

УДК 159.9.019

ПСИХОЛОГІЧНА ЕКСПЕРТИЗА ОФІЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРО НАДЗВИЧАЙНУ СИТУАЦІЮ

Потапчук Н.Д., к. психол. н.,
старший науковий співробітник науково-дослідного відділу
Національна академія Державної прикордонної служби України
імені Богдана Хмельницького

У статті обґрунтовується необхідність проведення психологічної експертизи інформаційних повідомлень засобів масової інформації про надзвичайну ситуацію; характеризуються місце, роль, значення та можливості засобів масової інформації в кризових ситуаціях; розглядається важливість просвітницького характеру діяльності засобів масової інформації в умовах надзвичайних ситуацій, їх цілеспрямованої профілактичної роботи з населенням, поєднання інформаційної та психотерапевтичної функцій, диференціація інформаційних потоків, співпраця з органами місцевої влади.

Ключові слова: психологічна експертиза, інформаційні повідомлення, засоби масової інформації, надзвичайна ситуація, психосемантичний аналіз, чутки.

В статье обосновывается необходимость проведения психологической экспертизы информационных сообщений средств массовой информации о чрезвычайной ситуации; характеризуются место, роль, значение и возможности средств массовой информации в кризисных ситуациях; рассматривается важность просветительского характера деятельности средств массовой информации в условиях чрезвычайных ситуаций, их целенаправленной профилактической работы с населением, сочетание информационной и психотерапевтической функций, дифференциация информационных потоков, сотрудничество с органами местной власти.

Ключевые слова: психологическая экспертиза, информационные сообщения, средства массовой информации, чрезвычайная ситуация, психосемантический анализ, слухи.

Potapchuk N.D. PSYCHOLOGICAL EXAMINATION OF THE OFFICIAL MEDIA REPORTS ABOUT THE EMERGENCY SITUATION

The article proves the necessity of psychological examination informational messages to the media concerning the emergency; characterized by the place, role, importance and opportunities of the media in crisis situations; examines the importance of awareness-raising activities of the media in emergency situations, their purposeful preventive work with the population, the combination of information and psychotherapeutic functions, differentiation of information flows, cooperation with local authorities.

Key words: psychological examination, information messages, media, emergency, psycho-semantic analysis, rumors.

Постановка проблеми. Тема безпеки життєдіяльності населення з'являється у пресі лише під час виникнення великомасштабних надзвичайних ситуацій (далі – НС) і зазвичай є лише вираженням думки окремих ньюсмейкерів та журналістів. Сьогодні інформаційного простору нашої держави є таким, що психологічне травмування населення за активного сприяння засобів масової інформації (далі – ЗМІ) охоплює не тільки тих, хто постраждав в зоні лиха, але й тих, хто перебуває в ролі віртуальних учасників події. За цих умов інформаційна політика щодо НС має будуватися з урахуванням основних психологічних закономірностей (інформаційної ідентичності, випереджаючого інформаційного відображення, наявності державно-громадського ідеалу, єдності свідомого, підсвідомого та несвідомого). Проблему сприйняття та ставлення до НС легше вирішувати на міжособистісному рівні, знаючи особливості

тих, кому надається інформація, та маючи можливість контролювати розуміння людиною проблеми за допомогою зворотного зв'язку. Лише таким чином можна очікувати появу певних змін у поведінці населення в бік підвищення безпеки життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковці (О. Бервенова, В. Латинов, А. Назаретян, Г. Почепцов, О. Тімченко, В. Христенко та ін.) [1; 4; 5; 3; 7], які досліджують проблему впливу ЗМІ на психіку та поведінку людей в умовах НС, неодноразово наголошували на тому, щоб всі ключові офіційні повідомлення про ситуацію в зоні лиха проходили психологічну експертизу. Йдеться про оцінку достовірності та своєчасності інформації, а також можливості її ймовірного впливу на психіку читачів чи слухачів.

Сучасні наукові дослідження стосуються здебільшого етичних сторін надання інформації про ситуацію та ступеню її впливу на



психічний стан людини. При цьому недостатньо вивченою залишається проблема проведення психологічної експертизи офіційних інформаційних повідомлень ЗМІ про НС.

Постановка завдання. Завдання нашого дослідження полягають в розгляді проблеми проведення психологічної експертизи офіційних інформаційних повідомлень ЗМІ про НС та розробці алгоритму дій для експертів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному тлумачному психологічному словнику «експертиза» визначається (від лат. *expertus*) як дослідження якого-небудь питання, що вимагає спеціальних знань, із наданням мотивованого висновку [8, с. 123]. Психологічна експертиза здійснюється експертною особою чи спеціалізованою установою державного чи приватного типу, що оперує науковими знаннями у сфері дослідження та може не тільки констатувати певні моменти, але й виконати глибокий індивідуальний аналіз обставин та факторів, що могли мати вплив на предмет дослідження.

