

11. *Кожев А.* Тирания и мудрость. Комментарии по поводу трактата Л. Штрауса / А. Кожев // Там же.

12. *Шарп Д.* Теория ненасильственной борьбы. По книге: Шарп Д. Политика ненасильственных действий / Джин Шарп; [Электронный ресурс]. – Boston: Porter Sargent, 1973. – Режим доступа: <http://biblionmd.tripod.com/civ/04>; Шарп Д. От диктатуры к демократии. Концептуальные основы освобождения / Джин Шарп; [Электронный ресурс]. – Институт им. Альберта Эйнштейна (США). – Режим доступа: http://www.aeinstein.org/wp-content/uploads/2013/10/FDTD_Russian.pdf.

13. *Кара-Мурза С.* Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза; [изд. 2-е]. – М.: Академический Проект, 2009. – 380 с. – (Социально-политические технологии).

14. *Гавел В.* Политика и совесть / Вацлав Гавел; [Электронный ресурс] // Politics and Conscience. – Salisbury Review. – 1985. – January (№ 2). – Режим доступа: <http://www.inliberty.ru/library/179-politika-inbvspovest>.

Н.Г. Середюк

РОЛЬ ПРИКЛАДНОЇ ЕТИКИ В ПРОЦЕСІ ПО- ПЕРЕДЖЕННЯ МЕДІЙНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ ОСОБИСТІСТЮ

У статті розглянуто проблему прикладної етики як форми організованого впливу на розвиток морального мислення. Етика сучасного суспільства втрачає надмірну утаємниченість своїх принципів і не дотримується ілюзії завершеного духовного продукту. Саме такий новий аспект прикладної етики, який значною мірою пов'язаний з системною диференціацією суспільства і орієнтацією кожної системи на свої власні особливі нормативи, активізує розробку різних етик. Останні виконують функцію легітимації конкретних виявів людського буття.

Ключові слова: *прикладна етика, сучасне суспільство, людське буття, гуманізм, мас-медіа, медійна маніпуляція, особистість.*

В статті розглянуто проблему прикладної етики як форми організаційного впливу на розвиток морального мислення. Етика сучасного суспільства втрачає надмірну таємничість своїх принципів і піддається ілюзії завершеності духовного продукту. Саме такою новою аспектом прикладної етики, який в більшій мірі пов'язаний з системою диференціації суспільства і орієнтації кожної системи на свої власні особливі нормативи, активізує розробку різних етик. Останні виконують функцію легітимації конкретних проявів людського життя.

Ключевые слова: *прикладная этика, современное общество, бытие человека, гуманизм, масс-медиа, медийная манипуляция, личность.*

N.G. Serediuk. *Tasks of applied ethics in the prevention of personality manipulation*
This article covers the problem of applied ethics as a form of organized influence in the development of moral thinking. Modern society ethics loses excessive mysteriousness of its principles and does not adhere to the illusion of complete a spiritual product. This very new aspect of applied ethics, largely associated with systemic differentiation of society and the focus of each system on its own specific regulations, promotes the development of different ethics. They serve as the means of legitimization specific expressions of human existence.

Key words: *applied ethics, modern society, human existence, humanism, media, media manipulation, identity.*

На початку ХХІ століття науково-технічний цивілізаційний розвиток людства призвів до того, що людина опинилася в ситуації всезагальної медійності, в якій різноманітні технічні посередники активно впроваджуються практично в усі сфери людського буття, позбавляючи людину можливості повноцінного функціонування поза медійною комунікацією. Дослідження ролі прикладної етики в процесі попередження медійної маніпуляції особистості є особливо актуальною в ситуації гібридної війни.

Метою статті є показати роль прикладної етики в процесі попередження медійної маніпуляції особистістю. Об'єктом дослідження є прикладна етика як сфера вирішення моральних дилем в протистоянні медіа-маніпуляції. Предметом дослідження виступає роль, яку може мати прикладна етика в попередженні медіа-маніпуляції.

