

УДК 002.6:366.63

ГОЛОВКО О.М., кафедра кримінального права та правосуддя Навчально-наукового інституту права і соціальних технологій Чернігівського НТУ, аспірант НДІП НАПрН України

ІНФОРМАЦІЙНА ВІКТИМІЗАЦІЯ У МЕДІА-ПРОСТОРИ

***Анотація.** Про маніпулювання суспільною свідомістю та інформаційно-психологічний вплив і насилля (віктимізацію) у соціальному середовищі завдяки засобам мас-медіа. Визначаються напрями запобігання та протистояння зазначеним негативним явищам у суспільстві шляхом тісної співпраці державного та громадського секторів. Запропоновано шляхи попередження і профілактики інформаційної віктимізації.*

***Ключові слова:** інформаційно-психологічний вплив, віктимізація, медіа-аддикції.*

***Аннотація.** О манипулировании общественным сознанием и информационно-психологическом влиянии и насилии (виктимизации) в социальной среде благодаря средствам масс-медиа. Определяются направления предотвращения и противостояния отмеченным негативным явлениям в обществе путем тесного сотрудничества государственного и общественного секторов. Предложены пути предупреждения и профилактики информационного виктимизации.*

***Ключевые слова:** информационно-психологическое воздействие, виктимизация, медиа-аддикции.*

***Summary.** About manipulation by public consciousness, as well as information and psychological influencing and violence (victimization) in a social environment due to means of mass-media. Directions of prevention and counteraction to the noted negative phenomena in society by close collaboration of state and public sectors are determined. The ways of prevention and prophylaxis of information victimization are offered.*

***Keywords:** information and psychological influence, victimization, media addiction.*

Постановка проблеми. В Україні з моменту її незалежності відбувалася постійна експансія національного інформаційного простору, яка в останні декілька років набула колосальних масштабів, віктимізуючи населення та спричинюючи різного роду девіації у його поведінці. Особливо типовими явищами вітчизняного медіа-простору останнім часом стали дезінформація та пропаганда. Антагонізм і незнання того, як перевірити правдивість повідомлень з джерел власного медіа-поля, є основними факторами, котрі спричинюють інформаційну віктимізацію. Окрім цього, щоденна потреба людини у медіа-повідомленнях, яка викликається надмірним емоційним забарвленням та розважальним характером, спричинює формування якісно нового виду залежності – медіа-залежності або медіа-аддикцій. Нажаль, проблема формування потенційної віктимності у медіа-просторі завдяки застосуванню психологічних прийомів маніпуляції свідомістю людини через використання різних засобів масової інформації (далі – ЗМІ), зокрема, телекомунікаційних засобів, до сьогодні залишалася поза увагою вітчизняної науки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми віктимології та її латентний характер розглядалися в ряді наукових праць Тулякова В.А., Бутиріної О.М., Джужи О.М., Моїсеєва Є.М., Ривмана Д.В., а питання медіа-впливу досліджували Брайант Д. та Томпсон С. На етапі формування інформаційного суспільства з’являються нові типи жертви, а явище віктимізації спричинюється, окрім вже відомих чинників, ще й інформаційно-психологічними впливами.

Метою статті є визначення напрямів запобігання та шляхів попередження і профілактики віктимізації у медіа-просторі.

Виклад основного змісту матеріалу. Спочатку з'ясуємо, що слід розуміти під терміном “медіа-простір”. Представники соціології, зокрема П. Бурдьє зазначають, що медіа-простір трактується як сукупність засобів соціальної комунікації, які впливають на громадську свідомість [1, с. 239]. Традиційно до медіа-простору відносять телебачення, радіо та друковані джерела інформації. Однак зараз мова йде про включення до цього списку так званих “нових медіа”, до яких, зокрема, відносять Інтернет-платформи, блоги, мікроблоги, Інтернет-видання та соціальні мережі. Цей різновид медіа ще називають конвергентним, тобто подібним за своїми ознаками до традиційних медіа, але з можливістю миттєвої зворотної реакції аудиторії глядачів. Доцільність нових ЗМІ була доведена, зокрема, під час подій на Євромайдані. Зазначається, що соціальні мережі та нові медіа – перша та одна із найважливіших технологій у процесі організації та комунікації “Євромайдану” [2, с. 114]. Виходячи з вищевказаного, до засобів соціальної комунікації можна віднести телебачення, радіо, друковані джерела інформації та “нові медіа”. Медіапростір виступає носієм та посередником з передачі інформації, яка потенційно чи реально віктимізує населення шляхом використання психологічних прийомів передачі та “потрібного” медійнику сприйняття інформації. Таким чином, мас-медіа це лише засіб, завдяки якому інформаційна віктимізація набуває масового характеру.