Варто зауважити, що психологічну експертизу потрібно застосовувати в комплексі з іншими спеціалізованими видами експертизи за напрямками, що досліджують внутрішній психічний стан людини (психолого-психіатричною експертизою, психолого-автотехнічною експертною оцінкою, психолого-медико-психіатричним експертним дослідженням, медико-психологічною експертизою). Вона має проводитися за допомогою психологічних методик, спеціально підібраних та апробованих залежно від характеру та цілей психологічної експертизи.

Як свідчить практика, застосування психологічних експертиз до інформаційних повідомлень ЗМІ є надзвичайно важливими при настанні критичних ситуацій в суспільстві, коли реагування населення на будь-яке повідомлення значно відрізняється від звичайного буденного реагування. Тому фахівці, які досліджують проблему впливу ЗМІ на психіку та поведінку людей в умовах НС, пропонують виділяти типи цих ситуацій з урахуванням їх повторюваності, вивчати те загальне, що є у кожній з них, і розробляти чіткі процедури антикризового реагування. В ідеалі мобілізація кризових контурів інформаційного реагування ЗМІ має стати частиною загального пакета процедур, передбаченого на випадок кризи. Інакше кажучи, потрібно заздалегідь продумати та офіційно затвердити алгоритм дій прес-служб в кризових ситуаціях. Також необхідним є ознайомлення з цими алгоритмами тих журналістів, які постійно висвітлюють події у форматі поточного ін-

формаційного реагування на події в тій чи іншій галузі.

Слід зазначити, що проблему сприйняття та ставлення до ризику НС легше вирішувати на міжособистісному рівні, знаючи особливості тих, хто постраждав від їх наслідків, та маючи можливість контролювати розуміння людиною проблеми за допомогою зворотного зв'язку. Лише таким чином можна очікувати появу позитивних змін у психіці та поведінці людини.

У зв'язку з цим дослідники [1; 2] пропонують використовувати двосторонню комунікаційну модель, де встановлюються рівні умови суб'єктів інформаційної взаємодії (держави, експертів, комунікаторів, населення) в процесі оцінки та управління ризиком. Підвищити ефективність впливу інформаційних повідомлень ЗМІ можна, наголошуючи на рекомендаційних, навчальних аспектах тих публікацій, які мають переважно конструктивний характер та сприяють заспокоєнню та появі відчуття впевненості, зацікавлення і бажання убезпечити себе і близьких.

З огляду на це *змістовне поле офіційних повідомлень про НС* має включати:

- прогнозування (моделювання) місцевими органами цивільної оборони вірогідних стихійних лих та можливих аварій і катастроф з метою підготовки приблизних варіантів повідомлень на кожний випадок НС, які потім корегуються з урахуванням конкретних подій;

- передачу інформації протягом 5 хвилин після подачі звукових сигналів (сирени, гудків тощо);

- правильне розуміння цієї інформації населенням та прийняття правильних рішень.

При цьому слід враховувати те, що відсутність інформації чи її нестача сприяє появі чуток, пересудів, з'являються розповіді «очевидців», що сприяє виникненню паніки.

На сьогоднішній день ЗМІ залишаються одним з тих нечисленних соціальних інститутів, чії гуманістичні цілі й правильно обрані засоби на їх досягнення можуть допомогти стабілізувати життя людей в будь-якій ситуації, особливо в кризовій, коли гармонійний і безпечний розвиток подій стає нереальним без різкого підвищення рівня ефективності запобіжних заходів, які зменшують небезпеку, масштаби і наслідки НС, тому виступають у ролі компенсаторних ресурсів. ЗМІ розглядаються як основний суб'єкт формування суспільної думки. А компетентність суспільної думки залежить від свободи надання і володіння інформацією. В свою чергу, відсутність достовірної інформації призводить до того, що громадська думка формується з урахуванням недостовірних даних, наприклад, чуток.

Психолог О.Бервенова [1] провела експертне опитування, мета якого полягала в оцінці місця, ролі, значення та можливостей ЗМІ в умовах НС. Результати проведеного дослідження переконливо доводять, що ЗМІ володіють значними компенсаторними ресурсами, здатними певною мірою відшкодувати психологічний дискомфорт постраждалих, покращувати їх соціально-психологічний стан. Тому при висвітленні НС потрібно підвищувати рівень достовірності інформації, знижувати рівень сенсаційності подачі матеріалу, диференціювати інформаційні потоки, поєднувати інформаційну та психотерапевтичну функції, співпрацювати з органами місцевої влади тощо. Тобто можна зробити висновок, що за умови настання НС необхідно управляти всіма інформаційними потоками. У цьому аспекті надзвичайно актуальною постає проблема корекції діяльності ЗМІ на державному рівні, особливо в частині функціонування в кризових ситуаціях, коли вектор розвитку ЗМІ має бути орієнтований на підвищення своїх компенсаторних ресурсів. На думку О. Бервенової, діяльність ЗМІ в умовах НС доцільно обмежувати нормативно-правовими документами. Водночас вона має обумовлюватися морально-етичними нормами. Це означає, що корекція має здійснюватися не законодавством, а механізмом зміни масових уподобань та суспільної думки.

