - Т. 8. – С. 117-120.
3. Кокотюха А. Перший національний нарешті унікальний // Телекритика. - 2006. - 8 серпня.
4. Машченко І.І. Українське телебачення. — К., 1995.
5. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - М. - К., 2000.
6. Почепцов Г.Г. Имиджелогия: теория и практика. - К., 1999.
7. Почешов Г. Имиджмейкер. - К., 1995.
8. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнєєв В.М. Лінгвістика впливу. - К., 2005.
9. Шейгал О. Семиотика политического дискурса. - М., 2004. - 326 с.

Поступила до редакції 19.07.2007 р.

УДК 070:821

Кузнецова Т.В.

АГРЕСИВНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ВИЯВ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО СВІТОБАЧЕННЯ

Кузнецова Т.В. Агрессивность информации как проявление журналистского мировосприятия

В статье рассматривается агрессивность информации как одна из основных черт современного журналистского поля.

Ключевые слова: журналистское поле, виртуальный мир, агрессивность, негативная информация

Кузнецова Т.В. Агрессивність інформації як вияв журналістського світобачення

У статті розглядається агресивність інформації як одна з основних рис сучасного журналістського поля.

Ключові слова: журналістське поле, віртуальний світ, агресивність, негативна інформація

Kuznetsova T.V. Informational Aggressiveness as an Expression of Journalistic World Vision

In the article the informational aggressiveness is observed as one of the modern journalistic field's basic features.

Key-words: journalistic field, virtual world, aggressiveness, negative information

Актуальність. Загальновідомо, що сучасна людина занурена не лише в інформаційне, а й емоційне середовище, яке сьогодні значною мірою формується ЗМІ. Наш настрій часто визначається тематикою, стилістикою друкованої, радіо- та телевізійної продукції. Хоча, на жаль, самі журналісти не завжди звертають на це увагу. Попри це проблема ефективного впливу засобів масової інформації на індивідуальну та суспільну свідомість і поведінку сьогодні є центральною в психології журналістики. Із трьох основних методів впливу на людину - фізичний (насилення і страх насилення), соціальний (утиск прав особистості та соціумів) і психологічний (вплив на психіку людини) - останній у наш час став домінуючим. Як стверджує московський психолог А.Г. Асмолов, минуле століття стало першим в історії людства століттям нової психозойської ери, коли “психологічна діяльність людини зведена в ранг геологічного фактора, що змінює зовнішність планети” [2, с.5-7].

Безумовно, будь-які економічні, політичні реформи чи акції, так само як і воєнні дії, неминуче зазнають краху, якщо вони психологічно не забезпечені. Про це неодноразово зазначали О. Тоффлер, В. Лефевр, С. Кара-Мурза, С. Коен тощо. “Емоції необхідні для виживання і благополуччя людини, - зазначає один із засновників теорії диференційних емоцій Керрел Е. Ізард. - Не володіючи емоціями.

тобто не вміючи відчувати радість і сум, гнів і провину, ми не були б повною мірою людьми. Емоції стали однією з ознак людяності” [8, с. 10]. Завдяки емоціям людина переймається чужими почуттями, виробляє новий порівняно з когнітивним тип мотивації й успішної адаптації.

Сьогодні однією з характерних рис журналістського поля є агресивність та нав'язування всім соціальним, культурним, науковим і політичним полям своїх принципів публічного бачення світу [7, с.250]. “Журналісти мають особливі “окуляри”, через які вони бачать одне і не бачать іншого та завдяки яким вони бачать речі певним чином, - зазначає П. Бурдье. - Вони роблять вибір і конструюють відібрані ними факти” [5, с.32], тим самим начебто втягуючи читача в особливе снування, створюючи і нав'язуючи йому це існування. Французький філософ Жан Бодрійяр, спостерігаючи за репортажами американських журналістів з театру воєнних подій, робить песимістичні висновки: “...війна, перетворившись в інформацію, перестає бути реальною війною і стає війною віртуальною; і подібно до того, як все, що проходить через психіку, служить приводом для безкінечних туманних розмірковувань, - так само все, що пропускається через інформацію, становиться предметом нескінченної спекуляції... Нам залишається лише зчитувати з наших екранів симптоми воєнних ефектів і безкінечних розмов з приводу війни” [4,с. 33-35]. Модальне перетворення реальних подій, за влучним висловом Дж. Блекера, у “блискотливий, пронизливий світ, де перехоплює подих, кров бурлить від адреналіну, а одна кульмінація переходить в іншу” [3, с.90], сприяє створенню віртуального світу, який ретельно приховує реальність. Але для читачів це часто правдива реальність, негативність і ненормованість якої не сприймаються як щось “викривлене”: для споживачів це все запишається нормою. У той час як ця спотворена автором “реальність”, розповсюджуючи агресивність і породжуючи страх, активно впливає на психіку людини, створює психологічний дискомфорт у суспільстві в цілому. *Мета статті* - розглянути агресивність інформації як одну з основних рис сучасного журналістського поля.