Загальною є думка, що ЗМІ в цілому та особливо телебачення відповідають за формування індивідуального смислового образу начебто реального світу, але в дійсності він є псевдореальним: «У глядача виникає відчуття співпричетності до подій, реального спостереження того, що представлено на телеекрані» [1, с. 181].

Оперативність інформації та яскраво виражений ефект присутності підвищують маніпулятивні можливості телебачення. Зокрема використовуються такі прийоми, як дроблення та мозаїчність подачі інформації. Досить часто телебачення зловживає моментом сенсаційності повідомлень, які невпинно змінюють один одного, заважають створенню об'єктивних оцінок та суджень, знижується критичність оцінок глядача.

Найбільші втрати під впливом таких технічних прийомів, що спрямовані на досягнення популярності, рейтингів і в кінцевому результаті прибутків, відбуваються в царині моралі. Мораль як ідеал спілкування в кожний історичний період досягає системної оформленості, вибудовує свою взаємопов'язану логіку ціннісних категорій і має виразну критично-оціночну функцію. Саме ця функція є заблокованою штучним «кредитом довіри» до телевізійних новин. Самостійне моральне мислення стає зайвим в умовах активного використання таких маніпулятивних технік як нав'язування пунктів порядку денного, монтаж та дезінформація як пряма так і у вигляді «неповної» правди, зміщення фокусу уваги, стереотипізація та міфологізація.

Усі новини будуються на п'яти основних ознаках: композиція вимагає наявності головного героя, драми, активної дії, новини події, прив'язки події до актуальних подій, або до таких, що узгоджуються з позицією більшості, штучно поляризуються на основі до рефлексивних структур свідомості: «свої-чужі», «ми-вони», «добрі-погані». Постійне введення в таку архаїчну дихотомію руйнівним чином впливає на можливість морального мислення на основі базових універсалістських принципів, які почали формуватися від християнського «нема ні елліна, ні іудея» та просвітницького «всі люди – брати», до ідеї єдності людства в глобальному світі.

До найбільш руйнівних для моральної свідомості особистості впливів засобів масової комунікації можна віднести: 1) втрата потреби в істині і розмивання критеріїв істини, 2) надмірний акцент на сьогоденні, який «розмиває» історичну пам'ять і тяглість культурної спадкоємності, 3) інформаційні війни та інформаційна колонізація, 4) нівелювання загальнолюдських моральних норм і смислів, 5) ослаблення навиків читання і зниження творчого потенціалу.

Маніпуляція медійна (*media manipulation*) – система медійних впливів на аудиторію з метою нав'язування певних ідей, думок, тобто це є система, зорієнтована на необхідність прищеплення саме цих ідей та думок або введення в оману [2]. Медіа-ефект – це феномен, пов'язаний із змінами в поведінці людей, які безпосередньо залежать від інформації, отриманої з мас-медіа. Таке копіювання людьми зразків поведінки і соціальних норм, отриманих з мас-медійних джерел, можуть мати різні форми – соціального навчання, культивативії, селективного процесу та ін. Інформаційний вплив на свідомість дослідники розкладають на такі компоненти: суб'єкт впливу – елітні групи, об'єкт впливу – свідомість, інструменти впливу – ЗМІ, механізми впливу – міфологізація та стереотипізація. В результаті досліджень виявлено, що на підставі власного досвіду людина одержує 10-15% інформації, а все інше – це вплив засобів масової комунікації. ЗМІ виконують функцію координатора нескінчених інформаційних потоків: «В світі відбувається мільйон подій, але обговорюється лише та їх частина, яку ЗМІ вводять в сферу уваги респондентів» [3, с. 199]. Така монополія на інформацію дозволяє ЗМІ розставляти свої власні смислові акценти та впливати на суспільну думку. Аудиторія підключається до тих тем, що потрапили до ефіру. В ситуації неідеальних, формальних кодексів етики журналістів, або навіть їх відсутності, з поля зору суспільної думки можуть зникати теми громадянської етики, солідарності, взаємодопомоги, всього спектру проблем, пов'язаних зі «спільним благом». На практиці інформаційний вплив на свідомість, який реалізується засобами синтезу прикладних інформаційно-комунікативних та психологічних технологій, активізує міфологічну складову

масової свідомості: «Міф є узагальнене уявлення про дійсність, що поєднує і етичні, і естетичні установки, що сполучає реальність з містикою» [3, с. 95]. При цьому треба враховувати, що героїчна міфологія – важливий компонент символічно-духовного єднання колективу, етносу, народу, нації.