Інформація, яка поширюється у медіа-просторі, може бути недостовірною, або завуальованою. Саме тому існує перманентна загроза негативного інформаційного впливу на суспільство, що, в свою чергу, може викликати негативні настрої, поширення девіантної поведінки людини та віктимізацію суспільства. Такий деструктивний інформаційний вплив може ставати причиною мітингів і масових заворушень. Зазначені фактори суттєво впливають на політичну ситуацію та стають поштовхом до безладу та анархії в країні.

Загалом, “віктимність” – це складне масове соціально-психологічне явище, виражене в кількості жертв, які зазвичай спричиняють серйозну соціальну проблему [3, с. 5]. Як зазначає Рівман Д.В., віктимністю є і певне негативне соціальне явище і уразлива поведінка конкретної особи [4]. Так, якщо говорити про інформаційно-віктимізованих осіб, то фактично вони зазнають психологічного насилля. “Віктимізація” – це процес перетворення особи чи групи осіб на реальну жертву, а також результат такого процесу; “віктимізувати” – означає перетворити когось на жертву злочину. “Віктимна ситуація” – життєва ситуація, що зумовлена певними характеристиками особи чи поведінкою потенційної жертви, коли виникає реальна можливість заподіяння їй шкоди [3, с. 6]. “Віктимологічна профілактика” – це система взаємопов'язаних, організаційно забезпечених державних, громадських й індивідуальних заходів, спрямованих на виявлення та усунення або нейтралізацію чинників, що формують особисту чи масову можливість стати жертвою злочину [5, с. 111].

Наслідком інформаційної віктимізації є формування ряду негативних соціальних патернів, таких як сприйняття інформації на емоційному, а не на раціональному та критичному рівні, недовіра до влади, виховування ненависті до контрагента та відсутність відчуття безпеки у державі. Так, відповідно до дослідження проведеного соціологічною службою Центру Разумкова з 5 по 10 вересня 2014 р., переважна більшість (79,6 %) громадян України вважали, що існує загроза зовнішньої збройної агресії проти України; найчастіше загроза відчувається з боку Росії (76,3 %).

Той факт, що медіа-вплив звертається до емоційного, а не до раціонального світосприйняття, створює значні перепони для дослідження цього явища. Ще більше ситуація з аналізом інформаційної віктимізації ускладнюється внаслідок латентної віктимності даного явища, оскільки його наслідки можливо передбачити тільки на етапі, коли процес віктимізації вже безпосередньо діє на своїх жертв.

Можна припустити, що інформаційна віктимізація в нашій країні набула масового характеру саме з причин частого перегляду надмірно емоційних новин, передач та кінострічок, що схиляють людину скоріше до чуттєвого, аніж раціонального пізнання дійсності. Як вважав Л.І. Петражицький, емоції є генетичною основою нашої психіки. Воля, почуття, інтелект – це продукти еволюції емоцій. Завдяки взаємодії індивідів утворюється новий ефект – групова, “народна психіка” з її “нормами – законами”, які й визначають мотивацію [6].

На сьогодні виділяють такі загрози в інформаційно-комунікаційній сфері:

- “прояви обмеження свободи слова та доступу громадян до інформації;
- поширення засобами масової інформації культу насильства, жорстокості, порнографії, комп’ютерна злочинність та комп’ютерний тероризм;
- розголошення інформації, яка становить державну та іншу, передбачену законом, таємницю, а також конфіденційної інформації, що є власністю держави або спрямована на забезпечення потреб та національних інтересів суспільства і держави;
- намагання маніпулювати суспільною свідомістю, зокрема, шляхом поширення недостовірної, неповної або упередженої інформації” [7, с. 45].

Зокрема, зафіксовано, що в соцмережі Facebook можна побачити цілі групи людей, які свідомо поширюють панічні настрої та неправдиві відомості, що мають на меті створити образ “непереможної російської армії”. Їх повідомлення в новинах передруковували і Інтернет-ЗМІ, а подекуди – і більш традиційні ЗМІ [8].