Тому інформаційні повідомлення, поширення яких не заохочується і навіть засуджується у суспільстві, природним шляхом мають затримуватися цим фільтром чи послаблюватися настільки, щоб їхня поява стала практично неможливою. При цьому основні завдання держави полягають в підтримці працездатності цього фільтра, збереженні його захисного потенціалу, розробці високоефективних технологій нейтралізації негативних інформаційних потоків і виключення можливості маніпуляцій масовою свідомістю переважно шляхом інформування і навчання своїх громадян.

Часто інформація про НС домінує над освітленням інших подій в повсякденні, що виражається в значному зростанні обсягів повідомлень про неї в інформаційному просторі. Надлишкова присутність такої інформації формує ефект звикання масової свідомості до катастроф, їх неминучості, що, врешті-решт, веде до пасивної, відстороненої поведінки людей навіть за таких надзвичайних ситуацій, як пожежа та повінь. В результаті в суспільстві формується неадекватне сприйняття безпечної поведінки в НС. Тобто виникає супе-

речність між зростанням стрессогенних чинників масової свідомості, обумовлених збільшенням масштабів НС, і зниженням компенсаторних можливостей ЗМІ, які забезпечують достатній рівень її стабільності. Відсутність рівноваги між реальним рівнем НС і характером їх відображення в інформаційному просторі призводить до того, що населення потрапляє під подвійний психологічний прес: тиск самої ситуації та її відображення у ЗМІ. Це, з одного боку, потребує вивчення механізмів впливу ЗМІ на масову свідомість й поведінку, а з іншого – регулювання інформаційних процесів з метою мінімізації наслідків НС на життєдіяльність суспільства.

Слід також зазначити, що інформаційний обмін в кризовій ситуації нерідко буває ускладненим через об'єктивний конфлікт інтересів спеціалістів, які ліквідують наслідки кризи, з одного боку, і журналістів, які прагнуть задовольнити інформаційні запити аудиторії, – з іншого. Тому важливо швидко налагодити не тільки процес управління інформаційним обміном, поставивши його під контроль держави в особі місцевого адміністративного органу, але й процес проведення психологічних експертиз усіх інформаційних повідомлень про ситуацію в зоні лиха. Адже НС у журналістиці перебувають у тому самому семантичному полі, як і скандальні події. Технологія створення тексту, сюжету в описах катастрофи і скандалу однакова – порушення звичного стану справ. Її основний механізм працює таким чином: характер події впливає на її презентацію та рефлексію у ЗМІ, але рефлексія не конструктивна, а провокуюча, що змушує шукати у катастрофі «катастрофічні» подробиці, «катастрофічні» наслідки, навіть причини, які спровокували важкі події. Створені за такою логікою аналітичні та псевдоаналітичні сюжети відтворюють катастрофу, описуючи її в новому «катастрофічному контексті».

З огляду на це можна зробити висновок, що всі інформаційні повідомлення ЗМІ про НС мають проходити *психосемантичний аналіз* їхнього змісту. Зазначимо, що психосемантика – це галузь психології, що вивчає генезис, побудову і функціонування індивідуальної системи значень, яка опосередковує процеси сприйняття, мислення, пам'яті, прийняття рішень тощо [8, с. 408]. У контексті психологічної експертизи офіційних повідомлень про НС завданнями психосемантики можуть бути аналіз можливого впливу інформаційного повідомлення на систему уявлень населення про наслідки НС; прогнозування різних форм появи значень в



індивідуальній свідомості населення (образів, символів, символічних дій, а також знакових, вербальних форм) внаслідок впливу інформаційного повідомлення про НС.

Основний метод експериментальної психосемантики – побудова семантичних суб'єктивних просторів – модельного уявлення категоріальних структур індивідуальної свідомості. Психосемантика вивчає і загально-психологічні аспекти процесу категоризації, і диференційно-психологічні. У цьому випадку її завдання полягає в реконструкції системи уявлень цього індивіда про світ шляхом реконструкції системи його індивідуальних значень та особистісних змістів [8, с. 409].