Прикладна етика вивчає практичні моральні проблеми, які виникають в конкретних ситуаціях морального вибору та мають вигляд моральної дилеми з двома більш-менш рівнозначними й обґрунтованими рішеннями. Дискурс прикладної етики в формі групових тренінгів, об'єктивно вимагає доповнення елементами піднесеного образного ряду, як важливої частини організаційної культури. Питання полягає в тому, чи такі образи (наприклад, засновників успішних фірм, чи винахідників нового продукту) мобілізують і орієнтують на перспективну, креативну, розвиваючу поведінку, чи консервують орієнтацію на примітивізм і посередність? Адже міф не піддається критичній рефлексії та сприймається індивідами несвідомо. В цьому його і сила, і слабкість. Нечутливість міфу до раціональних аргументів робить його неоднозначним феноменом, але попри всі потенційно об'єднувальні ресурси міфологізації, його надмірність в комунікаційному просторі послаблює самостійність і зрілість особистості. Алгоритм міфологізації свідомості складається, на думку дослідників, з трьох позицій. Найперше потрібно визначати, який з міфів найбільш очікуваний в суспільстві на даному етапі його розвитку, який тип харизматичного лідера найбільше відповідає образу міфологічного героя, а потім розвивати міфологічний сюжет з дотриманням всіх ритуалів, образів, символів.

Найбільше елементів деструктивно нав'язливого впливу міститься в телевізійній рекламі: «Будучи основою сюжету реклами, міфи творять в свідомості химерний світ, що одночасно схожий на звичну реальність, але в той же час є іншим – ідеальний казковий світ, де можливе втілення будь-яких, навіть нездійснених бажань» [3, с. 348]. Використання природного механізму свідомості – стереотипізації, з вузько направленими цілями через техніки пере-

конання і навіювання чи то в рекламі, чи то на телебаченні попри обмеження зловживання цими формами впливу на законодавчому рівні, залишаються значною проблемою масової свідомості.

Загалом використання стереотипів дозволяє швидко знайти спільне в розрізненому, звести різноманітні явища до узагальнених уявлень, якими простіше оперувати. Масова комунікація здійснює не тільки негативний вплив на масову та індивідуальну свідомість. Вона може протидіяти етнічним і статевим стереотипам. До її позитивних результатів відносяться і підвищення обізнаності, допитливості, поліпшення мовних навиків. Мас-медія першопочатково використовувались як засоби інформування, просвітництва і розваги. Але поступово стали виконувати і більш складні функції. Так за допомогою їх можна змінювати застарілі стереотипи, створювати нові ціннісні установки, переорієнтовувати на найбільш актуальні, в певному соціальному контексті морально-етичні цінності масової свідомості, сприяти появі нових людей поведінки та ін.

Предметом особливої уваги різних гуманітарних наук є так зване «насильство в медіа» (*Violence in the media*), яке вживається для позначення зростаючого числа насильницьких сцен, які являються причиною стурбованості психологів, соціологів, педагогів, медиків та ін. Певне звикання до сцен насильства, уявлення, що насильство – основний і легітимний шлях вирішення проблем, та формування доволі дивних ідеалів і взірців (позитивний герой бойовика, на загал, стріляє чи вбиває учетверо більше, ніж герой негативний) – все це не сприяє відтворенню людяності в міжособистісних взаєминах. Зображення насильства з погляду суто інструментального, тобто з деталізацією того, як саме це відбувається, стає серед кінематографістів тривожно поширеним явищем, і це вже не є відкриттям захоплюючої тасмниці зла, а є безглуздим комерційним зловживанням.

