

## ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ МЕДІА-ЗАСОБІВ НА ЕМОЦІЙНУ СФЕРУ МОЛОДІ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Закалик Г. М., Шувар Н. М., Коропатов С. О.

Існування особистості у сучасному просторі завжди перебуває у зв'язку із певними взаємодіями, спілкуванням, отриманням та переробкою інформації. Сучасні системи обміну інформації не вимагають прямої взаємодії і зустрічі учасників спілкування, а часто здійснюється опосередковано - через мережі. Важливим інструментом зв'язку і посередником у передачі інформації виступають засоби масової інформації, які постійно набувають нових технологічних можливостей для контактів зі своєю аудиторією.

Вплив масмедіа може бути різним - від позитивного і схвалюваного, до негативного неприйнятного. Загрозу становлять сучасні мережі, які створюються із шаленою швидкістю, шукають своїх реципієнтів, подаючи їм різноманітну інформацію. За допомогою цієї інформації може бути здійснено психологічний вплив і складати певну напружену ситуацію, породжувати нестабільність або ж спровокувати емоційні переживання. Під такий вплив частіше потрапляють особи, яким властива схильність до навіювання.

Використання психологічного впливу на особистість сьогодні є достатньо поширеним явищем. Комунікатори через ЗМІ використовують відповідні форми класичних технологій, що спираються на емоційну модель масової комунікації, перш за все на використанні страху та віри, замість логічного мислення і переконання, становлячи серйозну психологічну загрозу для молоді. Їхня не завжди стабільна емоційність, невпевненість у власні можливості, почуття недовіри та сугестивність можуть використовуватися ворожо налаштованими елементами.

Проведене дослідження показало схильність молоді до навіюваності, що породжене їхньою невпевненістю у собі, нездатністю до глибокого аналізу поданої інформації та неспроможність до її перевірки на достовірність.

Переважно для таких особистостей характерна висока емоційна лабільність, тривожність, нездатність відстояти власну думку чи позицію, що якраз і підсилювали схильність до навіювання.

Такі дані свідчать, що частина студентської молоді ще недостатньо готова до аналізу певних суспільних явищ і легко піддається маніпулятивним впливам засобів масової інформації.

*Ключові слова:* студентська молодь, емоційна стабільність, сугестія, масмедіа, інформаційний вплив, психічний стан.

Zakalyk H. M., Shuvar N. M., Koropatov S. O.  
Psychological influence of the media on the emotional sphere of a person

*The existence of an individual in the modern space is always connected with certain interactions, communication, receiving and processing of information. Modern systems of information exchange do not require direct interaction and meeting of communication participants, but are often carried out indirectly - through networks. An important tool of communication and an intermediary in the transmission of information is the mass media, which are constantly acquiring new technological opportunities for contacts with their audience.*

*The influence of mass media can be different - from positive and approved to negative and unacceptable. The threat is posed by modern networks, which are created at breakneck speed, looking for their recipients, providing them with a variety of information. This information can cause a psychological impact and create a certain tense situation, generate instability or provoke emotional experiences. Individuals who are prone to suggestion are more likely to fall under this influence.*

*The use of psychological influence on the individual today is quite common. Communicators through the media use appropriate forms of classical technologies based on the emotional model of mass communication, primarily on the use of fear and faith, instead of logical thinking and persuasion, posing a serious psychological threat to young people. Their not always stable emotionality, self-doubt, sense of distrust and suggestibility can be used by hostile elements.*

*The conducted research showed the tendency of young people to be suggestive, which is caused by their self-doubt, inability to deeply analyze the information provided and inability to verify its reliability.*

*Mostly such personalities are characterized by high emotional lability, anxiety, inability to defend one's*

*own opinion or position, which precisely strengthened the tendency to suggestiveness.*

*Such data indicate that part of the student youth is not yet sufficiently ready to analyze certain social phenomena and is easily susceptible to the manipulative influence of mass media.*