Проведені в останні роки дослідження проблеми подання агресивної інформації в ЗМК засвідчують наявність взаємозв'язку між рівнем насилля в мас-медіа та рівнем насилля у суспільстві [1; 6]. Ще в 1969 році Національна комісія США з розслідування причин і запобігання насильства зробила висновок про те, що жорстокі фільми навчають людей досягати своїх цілей за допомогою насильства. Один з провідних світових дослідників агресії Леонард Берковіц вказував, що в 1975 році після подання інформації в ЗМК про замах на президента Джеральда Форда кількість погроз, які прийшли на адресу президента, зросла втричі. Аналогічні тенденції простежуються й у тих випадках, коли ЗМІ повідомляють про серійних вбивць. Л. Берковіц дає цьому таке пояснення: на певний стимул або подію люди реагують відповідними емоціями, діями тощо. Наприклад, якщо одному інформанту запропонувати скласти лексичний ряд “агресивних” слів (пістолет, ударити, напад тощо), а іншому - нейтральних слів, то перший респондент після експерименту продемонструє підвищений рівень агресивності.

Безумовно, це не означає, що всі споживачі агресивної інформації ЗМК відверто виявлятимуть акти вандалізму, агресії тощо. Однак не варто відкидати того, що агресивність інформації завдає значного впливу на свідомість, психічний стан будь-якої людини, про що неодноразово зазначають науковці¹. За експериментальними даними психологів, демонстрація на телебаченні насилля підвищує схильність глядачів до агресії за умов, якщо:

- агресія подається як ефективний інструмент, за допомогою якого можна досягти своїх цілей і лишитися непокараним;
- агресію подано так, ніби вона не має серйозних наслідків для жертви, ніби вона виправдана;
- є зв'язок між порушником і глядачем, тобто агресія розглядається як реальність, а не фантазія;
- агресія подається як взірць для наслідування (у глядача виникає живе уявлення про можливість здійснити насилля);
- акти насилля послабляють раніш засвоєну заборону на жорстокі вчинки і дії;
- робиться наголос на чуттєвість, на стан емоційного збудження - глядач спостерігає насилля у стані гніву, задоволення чи фрустрації (емоційне збудження глядача заважає критичному сприйняттю того, що відбувається на екрані);
- перегляд численних жорстоких сцен знижує відчуття жаху перед насильством і співчуття жертві (людям стає легше миритися з насиллям і ще простіше - поводитися агресивно) [1, с.407].

На жаль, у сучасному інформаційному просторі створені всі ці умови, за яких людина просто залишається незахищеною від агресивного впливу. Хоча, безумовно, не можна вважати аудиторію сліпою і глухою настільки, що вона бачить і чує лише те, що демонструють ЗМК. Це не відбувається насамперед тому, що аудиторія не є цільною, неподільною, однозначною. Вона завжди представлена окремими соціально-психологічними групами, які відрізняються між собою уподобаннями, ціннісними орієнтирами, інтересами, потребами, рівнем компетенції тощо. Варіативність сприйняття

¹За свідченням Дж. Брайанта. про психологічний вплив ЗМІ почали говорити ще з моменту появи в 1450 році першого друкарського верстата [Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. - М: Издательский дом «Вильямс», 2004. - С.39].

