

УДК 070.1 : 159.923

Васильев Сергей Сергеевич

кандидат исторических наук, профессор кафедры социальных и гуманитарных дисциплин Северо-Кубанского гуманитарно-технологического института
editor@hist-edu.ru

Vasiliev Sergei Sergeevich

PhD in History, Professor of the Department of Social Sciences and Humanities of the North-Kuban Institute of Humanities and Technology
editor@hist-edu.ru

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ НА ПОДСОЗНАНИЕ

Рассматривается влияние средств массовой информации на подсознание человека. Раскрываются причины и способы целенаправленного влияния и манипуляций с использованием визуального и вербально-го контента в кинематографе, на телевидении и в Интернете.

Ключевые слова: электронные средства массовой информации, подсознание, массовое сознание, нравственное самосознание, подсознательное зомбирование, манипуляция сознанием.

INFLUENCE OF MODERN ELECTRONIC MASS MEDIA ON SUBCONSCIOUSNESS

The influence of mass media on subconsciousness of an individual has been considered. The reasons and ways of purposeful influence and manipulations using visual and verbal content in the cinema, on television and the Internet have been presented.

Key words: electronic mass media, subconsciousness, mass consciousness, moral self-consciousness, subconscious turning into a zombie, manipulation of human consciousness.

Электронные средства массовой информации превратились в своего рода посредника между человеком и окружающим его реальным миром, воспроизводя этот мир с большей или меньшей степенью достоверности. Воспроизводимую ими картину реального мира можно охарактеризовать как мир виртуальный, т. е. мир кажущийся, воображаемый, поскольку степень соответствия изображения реальности неопределенна и непостоянна. Человек не может отказаться от такой подачи информации, мирится с возможностью дезинформации не только потому, что СМИ расширяют интеллектуально-информационные возможности человека, но и потому ещё, что информация, даже недостоверная, носит массовый характер. Не воспринимать эту информацию означает потерю информационной ориентацию, без которой порой невозможно существовать в современном обществе. Лишь единицы способны морально противопоставить себя общественному мнению, выдержав шквал эмоций в свой адрес и огромное количество жизненных неудобств, непременно возникающих в подобной ситуации.

Человечество переходит от непосредственного познания окружающего мира к познанию мира, опосредованного СМИ, – мира виртуального, который усиленно преподносится как реальный. Так, в ряде стран Европы и США были зафиксированы случаи, когда дети, насмотревшись сериалов о различного рода терминаторах и супергероях, пытались, выйдя на шоссе, рукой остановить мчащийся грузовик. Столкновение с действительностью не виртуальной заканчивалось обычно трагически.

Граница между фантазией и реальностью, которую способны различить даже не все взрослые, тем более расплывчата для ребёнка. В современном демократическом обществе любое выражение общественного мнения путём голосования может привести к национальной катастрофе. Люди голосуют в полной уверенности, что поступают верно и самостоятельно. Дети, выходящие на дорогу или выпрыгивающие из окна, чтобы полетать, нисколько не сомневаются в том, что поступают правильно и их физически никто не подталкивает.

Человек свободен в своих поступках в рамках поступающей к нему информации об окружающем мире. СМИ вынуждают человека поступить не так, как если бы он располагал полной и достоверной информацией о действительности [1, с. 375].

Человек оказался в мире миражей и кривых зеркал, отражающих эти миражи. Он дезориентирован и сбит с толку. Искажению подвергается не только действительность, но и мораль. То, что ещё вчера было преступлением, сегодня подвиг. Одним из главных средств достижения подобной дезориентации выступает подсознательное зомбирование, разрушающее саму личность. Зомбирование – уже давно не «пустая страшилка» для маленьких детей, а предмет серьезного изучения практической психологии. 25-й кадр, низкие частоты, инфразвук и иные, не менее эффективные технические решения применяются на практике как в гражданской, так и в военной области. Главный вопрос, который возникает при этом, – вопрос контроля за целесообразностью и умеренностью применения таких решений.

Человек устроен так, что он обращает гораздо больше внимания на то, кто говорит и как говорит, чем на то, что говорят. То есть поведение телеведущего в кадре, тембр его голоса, элементы движения, отношение к событию, окружение, всё, что можно назвать внешней модуляцией со-

общения, действуют на человека больше, чем непосредственная информация, поскольку попадает сразу в подсознание, минуя каналы логики и анализа.