**Key words:** *students, emotional stability, suggestion, massmedia, information influence, mental state.*

**Постановка проблеми.** Людина як соціальна істота, потребує постійного перебування, взаємодії та спілкування із собі подібними членами суспільства. На сьогодні для цього існує величезна кількість способів забезпечення цих взаємодій і безмежні можливості. Однак, людина все ж є невеликою часткою «сконструйованого системного обміну» інформацією із зовнішнім середовищем, щодо її прийому й переробки, що здійснюються нею в точній відповідності з особливими властивостями її психіки. Добре відомо, що один і той самий факт відтворюється, описується й оцінюється різними людьми по-різному. Кожна індивідуальна картина світу як інформація, проходить систему каналів -візуальних, слухових і переробляється ними. Далі ця інформація об'єднується зі схожими, потім із менш схожими, формуючи всі уявлення людей про навколишній світ. Так виводяться певні правила співіснування зі світом, закладаються основи поведінки, створюються певні емоційні реакції та переконання, на основі чого відбувається формування масової свідомості.

Чималу роль у цьому відіграє інформація медіапростору. В умовах глобалізації виникає потреба у глибокому дослідженні впливу як традиційних, так і інтерактивних засобів масової інформації на поведінку різних суспільних груп.

Проблеми суспільства сьогодні змусили науковців звернути увагу на людину в концепції сучасної дійсності та створити нову галузь для вивчення людської поведінки - медіапсихологію [3, с. 201]. Саме через великі можливості сучасних медіа легко створюються штучні реалії, організовуючи життєвий простір через віртуальну реальність. Ще актуальнішими стають дослідження медійного контенту, особливо такого, який розповсюджується в on-line просторі. Творці медіаконтенту, володіючи знаннями про лінгвістичні конструкції, впливають як на окрему особистість, так і на визначену спільноту - суспільну групу, змінюють масову свідомість.

Медіапсихологія є тією галуззю психології, яка концентрує напрям своєї уваги на людині та розглядає її у концепції інформативного світу. Галузь

швидко стала розвиватися у відповідь на поширення серед людей впливу мас-медіа [8, с. 14]. Адже відомо, що соціальні мережі об'єднують людей з різних міст і країн світу, найрізноманітніших професій, а також віку. В одну групу об'єднуються люди за спільними інтересами, поглядами, міркуваннями, а згодом переймаючи поведінку, способи мислення та змінюючи свій світогляд. Саме це спонукало до аналізу поведінки різних людей, об'єднаних в інтернет-просторі [2, с. 36].

Феномен формування медіа культури та її вплив на особистість досліджували Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямін, Ж. Бодрійяр, С. Жижек, М. Кастельс, Ж. Дерріда, Ж. Дельоз, Н. Луман, М. Маклюен та інші. Однак, як зазначають О. Волошенюк, Д. Дзюба, О. Хоменок, Г. Онкович, Н. Череповська, не можливо приміряти закордонний досвід аж ніяк не слід копіювати чи адаптувати його до українського соціуму та реалій, адже це досвід, який вироблявся за інших умов, на основі іншого суспільства [10, с. 178].

З огляду на це вивчення впливу масмедіа на особистість, зокрема на її емоційний стан через навіювання, є актуальною темою дослідження в умовах сьогодення.

**Мета** - проаналізувати психологічний вплив медіа на емоційний стан людини та її схильність до сугестії.

**Виклад основного матеріалу.** Суспільство здебільшого зараз набирає рис постіндустріального, інформаційного, а оскільки історія людства крім всього іншого є історією боротьби за владу, панування, то в контексті нинішньої ситуації влада опиняється в руках тих, хто має більші можливості і ширший доступ до інформації, вміють нею маніпулювати для ідентифікації внутрішнього світу людини й змістових картин. Найбільшого значення для цієї мети набувають засоби масової інформації -і це не лише газети, журнали теле- і радіопроекти, кінодокументалістику, інформаційні агенції, але й соціальні мережі та інші форми публічного розповсюдження масової інформації. Вони виступають медіа-посередником між журналістом, дослідником та аудиторією.