Парадоксальність віртуального насильства полягає в тому, що деякі тенденції зниження злочинності, зокрема, вбивств є реальною тенденцією, навіть в країнах найбільшого споживання насильницької відеопродукції, приміром в США. Вивчення цих тенденцій і наукові дискусії щодо цієї проблеми ще продовжуються, але мож-

на погодитись, що певна психічна розрядка, зменшення агресивного настрою є частковим результатом віртуального споживання такої продукції. При цьому треба враховувати, що США є країною з найбільш розвинутою системою прикладної етики в бізнес-організаціях. Тому наявність такого, до певної міри компенсаторного механізму, не можна не враховувати при узгодженні протилежних тверджень, з одного боку, про руйнацію системи цінностей, моральних орієнтирів, а з іншого – заперечення прямого і пропорційного зв'язку між екранним і реальним насильством.

З тотальною комп'ютеризацією та поширенням Інтернету стали говорити про ще одну віртуальну реальність, яка дістала назву кіберпростору. Особливості Інтернету дозволяють особистості експериментувати з власною ідентичністю. До негативних методів впливу можна віднести те, що конструюючи своє друге Я в Інтернет-просторі людина може прагнути як для розвитку своїх кращих рис, так і для негативних. В умовах анонімної взаємодії може відбуватись деіндивідуалізація особистості. Один з співзасновників Інтернету Г. Бернес-Лі відмічає, що «Аналогія Мережі і Мозку спокуслива: і Мережа і мозок мають величезну кількість елементів – нейронів і веб-сторінок – та поєднують структурованість із видимою випадковістю. Разом з тим мозок має розум, який проявляється на зовсім іншому рівні від того, про що можуть знати нейрони» [4, с. 172]. Не можна заперечити, що поряд з потребами економічними, насамперед, у динамічності і гнучкості не в останню чергу розвиток Інтернету стимулюють такі потреби суспільства, які орієнтовані на індивідуальну свободу як на найвищу цінність, а також на відкриття комунікацію.

В колі спеціалізованих прикладних етик (етика бізнесу, біоетика, екологічна етика, професійні етики як прикладні – журналіста, менеджера тощо) найбільш новою і такою, що стрімко розвивається, є галузь прикладної етики, що досліджує соціальний та етичний ефект від інформаційних та комп'ютерних технологій. Інформаційна етика охоплює більш широке поле суспільної комунікації, проте комп'ютерна, яка орієнтована не тільки на професійну етику робіт-

ників комп'ютерної галузі, їх кодексів і стандартів, а також шукає відповіді на етичні колізії, що безпосередньо виникають в комп'ютерних мережах, набуває все більшу значущість. Перші паростки такого дискурсу виникли задовго до інституційного оформлення «комп'ютерної етики», яка на сьогодні називається також «етикою Інтернету», або «кібернетики». Це, насамперед, розробки Н. Вінера, який передбачав значний соціальний та етичний вплив кібернетики та електронних комп'ютерів. Він наголошував на важливості «принципу справедливості» у цій новій галузі, метою людського життя вчений вважав вільну і творчу діяльність, примноження особистісного потенціалу, наголошував на таких принципах як свобода, рівність, благодійність, прагнув запобігати навіть мінімальним порушенням свободи. Такі перші паростки комп'ютерної етики були орієнтовані як на уже існуючі етичні цінності, так і на необхідність творчого розв'язання нових етичних прецедентів.

Предметна дискусія з приводу нової етичної дисципліни розгорнулася уже в 70-ті роки між У. Майнером та Д. Джонсом, яка видала в 1985 р. роботу «Комп'ютерна етика». В тому ж році вийшла праця Д. Мура «Що таке комп'ютерна етика», а тому саме від цієї дати можна відрховувати появу самостійного етичного дискурсу з цієї проблематики. Така проблематика першопочатково включала базові цінності (життя, здоров'я, щастя, безпека, ресурси, знання), як основу отримання нової нормативної бази, а в подальшому зверталась до специфічних питань комп'ютерної безпеки, власності, приватності та ін. Новий етап розвитку цієї етики пов'язаний з обґрунтуванням збільшеного масштабу культурного значення комп'ютерної етики як провідної етики глобального світу в праці Х. Горняк-Кочиковської «Комп'ютерна революція і проблеми глобальної етики».