Доцільно зазначити, що вплив ЗМІ проявляється не тільки в змісті повідомлення, а й у систематичному вилученні певного масиву інформації зі сфери публічного обговорення. Зона мовчання ЗМІ дорівнює зоні поширення чуток [2]. Водночас самі ЗМІ можуть створювати інформаційні нагоди для чуток, підтримувати їх. До того ж, кожне повідомлення ЗМІ як текст, що є у розширеному семіотичному сенсі певною послідовністю знакових одиниць, задає певну інтенцію, загальну настанову і може містити різні імплікатури, тобто неявну, приховану інформацію. Отже, ЗМІ можуть не тільки породжувати дефіцит інформації, який заповнюватиметься такими засобами неформальної комунікації, як чутки, але й брати активну участь у виникненні та поширенні чуток, приховуючи справжні цілі.

Передумовою появи чуток є також відповідна фонова ситуація в суспільстві та відповідність екстралінгвістичного контексту, тобто відповідність обстановки, місця й часу, до яких належить висловлювання, а також реальна дійсність, що дає змогу реципієнтові правильно інтерпретувати інформацію. Умовою сприйняття й поширення чуток є лінгвістичний контекст, тобто мовне оточення, в якому використовується певна одиниця мови в тексті.

Отже, висловлені аргументації дають змогу виділити основні критерії, що дають змогу допускати вихід офіційного повідомлення про НС в ЗМІ. Такими, зокрема, можуть бути:

1) конструктивний характер інформаційного повідомлення (що сприяє заспокоєнню людей, прояву в них почуття впевненості та захищеності);

2) відсутність нечіткої, прихованої інформації про ситуацію;

3) високий рівень достовірності інформаційних повідомлень про НС;

4) відсутність провокуючих даних про ситуацію, які описують її в «катастрофічному контексті»;

5) відсутність домінування інформації про НС над висвітленням інших подій.

Сутнісна характеристика критеріїв допустимості виходу інформаційних повідомлень в ЗМІ свідчить про те, що для нейтралізації негативних інформаційних потоків і виключення можливості маніпуляцій масовою свідомістю в умовах НС необхідними є розробка та впровадження покрокового алгоритму дій щодо проведення психологічної експертизи офіційних повідомлень ЗМІ. За результатами нашого дослідження ми дійшли висновку, що цей алгоритм повинен передбачати такий порядок дій:

1) зіставлення інформації про НС з критеріями її допустимості для поширення в ЗМІ;

2) проведення психосемантичного аналізу змісту інформаційних повідомлень;

3) розгляд можливих варіантів подачі інформації для населення;

4) визначення можливості ймовірного впливу інформаційних повідомлень про НС на психіку читачів чи слухачів;

5) прийняття рішення про допуск (не допуск) офіційного повідомлення про НС в ЗМІ.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, в кризовій ситуації важливо швидко налагодити не тільки процес управління інформаційним обміном, але й процес проведення психологічних експертиз усіх інформаційних повідомлень про ситуацію в зоні лиха. Метою цих експертиз є нейтралізація негативних інформаційних потоків і виключення можливості маніпуляцій масовою свідомістю. Проведення психологічної експертизи офіційних повідомлень передбачає розробку та впровадження покрокового алгоритму дій, що включає в себе зіставлення інформації про НС з критеріями її допустимості для поширення в ЗМІ; проведення психосемантичного аналізу змісту інформаційних повідомлень; розгляд можливих варіантів подачі інформації для населення та визначення можливості ймовірного впливу інформаційних повідомлень про НС на психіку читачів чи слухачів. Всі ці дії спрямовані також на попередження появи та поширення чуток.

Перспективами подальших досліджень в цьому напрямі є обґрунтування психологічних прийомів нейтралізації чуток і розробка структурно-функціональної моделі протидії чуткам в умовах НС.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бервенова О. Компенсаторные ресурсы средств массовой информации в чрезвычайных ситуациях : дисс. ... канд. полит. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / О. Бервенова. – М., 2007 – 136 с.
2. Волк Т. Журналистская этика / Т. Волк. – М. : Институт развития прессы, 2002. – 395 с.
3. Кризова психологія : [навч. посібн.] / за заг. ред. О. Тімченка. – 2-ге вид. – Х. : НУЦЗУ, КП «Міська друкарня», 2013. – 380 с.
4. Латынов В. Слухи : социальные условия и условия появления / В. Латынов // Социологические исследования. – 1995. – № 2. – С. 12–17.
5. Назаретян А. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи: лекции по социальной и политической психологии / А. Назаретян. – СПб. : Питер, 2009. – 192 с.
6. Почепцов Г. Информация и дезинформация / Г. Почепцов. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2001. – 256 с.
7. Христенко В. Психологічні прийоми нейтралізації чуток в осередку надзвичайної ситуації / В. Христенко // Проблеми екстремальної та кризової психології : зб. наук. пр. – Вип. 12. – Ч. 2 – Х. : НУЦЗУ, 2012. – С. 143–150.
8. Шапар В. Сучасний тумачний психологічний словник / В. Шапар. – Х. : Прапор, 2005. – 640 с.