Медіасфера виступає важливою галуззю та прикладом гармонійного поєднання між собою наукових знань і технічного розвитку, завдяки яким був отриманий простір для створення нового інформаційного поля. Цю сферу можна назвати прогресом, який подарував суспільству новий простір для розвитку [2, с. 40].

Діяльність у сфері медіапсихології вимагає від спеціалістів відповідати певним критеріям, які стають необхідними для професійної діяльності. У список таких критеріїв входять: важливість обізнаності у сфері медіа; уміння ставити власні експериментальні дослідження у медіапросторі; здатність вивчати сферу медіа і впроваджувати новітні технології та інформації для розвитку простору; постійно доповнювати медіасферу. При цьому спеціалісти постійно наштовхуються на швидкий темп розвитку медіасфери. Це призводить до того, що стає неможливим вчасність оновлення інформації чи її узагальнення через величезні обсяги. Значна частина інформації залишається без уваги [9, с. 225].

Інтернет-простір має здатність впливати на особистість, викликаючи у неї певний емоційний сплеск. З одного боку - це може бути позитивний вплив і розвиток її, як креативної інтелектуальної особистості, або ж принаймні при правильному використанні інформації як корисне проведення часу. Однак, інформаційне поле може мати й негативний вплив, особливо, коли несе у собі неприємний або небезпечний контент, неправдиву інформацію, булінг зі сторони інших людей у соцмережах чи пропаганду небезпечних дій або неприйнятну інформацію, що супроводжуватиме виникнення певних емоційних станів, відчуттів та переживань.

Емоції, як психологічний стан, виражають внутрішнє ставлення особистості до подій, що проявляє її особистісну сутність. Емоції умовно можна поділити на нижчі та вищі, де нижчі - це емоції до задоволення необхідних фізіологічних потреб особистості, а вищі - відповідають за вдосконалення духовних, моральних та психологічних потреб людини, і в більшості випадків вони залежать від інших осіб [7, с. 2]. Переживані людиною емоції - це найважливіший її скарб, над яким треба працювати та удосконалювати, завдяки урізноманітненню дій. Емоційний стан людини сприяє прояву рівня її духовного досягнення [6, с 85].

Особистісна обробка, отриманих від засобів масової інформації повідомлень, та реакції на них формують двобічний зв'язок системі «комунікатор - реципієнтом», у межах якої відбувається своєрідне спілкування - не особисте, а за допомогою масових форм зв'язку. Людина потребує інформації і найнеобхідніші відомості для орієнтації у повсякденному житті вона отримує саме зі ЗМІ. Різноманітні знання світоглядного й ідеологічного характеру цілком задовольняють «інформаційний голод». Подаючи їх, ЗМІ

здійснюють вплив на суспільство, його розвиток. Особливістю масово-інформаційних процесів останнього часу є їхня «демасифікація» - можливість вибору для індивіда тієї інформації, яку він сам хоче отримати, а не яку йому нав'язують ззовні, хоча у кожному випадку це буде впливом того, хто подає інформацію на того, хто її споживає.

Залишається актуальним вислів Г. Тарда, «під впливом преси в суспільстві створюється колективна свідомість, об'єднана атмосферичною оболонкою, коли певні якості індивідів взаємно позначаються одне на одному, а їх дії зливаються в унісон, спрямовуються загальною течією ідей й пристрастей. Така духовна єдність індивідів породжується одночасністю їхніх переконань, що формуються пресою» [цит. за 5, с. 13].

У демократичному суспільстві, здійснюється своєрідне вимушенебалансування як мінімум між двома крайнощами: має бути свобода слова, без якої не може існувати демократії, але існує небезпека використання свободи слова для маніпулювання масовою свідомістю. Так чи інакше таке маніпулювання існує і без нього не подається жодна інформація.