Продовженням і видатним здобутком розвитку теорії такого спрямування стала «інформаційна етика» Л. Флоріді, який вважав її новою макроетикою, що доповнює класичні теорії новими положеннями. Він виходить з того, що весь Всесвіт є інфосферою, а тому абсолютно все, що існує в інфосфері, має цінність, яку треба поважати. Тим самим він декларує необхідність виходу за межі

суто антропоцентричної етики. Його підхід є продовженням загальної тенденції руху до універсалізації розрізнених моральних норм у глобальному світі, що є опосередкованим взаємовідносинами за допомогою новітніх комунікативних засобів. У загальному розумінні глобальна інформаційна етика розглядається як етика світових комунікативних процесів у напрямі здійснення більш якісного діалогічного спілкування між людьми, досягнення консенсусу між культурами і поколіннями, встановлення нового балансу сил в сфері комунікації.

На думку Л. Флоріді ефективність крос-культурної комунікації вимагає спільної онтології. Поняття «онтології» використовується задля прояснення сукупності процесів, які дозволяють людині бути дієвою, семантизувати та концептуалізувати своє оточення. Маючи на увазі останній аспект, зауважимо, що повноцінно спілкуватись люди можуть тоді, коли є спільним хоча б якийсь рівень абстрактного світорозуміння. В своїй роботі «Інформаційна етика, її природа та предмет» Л. Флоріді зазначає, що розуміння предмету інформаційної етики останнім часом отримало чимало конотацій, що спричинене різночитанням даної проблематики в рамках багатьох наукових дисциплін. Для виходу з цієї ситуації Л. Флоріді пропонує універсальний підхід до природи інформатики, який дозволить створити єдину методологічну основу. Моральна цінність дії розкривається суб'єктом у три етапи: 1) суб'єкт використовує інформацію (остання виступає в якості ресурсу), генерує іншу інформацію (остання виступає в ролі продукту) і таким чином формує своє інформаційне оточення (інформація виступає як мета). В концепції Л. Флоріді «моральний агент» – це інтерактивна, автономна та гнучка до пристосувань система, чії дії можна оцінити як моральні. В його концепції моральний суб'єкт – це перш за все сутність, яка може нести відповідальність і може бути засуджена. Обов'язок будь-якого морального суб'єкта – давати оцінку інфосфері та процесам, діям і подіям, які негативно впливають на всю інфосферу відносно того, наскільки вони мали позитивний ефект у підтриманні позитивного розвитку інфосфери.

Отже, етика сучасного суспільства втрачає надмірну утаємниченість своїх принципів і не дотримується ілюзії завершеного духовного продукту. Саме такий новий аспект прикладної етики, який значною мірою пов'язаний з системною диференціацією суспільства і орієнтацією кожної системи на свої власні особливі нормативи, активізує розробку різних етик. Останні виконують функцію легітимації конкретних виявів людського буття. При цьому формування, на перший погляд, начебто вузькоспеціалізованої етики, призводить до значного синергетичного ефекту, до віддзеркалення у всьому соціальному просторі її моральної енергії, що є проявом природи моральності з її внутрішньою всезагальністю, органічно властивим їй універсалізмом. Розвиток, таким чином, прикладної етики в означених у дослідженні аспектах не може не бути певним теоретичним захистом особистості в умовах різноманітних практик медійної маніпуляції свідомістю.

Посилання

1. *Павлова Е.Д.* Сознание в информационном пространстве. – М.:Academia, 2007.
2. *Маніпуляція* медійна [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://didacts.ru/termin/manipuljacija-mediinaja.html>.
3. *Йонас Г.* Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації / Г. Йонас; [пер. з нім.]. – К.: Лібра, 2001.
4. *Бернес-Лі Т.* Заснування павутини: з чого починалася і до чого прийде всесвітня мережа. – К.: ВД «К-МАкадемія», 2007.