Вивчаючи різноманітність особистих і поведінкових характеристик жертв-девіантів, віктимологія також пізнає характеристики індивідуальної та масової форм вияву девіантності, пов’язаної зі злочином і злочинністю “одним ланцюгом” [9, с. 24]. Яскравим показником цього є не тільки створення жертвою умов, що провокують чи стимулюють особу злочинця до скоєння злочину, але й перетворення реалізованої жертви на потенційного злочинця. Зокрема, організації у Великій Британії, які оцінюють рівень віктимізації населення, встановили, що половина з тих, хто вчиняв злочини, свого часу були їх жертвами [10]. Окрім цього, не варто виключати таке явище як “медіа-насильство” та вплив екранізованого насилля на свідомість чи навіть підсвідомість реципієнта, про що, зокрема, говорять і Д. Брайант та С. Томпсон [11].

Для деталізації того як потенційні жертви створюють сприятливі умови для скоєння посягання особою злочинця, з’ясуємо мотивацію віктимізованого. За даним критерієм Бутиріна О.М. виділяє наступні жертви злочинів:

- імпульсивна жертва, що характеризується підсвідомим почуттям страху, загальмованістю реакцій та раціонального мислення на напади зловмисника (феномен Авеля);
- жертва з утилітарно-ситуативною активністю. Добровільні потерпілі. Рецидивні, “застрягаючі” жертви, які через свою діяльність, статус, необачність в ситуаціях, що потребують уваги та концентрації, опиняються у небезпеці;
- установча жертва. Агресивна жертва, “ходяча бомба”, істероїд, що викликає нападника провокуючою поведінкою на агресивні дії;

- раціональна жертва. Жертва-провокатор, що сама створює ситуацію здійснення злочину і сама потрапляє в цю пастку;
- жертва з ретристською активністю. Пасивний провокатор, який всіма своїми зовнішніми показниками, стилем життя, підвищеною доступністю та тривожністю підштовхує злодіїв до скоєння злочинів [12].

Виходячи з вказаної класифікації, можна виділити активних (установча жертва, раціональна жертва) та пасивних (імпульсивна жертва, жертва з утилітарно-ситуативною активністю, жертва з ретристською активністю) віктимізованих осіб. Щодо осіб пасивних, то вони ніби теж вчиняють певні дії, що провокують формування віктимної ситуації, але в більшості випадків це здійснюється як копіювання моделі поведінки, аніж продукування власної.

Аналізуючи цю класифікацію в контексті інформаційної віктимізації, що створює потенційних жертв, зазначимо: активні жертви – це такі особи, які, абсорбуючи інформацію з будь-якого медіа джерела, не перевіряють отриману інформацію та поширюють її далі шляхом надмірно експресивних дискусій зі своїм оточенням – у родинному колі, з друзями, на роботі, по телефону. При цьому в останньому випадку дискусія може бути почута сторонніми особами, тоді інформаційно-віктимізований фактично є раціональною жертвою, яка не усвідомлено створює небезпечну для себе ситуацію.

Оцінюючи інформаційну віктимізацію на прикладах пасивної жертви зазначимо, що окремого аналізу потребує особа, котра має певну залежність. Так, існує думка, що ЗМІ є засобом поширення психонаркотиків (інформаційно-психологічних повідомлень), що мають наслідком масову маніпуляцію свідомістю [13].

В контексті даної статті розглянемо інформаційну віктимізацію медіа-аддиктивної (або медіа-залежності особи). На сьогодні існує сформована теорія про модель медіа залежності, яка передбачає, що в сучасному соціумі залежність індивіда від ЗМІ безперервно зростає, її рівень пов'язаний із стабільністю чи нестабільністю в суспільстві та ступенем соціальної важливості, яка надається мас-медіа як джерелу інформації. Так, в критичних ситуаціях (наприклад, вибори в Україні 2004 р., період “Помаранчевої революції”, Євромайдан 2014 р., проміжні вибори народних депутатів України у 205 окрузі 2015 р. тощо) люди звертаються до мас-медіа як до єдиного джерела відомостей і виявляються беззахисними перед їхнім впливом. Рівень залежності індивідів від ЗМІ та інтенсивність медіа впливу тісно пов'язані з нестабільністю суспільства і ступенем соціальної важливості, яка надається мас-медіа як джерелу інформації [11; 14].