Маніпулювання - це система засобів ідеологічного й соціально-політичного впливу з метою зміни мислення й поведінки людей всупереч їх інтересами. При цьому зачасту люди не усвідомлюють, що їхні світогляд, потреби, інтереси йзагалом спосіб життя багато в чому залежать від маніпуляторів. Виходячи з цього визначення, виділяють два основних види маніпуляції: оперативну маніпуляцію свідомістю й поведінкою людей та стратегічну маніпуляцію [4, с. 81].

Оперативна (або ситуаційна) маніпуляція заснована на вже наявних свідомості людей цінностях, потребах, стереотипах, звичках. Маніпулятор змушує їх певну соціальну інформацію так, як йому вигідно, й спрямовує їхні соціально значущі дії у потрібне для себе річище. Широко маси людей діють так, як це планує маніпулятор: голосують чи не голосують, мітингують, створюють хаос або ж, навпаки, дотримуються порядку й демонструють велику організованість.

В основі стратегічної маніпуляції закладається формування в свідомості людей упродовж багатьох років тих цінностей, потреб, ідей, стереотипів, звичок, які й самі по собі сприяють підтримці стабільності вигідного маніпуляторіві політичного й економічного ладу й можуть бути використані в оперативній маніпуляції, якщо з'явиться така потреба [1, с. 102].

База дослідження ДЗ «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» м. Одеси та Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом». В дослідженні брали участь здобувачі вищої освіти, віком від 17 до 22 років. Група досліджуваних - 70 осіб. Стать - 35 дівчат та 35 хлопців. В діагностиці використані методика «Шкала емоційна стабільність - нестабільність» (Г. Айзенк) та «Конформність-навіювання» (С. В. Клаучек, В. В. Деларю). Обробка даних здійснювалася програмою Statistica (розробка компанії StatSoft).

**Результати дослідження** показали, що для 60% респондентів характерний високий рівень і для 17% - середній рівень стабільності емоційної сфері. Для них притаманна впевненість та здатність контролювати ситуацію. Поряд із цим виявлено 23% осіб, які мали низькі показники стабільності емоційної сфері, що несе у собі емоційну нестійкість, низький рівень самоповаги, а іноді становить загрозу виникнення вегетативних розладів, що негативно впливатиме на життя та діяльність людини.

Тобто можна припустити, що 23% осіб можуть легко піддаватися під вплив різних джерел засобів масової інформації. Вони не мали належного рівня впевненості в собі, а емоційна сфера - загалом достатньо слабка. Швидше за все їм властиве сприймання інформації «на віру», оскільки не встигатимуть належним чином її опрацювати та переконатися у її достовірності.

**Результати дослідження** за тестом «Конформність-навіювання» (С. В. Клаучек, В. В. Деларю) показали, що для 65% опитаних характерні схильність до конформності - від помірного до високого рівня і поряд із цим вони ж відзначалися схильністю до навіювання.

Ті особистості, які стараються висловити свої думки чи припущення, виносять їх на обговорення в колективі, навіть якщо їхня думка є протилежною до думки оточення - є нонконформістами. Упевненість в собі, критичне мислення дають змогу переробляти подану інформацію, аналізувати її і робити правильні відповідні висновки. Вони не піддаватимуться впливу навіювання.

Схильність до конформності - це цілком законмірне явище як знак причетності до групи. Однак, за даним тестом відзначається своєрідне «копіювання» знайомих і навіть незнайомих людей, які для даної особистості постають у якості кумирів або принаймні тих, до чийої думки необхідно дослухатися.

За рахунок цього втрачається сама оригінальність та автентичність особистості. Така

особистість готова приймати рішення так, як каже робити група чи окремі особи і діяти так, як вони вимагає. Їй потрібні підтримка, схвалення та підбадьорення з боку оточення. Невпевненість настільки оволодіває нею, що не існує власної думки, а є думка інших, яка більш точна, справедливіша. Те, що пропонують інші - краще за власні ідеї та помисли.