та інтерпретації інформації зумовлена її потребами читача звернення до цього тексту, емоційним станом у момент сприйняття тексту, ступенем концентрації уваги на сприймаючу інформацію, індивідуально-психологічними характеристиками тощо. Однак попри це вона має типологічні характеристики, вивчення яких потрібно для налагодження комунікативного процесу, оскільки аудиторія не просто об'єкт впливу, а безпосередній учасник комунікації. Тому журналісти повинні навчитися впливати на зменшення насильства й агресії у світі, намагатися допомогти сприймачеві інформації подолати негатив.

Зрозуміло, сьогодні у зв'язку з розгулом тероризму в світі, значною кількістю природних і техногенних катастроф складно уникати негативної інформації (майже в кожному випуску новин, кожному друкованому виданні присутні сюжети, які висвітлюють ці питання). Проте існують способи, які сприяють захисту людини від відвертої демонстрації жорстокості сучасності. Зокрема, американські репортери знайшли прийнятне рішення, яке продемонструвало свою життєздатність під час подій 11 вересня 2001 року: вони змогли розповісти про трагічні події без смакування жорстоких кровавих подробиць трагедії. Цей досвід варто було б перейняти й вітчизняним журналістам. На думку Б. Потятиника, найпоширенішими способами профілактики патогенного впливу медіанасильства є законодавчі обмеження, громадські акції і медіаосвіта [9, с.159]. Професор Гальтунг (викладач студій миру, член спілки науковців, дослідників і миротворців, які займаються практичними ініціативами щодо налагодження конфліктів), досліджуючи проблеми впливу мас-медіа на зростання й зменшення насильства у світі, виділяє ряд помилок, яких припускаються журналісти при висвітленні проблем насильства:

1. Деконтекстуалізація насильства: зосередженість на ірраціональному, без висвітлення причин нерозв'язаних конфліктів і поляризації.
2. Дуалізм: скорочення до двох кількості сторін у конфлікті, хоча насправді задіяно набагато більше. Репортажі, що фокусуються на внутрішньому розвитку подій, часто випускають з уваги такі "зовнішні" сили, як скажімо, уряди інших країн або транснаціональні компанії.
3. Маніхейство: зображення однієї сторони "доброю", а іншої - "поганою".
4. Армагедон: представлення насильства як чогось неунікного та безальтернативного.
5. Висвітлення окремих насильницьких актів без уваги до структурних елементів, як-от: бідність, військові або поліцейські репресії, бездіяльність уряду тощо.
6. Плутанина: фокусування лише на арені конфлікту (тобто на полі бою або на місці інциденту), а не на силах і чинниках, які стоять за конфліктом.
7. Уникання інформації про втрати і жертви, у результаті якого акти помсти і наростання насилля стають незрозумілими і несподіваними.
8. Невміння витлумачувати роль ЗМІ у висвітленні тероризму.
9. Неспроможність визначити цілі зовнішнього втручання.
10. Неспроможність поінформувати про мирні пропозиції конфліктуючих сторін і наслідки замирення.
11. Нерозуміння різниці між перемир'ям або переговорним процесом і власне миром.
12. Невисвітлення компромісних ситуацій. Як наслідок - конфлікти зазвичай розгораються знову, бо не приділяється належної уваги намаганням вилікувати суспільні хвороби. Коли немає інформації про спроби розв'язати конфлікт, посилюється фаталізм (дет. див.: [11, с.46-47]).

Ці міркування Гальтунга, безперечно, дають багато поживи для роздумів і міркувань щодо вироблення механізмів збалансованого подання інформації, які сприяли б зменшенню агресії у інформаційному просторі й тим самим у соціумі в цілому.

Висновки. Журналісти повинні прислухатися до цих порад і намагатися зробити все, щоб ненасилля стало основною складовою менталітету людства. Адже, як зазначав Е. Фромм, "людина схильна йти назад і вперед, іншими словами, вона має в собі і добро, і зло. Коли дві схильності знаходяться в рівновазі, вона може вибирати, якщо припустити, що вона усвідомлює свою ситуацію і здатна до серйозних зусиль. У такому випадку вона може вибрати між альтернативами, які детерміновані загальною ситуацією, в якій вона знаходиться. Однак, якщо її серце зробилося жорстоким до тієї міри, що її схильності більше не урівноважені, вона більше не має свободи у виборі" [10, с.132]. І щоб людина мала більше свободи, мас-медіа повинні забезпечити всі необхідні для цього умови, а не створювати віртуальний жорстокий світ, в якому складно вижити.