Зазначимо, що віктимізація особливо ефективно реалізується щодо суб'єктів, які мають певні аддикції, оскільки психіка такої особи особливо вразлива. Інформаційна віктимізація тісно пов'язана з медіа-аддикціями, які виникають у зв'язку з переглядом одних і тих самих медійних джерел, тобто сприйняття інформаційних повідомлень виключно одного каналу, блогу, спільноти в соціальній мережі тощо. Томпсон С. з цього приводу доречно зазначає, що користувачі активно вибирають телепередачі та інші носії медіа-інформації для задоволення своїх індивідуальних потреб [11, с. 155].

Таким чином, в кожній особі є суб'єктивне медіа-поле, яким вона регулярно користується. Якщо це поле тривалий час не змінюється, то запевнити особу в тому, що її носії медіа-інформації не завжди є об'єктивними досить складно. Більше того, особа настільки звикає до манери та способу подачі інформації з конкретних носіїв, що повідомлення з інших медіа ресурсів можуть викликати навіть стресову ситуацію, результатом чого є надмірна й, на перший погляд, безпідставна агресія. У випадку, коли

особа систематично сприймає інформацію з тих медіа джерел, які пропагують “мову ворожнечі” щодо певної групи людей, вона стає інформаційно-віктимізованою та буде свої міркування, базуючись не на фактах та своєму досвіді (раціональне світосприйняття), а на надмірно емоційних інформаційних повідомленнях свого медіа-поля (чуттєве світосприйняття), коли залежність від нього настільки зростає, що питання про правдивість і толерантність таких повідомлень навіть не постає. Поведінка такої особи є яскравим прикладом жертви з ретристською активністю.

Так, можна провести аналогію між жертвами деструктивних культур та жертвами деструктивних інформаційно-психологічних впливів. В обох випадках внаслідок впливу на свідомість потенційної жертви відбувається інтроєкція, тобто унеможливлення нею мислити власними категоріями, оскільки вони підміняються категоріями культури, ідеї, що власне характерне для пропаганди. Наприклад, в саєнтології (американському деструктивному культурі, що поширився й на територію Європи) зазначається: “головне в не тому, що саєнтологія проти психіатрії та медицини, а в тому, що вона намагається зганьбити своїх конкурентів. Саєнтологія використовує свою внутрішню систему інформації, щоб звинуватити найефективніших критиків у тому, що ті діють як члени деструктивних культур” [13]. Ця теза чи не найкраще констатує дестабілізуючий вплив деяких мас-медіа.

Зазначимо, що М. Вобер і Б. Гантер (Wober&Гюнтер, 1982) виявили, що особливості світосприйняття глядача мають відношення скоріше до характеру програм, ніж до часу, проведеного перед екраном [11, с. 205]. Тобто інформаційна віктимізація по своїй суті залежить від манери та характеру подачі інформації та може виникати у людей, які не є медіа-залежними. Однак, акцент робиться саме на особах з медіа-аддикціями тому, що вони по суті є групою ризику, сприятливим підґрунтям для поширення інформаційної віктимізації в соціумі, внаслідок того, що вони систематично піддаються інформаційно-психологічному впливу з боку обраних ними ж медіа-джерел.

Висновки.

Виходячи з вищезазначеного, одним із першочергових напрямів у сфері попередження формування індивідуальних та масових медіа-аддикцій є проведення систематичних соціологічних опитувань щодо встановлення рівня інформаційної віктимізації населення в Україні.

Так, згідно п. 4 Положення про Державний комітет телебачення і радіомовлення України від 13 серпня 2014 р. № 341 одним із його завдань є участь у формуванні єдиного інформаційного простору та сприянні розвитку інформаційного суспільства, а також взаємодія з інститутами громадянського суспільства. З огляду на дані норми Держкомтелерадіо має компетенцію для реалізації діяльності з проведення соціологічних опитувань щодо встановлення рівня інформаційної віктимізації населення в Україні. Зазначимо, що такий пілотний проект має бути реалізований на базі науково-дослідної установи, яка зі свого боку підготує методологічну базу. При цьому представники громадського сектору (об’єднання громадян), який останнім часом активно розвивається в Україні, можуть надати численні людські ресурси в якості волонтерів. Таким чином, співпраця представників державного та громадського секторів фактично буде синтезом зусиль та індикатором ефективності такої співпраці, а також поглибить взаємну довіру.

Паралельно з опитуваннями доцільним буде надання респондентам інформаційної продукції з приводу впливу мас-медіа на свідомість та навіть психіку людини, а також практичні інструменти того як протистояти таким впливам або надання інформації про

те, де таку інформацію можна знайти і з якими спеціалістами спілкуватися з даного питання. Це дозволить встановити та в подальшому знизити рівень латентності інформаційно-віктимізованих осіб, з'ясувати їхні мотиви та отримати емпіричні дані щодо наявності медіа аддикцій та їх вплив на масову свідомість населення.