Необхідно відзначити, що для 94% опитаних важливою є законослухняність і вони готові виконувати усі правила та підпорядковуватися під те, що пропонує суспільство. Насторожило й те, що 14% осіб вважали, що відносять себе до категорії «недовірливої людини». Недовірливими вважають чутливих, невпевнених у собі особистості. Але ця якість по-різному притаманна кожній людині. Часом почуття недовіри виникає при відчутті тривоги, от тоді й з'являється підозрілість та ба, навіть й розгубленість. Проблема у тому, що деякі люди не надають цьому особливого значення, а інші - заціклюються на них. Для таких осіб характерним стає відчуття постійної напруги, передчуття загрози, виникає недовіра до себе і світу. Їм важко розслабитися, хоча зовні виглядає, що все гаразд, а проблема - всередині. Так з'являється хвороблива недовірливість. Людина може перебувати у стані фонові тривожності, це неприродний стан, який заважає жити і радіти життю. Недовірливість проявляється як нездатність людини розслабитися чи невміння відпустити ситуацію. Натомість вона продовжує себе накручувати, постійно підвищуючи напругу. Негатив накопичується та вкорінюється, стає частиною способу життя. Це негативний стан. Часто такі особистості потрапляють у вир інформаційного поля, яке також породжує у них тривожність. Нав'язаний страх - це явище, яке несе у собі загрозу переживання стресу, паніки й розпачу.

До прикладу, реакція таких людей на повідомлення «. щойно з'явилася інформація про замінування шкіл у місті N...», «... потрібно бути максимально уважними, оскільки нам поступили сигнали...», «... Вас обрав адміністратор Т-каналу, як найактивнішого користувача і Вам надано доступ до закритого каналу, де міститься інформація про...» тощо. Особистості, схильні до навіювання піддаються психологічній атаці і тиску, що породжує стан тривоги і страху. Навіть не дивлячись на те, що не вказано автора цього повідомлення, нема посилання на офіційне джерело, звідки така інформація надійшла - такі особи заціклюються на тому, що інформація негативного змісту і несе у собі віщування небезпеки, загрози.

Однак недовірливість може нести у собі й потребу у перевірці фактів, інформації, яка надходить до споживача. Тоді її можна сприймати як частково позитивне явище. Хоча на загал це негативний стан.

Як уже згадувалося, людина сприймає навколишній світ через сенсорну систему - органи відчуттів, і хоча ЗМІ мають справу лише із зором та слухом (на щастя запахи, смаки та тактильно-дотикові відчуття вони передавати не в змозі), певні формулювання завдають непоправної шкоди психологічному здоров'ю та викликають негативні психічні стани у людей, які схильні до навіювання. Основні технічні можливості ЗМІ, що оперують цілими просторами: інтернет, телебачення, преса й радіомовлення мають значний вплив на свої аудиторії. Але навіть цей невеликий перелік включеності сенсорних систем може забезпечити досить сильний психологічний тиск і навіть пресинг на людей, які піддаються сугестивним впливам.

Виявлений за результатами кореляційного аналізу статистично значущий від'ємний зв'язок між рівнем емоційної стійкості та рівнем навіюваності ( $r = -0,447$ ,  $\text{прир} < 0,01$ ) вказував на те, що емоційно стабільні особистості більш захищені від інформаційного впливу ЗМІ.

Отриманий результат емпіричного дослідження підтверджує отримані раніше теоретичні емпіричні дані про те, що навіюваність може розглядатися не лише як результат впливу зовнішніх факторів, але і як характеристика особистості, що забезпечує прийняття зовнішнього психічного впливу.

Водночас, високий рівень емоційної стійкості, прояв нонконформізму можуть слугувати особистісними детермінантами критичного сприйняття інформації. Особистість з високим рівнем впевненості в собі та емоційно стабільна сприймає події навколишнього середовища як так, які вона може контролювати.