Джерела та література

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. - СПб.: Пройм-Еврознак, 2002.
2. Асмолов А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. - М.; Воронеж. 1996. - С. 5-7.
3. Блекер Дж. Американцы в конце тысячелетия: как мы научились любить масс-медиа и забыли, кто мы такие // Неприкосновенный запас. - 1994. - № 3.
4. Бодрийяр Ж. Войны в заливе не было // Художественный журнал. - 1994. - №3. - С. 33-35.
5. Бурдые П. О телевидении в журналистике. - М., 2002.

6. Динерштейн Э., Берковиц Л. Реакции жертвы в фильмах агрессивно-эротического содержания как фактор, влияющий на насилие над женщинами // Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. - СПб.: Питер, 2000.
7. Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия / Ред.-сост. С.Г. Корковенко. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.
8. Изард К.Э. Психология эмоций. - М.: Изд-во «Питер», 2000.
9. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. - Львів: ПАІС, 2004.
10. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. - М., 1994.
11. Як висвітлювати конфлікти у ЗМІ: досвід закордонних семінарів // Медіакритика. - 2004. - № 6. - С. 46-47.

Поступила до редакції 22.08.2007 р.

УДК 070

Михальчук В.Ф.

НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

Михальчук В.Ф. Национальное информационное пространство как среда информационных операций

В свят с переходом к информационному обществу государство, общество и отдельный человек получают новый спектр угроз — угроз информационных. Именно поэтому остро стоит проблема национального информационного пространства, как главного поля боя.

Ключевые слова: *информационное пространство, информационные операции, информационная уязвимость*

Михальчук В.Ф. Національний інформаційний простір як середовище інформаційних операцій

У зв'язку з переходом до інформаційного суспільства держава, суспільство та окрема людина отримують новий спектр загроз - загроз інформаційних. Саме тому гостро постає проблема національного інформаційного простору, як головного поля бою.

Ключові слова: *інформаційний простір, інформаційні операції, інформаційна уразливість*

Mykhalchuk V.F. The national informational sphere as the psyops environment

As a result of human sphere transformation to informational society state, society and each human faces with new kind of risks — informational risks. That's why in our time sharply stands informational sphere problem.

Key words: *informational sphere, psyops, informational vulnerability*

Актуальність. Протягом останніх десятиліть у світі відбуваються принципові трансформації як середовища існування людини, так і її свідомості: на зміну індустріальному суспільству, де пріоритетом була промисловість, прийшло інформаційне суспільство, у якому домінують інформація і комунікативні технології. Принциповою характеристикою цього процесу є те, що інформація стає найбільш важливою цінністю, а індустрія отримання, обробки й трансляції інформації - провідною галуззю діяльності людства, куди з кожним роком вкладають все більш значні капітали. На фоні цих процесів інформація постає в якості стратегічного ресурсу цивілізації, наявність якого дозволяє забезпечити переваги в сфері матеріальних ресурсів, і відповідно, відсутність якого призводить до суттєвих втрат в політичній, економічній й соціальній сферах.

Внаслідок такого роду трансформацій, технології з'ясування інтересів на світовій арені носять перш за все несилловий характер. Це протистояння якісно нового типу, які відбуваються на інформаційному просторі з використанням інформаційної зброї, метою використання якої постають не матеріальні об'єкти, а сама людина - її свідомість і сама інформація. Саме цим можна пояснити гостру необхідність звернути увагу на інформаційний простір. Оскільки засоби масової комунікації (ЗМК) є основними інформаційними носіями, що утворюють вертикальні та горизонтальні зв'язки між комунікатерами, ЗМК, трансформуючи та створюючи уявлення про явища, поняття і формуючи відповідні стереотипи та програмовану поведінку, виявилися могутнім інструментом "інформаційно-психологічного впливу як на індивідуальну, так і на масову свідомість" [13, с.152]. Відповідно необхідно визначитись з поняттям "національний інформаційний простір", обсягами, змістом і механізмами його формування. Оскільки основною цінністю як для суспільства, так і для окремої людини поступово стають інформаційні ресурси, проблеми формування інформаційного простору як чинника забезпечення національних інтересів, виходять на перший план. У цьому контексті