Метою опитування, в першу чергу, є встановлення масштабів латентності інформаційної віктимізації та медіа-залежності населення для подальшої розробки рекомендацій та наукових досліджень щодо боротьби з даним явищем. Доцільність такого підходу доводить інший, вже реалізований проект 2012 р. з приводу встановлення загальних обсягів латентної віктимності в Україні, що здійснювався за підтримки програми “Верховенство права” Міжнародного фонду “Відродження”.

Оскільки запропонований напрям є новим, то виникає потреба у значному фінансуванні даного проекту. Попереджуючи це питання зазначимо, що в умовах жорсткої інформаційної експансії українським неурядовим організаціям (NGO) істотну матеріально-технічну допомогу надають міжнародні фонди та організації. Найбільш яскравими прикладами цього є “Програма медіа-грамотності для громадян”, яка реалізується за підтримки Міністерства закордонних справ та міжнародної торгівлі Канади (DFATDCanada), у партнерстві трьох організацій: Академія української преси, IREX та StopFake. Таких проектів, що стосується медіа-освіти та медіа-грамотності на сьогодні існує декілька. Доречним є підтримка державою вказаних напрямів з метою їх координації. Таким чином, співпраця державних органів, українських та міжнародних неурядових організацій сприятиме збалансованому розподілу ресурсів та розробці практичних рекомендацій у цій сфері. До того ж такі дії в сьогоденній інформаційно-політичній ситуації в Україні є ідеальним базисом для впровадження дисципліни “Медіаосвіта та медіа грамотність” в школах та вищих навчальних закладах переважно гуманітарного спрямування як дієвий засіб боротьби з інформаційно-психологічним впливом на населення в контексті інформаційно-психологічного протидіювання.

Використана література

1. Грицай С.В. Визначення поняття “медіа-простір” з позицій міждисциплінарного підходу // Вісник Харківської державної академії культури : зб. наук. праць. – Харківська державна академія культури ; за заг. ред. В.М. Шейка. – Х.: ХДАК, 2012. – Вип. 36. – С. 235-243.
2. Дроздик Л. А. Євромайдан : технології інформаційного впливу : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [“Критерії діагностики та методики розрахунку впливу медіа”] : – К. : Інститут журналістики, 2014. – С. 114-116.
3. Джужа О.М. Місце віктимологічного вчення у кримінологічній науці // Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ. – 2011. – № 2(2). – С. 3-10.
4. Ривман Д.В. Кримінальна віктимологія. – Режим доступу : <http://www.universalinternetlibrary.ru/book/33065/ogl.shtml>
5. Моїсєєв Є. М., Джужа О.М. Кримінологічна віктимологія : навч. посіб. ; за заг. ред. проф. О.М. Джужі. – К. : Атіка, 2006. – 352 с.
6. – Режим доступу : https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B8%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%9B%D0%B5%D0%B2_%D0%98%D0%BE%D1%81%D0%B8%D1%84%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87
7. Присяжнюк М.М. Інформаційна безпека України в сучасних умовах // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – (Військово-спеціальні науки). – 2013. – Вип. 30. – С. 42-46.

8. Щодо інформаційно-психологічної складової агресії Російської Федерації проти України (за результатами подій 1-2 березня 2014 року). Аналітична записка. – Режим доступу : [//www.niss.gov.ua/articles/1476](http://www.niss.gov.ua/articles/1476)

9. Туляков В.А. Виктимология. Социальные и криминологические проблемы / В.А. Туляков. – Одесса : Юрид. лит., 2000. – 331 с.

10. Youngpeopleandcrime : findingsfromthe 2006 Offending, CrimeandJusticeSurvey // Home Office Statistical Bulletin. – London, 2008. – № 08/09. – P. 2.

11. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ ; [пер. с англ.] – М. : Издательский дом “Вильяме”, 2004. – 432 с.

12. Бутиріна О.М.Віктимологія як проблема психологічного аналізу. – Режим доступу : <http://social-science.com.ua/article/195>

13. Информационные методы применения психонаркотиков сектой Саентологии. – Режим доступу : http://theme.orthodoxy.ru/scientology/scientologers_013.html

14. Модель медіа-залежності. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C>

Рецензент: Фурашев ВМ., кандидат технічних наук, доцент, с.н.с.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~