**Висновки.** На підставі аналізу наведених результатів психологічних досліджень та наукової літератури можна констатувати, що медіа має свої плюси та мінуси при поданні інформації своїм споживачам. Однак, не завжди ЗМІ добросовісно подає інформацію та використовує не правдиві факти, чим і викликає обурення зі сторони своїх реципієнтів. Адже на сьогодні є можливості для зрівняння правдивості фактів.

Водночас, медіа можуть слугувати сферою пропаганди або ж навіювання при роботі на всіх кіберпросторах.

Використання психологічного впливу на особистість сьогодні є достатньо поширеним явищем. Комунікатори через ЗМІ використовують відповідні форми класичних технологій, що спираються на емоційну модель масової комунікації, перш за все на використанні страху та віри, замість логічного мислення і переконання, становлячи серйозну психологічну загрозу для молоді. Їхня не завжди стабільна емоційність, невпевненість у власні можливості, почуття недовіри та сугестивність можуть використовуватися ворожо налаштованими елементами.

Небезпеку становить те, що інформаційний простір може використовуватися найманими російськими спецслужбами, що відкриває другий фронт - гібридну війну і викликати дестабілізацію у суспільстві. Особливо в умовах сьогодення не можна відхилити активність гібридної війни, що триває зараз і вона точно не остання у російсько-українській війні. Небезпека полягає у тому, що стан невизначеності, втрата віри у день завтрашній можуть увімкнути паніку, дезорієнтувати, стимулювати хибні дії не лише молодих людей, але й медіа та влади.

Тому необхідні психологічні заходи щодо вироблення у молоді психологічної стійкості, критичного мислення та здатності до перевірки інформації, яку вони черпають із масмедіа.

#### Література

1. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки: *навчальний посібник* / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор.: О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.
2. Гриценко Є. О. Освітній медіапростір. *Педагогіка та психологія*. 2017. Вип. 57. С. 32-42.
3. Кияниця Є. О. Роль медіапсихології у формуванні контенту сучасних медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Київ. 2020. Т. 31(70). № 1. Ч. 4. С. 200-202.
4. Корнієнко В.В., Колодка К.А. Індивідуально-психологічні особливості навіюваності в умовах інформаційної пропаганди. *Молодий вчений. Психологічні науки*. 2020. № 2 (78). С. 80-83.
5. Любимый Я. В. Современное массовое сознание; динамика и тенденциоразвития. К.: Наук. думка, 1993. 141 с.
6. Марусинець М. М. Психологічні ідеї в педагогічній практиці Василя Сухомлинського. *Психологічні ідеї в педагогічній практиці Василя Сухомлинського*. 2015. С. 84-88.

## До нової концепції юридичної освіти

---

7. Міхова А. Г. Емоції і прояви емоцій: історичний екскурс (стресові та стресоподібні стани). *Наука і освіта*. 2010. № 3. С. 1-3.

8. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: *монографія* / [О. Т. Баришполець, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубєва та ін.]; за наук. ред. Л. А. Найдьонові, Н. І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К.: Міленіум, 2014. 348 с.

9. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу. *підручник*. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. 244 с.

10. Суятинова Катерина, Древняк Лада. Медіакультура як компонент медіа простору. *Актуальні питання гуманітарних наук. Педагогіка*. 2022. Вип 49. Т. 2. С. 176-181.

**Закалик Г. М.,**  
*orcid.org/0000-0001-6387-8871*  
старша викладачка кафедри психології  
Львівського інституту  
Міжрегіональної Академії управління персоналом

**Шувар Н. М.,**  
*orcid.org/0000-0002-5714-6751*  
кандидат біологічних наук,  
доцент кафедри психології  
Львівського інституту  
Міжрегіональної Академії управління персоналом

**Коропатов С. О.,**  
студент 3 курсу  
Південноукраїнського національного педагогічного  
університету імені К. Д. Ушинського