Это влияние постоянно исследуется, развивается, комбинируется с техническими средствами, ему обучают специально, существует целая наука влияния на подсознание, и в ней есть свои авторитеты, научные школы. Для манипуляторов сознанием люди выступают как объекты, которые могут быть, подобно роботам, перепрограммированы на заказ.

Сознание – это функция информации. Свобода слова для СМИ (находящихся в частных руках или в собственности корпораций), искажающая действительность, оборачивается ограничением конституционных прав и свобод народа, который на основании представленных ему искажённых исходных данных делает неправильные выводы и поступает в соответствии с ними. Это говорит не о том, что народ глуп и непредсказуем, а лишь о том, что его сознанием умышленно управляют, манипулируют. У подавляющего большинства нет иной возможности получить информацию, кроме СМИ. Отключить себя от информационных потоков невозможно. Информация – это жизнь. Однако вместе с крохами действительно необходимой и полезной информации на современного человека обрушивается лавина вымыслов, домыслов, откровенной и наукоподобной лжи, комментариев этих вымыслов и домыслов «авторитетными экспертами», модулированной информацией, постоянно и целенаправленно деформирующей сознание и психику человека [2].

Средства массовой информации, управляемые частным капиталом, формируют общественное сознание, полностью исключая самостоятельность в принятии решений, подводя на последнем этапе к «свободному выбору» между двумя, не отличающимися друг от друга кандидатурами.

Очевидно, что степень влияния на политику государства, определяемая деньгами и давлением госструктур на СМИ, со стороны подавляющего большинства населения страны отсутствует полностью. Понятно, что тот, кто ничего не решает, ни на что не может и претендовать.

Даже если «демократические» свободы предоставляются узкой группе состоятельных лиц, то судьба государства, его экономика, состояние властных структур и благосостояние общества зависят от происхождения средств, используемых на реализацию конституционного права. Средства, полученные в результате производственного процесса законным путём, обеспечат через власть и СМИ законность и производственное развитие. Наоборот, отечественные криминальные и иностранные капиталы блокируют власть и законность, а следовательно, и экономику [3, с. 157].

«Каждый имеет право свободно... получать... производить и распространять информацию» – гласит п. 4 ст. 29 Конституции России. Фактически это означает право определённых торговых, финансовых, криминальных и властных групп на массовую дезинформацию, поскольку граница между информацией и дезинформацией не определена. В либеральном обществе информация, отражающая действительность, не может быть достоянием всех. Неравенство в доступе к информации и дезинформация – основа рыночных и властно-демократических спекуляций. Массовая дезинформация, в том числе через СМИ, – основное средство наживы и борьбы за власть.

В живом организме под информацией понимаются сигналы, которыми обмениваются клетки для обеспечения жизнедеятельности этого организма. Все сверх необходимого – информационный мусор. Дезинформация в организме вообще недопустима – это признак болезни или наркотического опьянения. Государство и живой организм функционируют на одних и тех же принципах.

Нельзя отказывать человеку в праве говорить. Но слово слову рознь. Есть слова, за право говорить которые нужно платить государству и обществу, есть слова, которые необходимо тиражировать бесплатно, но есть и то, за что государство обязано доплачивать. Так, спрос на порнографию, развлекательную литературу и соответствующие программы телевидения всегда будет высок и стабилен, поскольку большинство населения любой страны, и это необходимо признать, всегда будет платить за удовольствия и никогда за обучение, поскольку обучение и самосовершенствование – это труд. Индивиды, желающие жить в грязи, равно как и поставщики грязи, должны покупать себе это право. Всех спасти от разлагающего воздействия «цивилизации» и антикультуры невозможно.

Наиболее сильные загрязнения с помощью телерадиовещания в настоящее время существуют в информационной сфере. Известно, что информационное питание интеллекта и эмоций человека не менее важно, чем питание тела. При этом качество эмоциональной и интеллектуальной пищи имеет огромное значение. Качество питания для интеллекта оценивается по критерию «истина – ложь», качество эмоционального питания – по критерию «добро – зло» или «красивое – безобразное», а качество телесного питания – по критерию «наслаждение – страдание».

Телерадиовещание в настоящее время производит и подаёт питание для ума и эмоций очень низкого качества, в нём преобладают ложь, зло и безобразие. Поскольку интеллект, эмоции и тело человека едины, то загрязнение интеллекта и эмоций рано или поздно проявляется в виде страданий тела, т. е. болезней.

Одной из негативных сторон телерадиовещания является способность к возбуждению в лю-

дях сильных отрицательных эмоций. Широко используемые устройства автоматического регулирования и компактного представления звукового сигнала, не затрагивая его смыслового содержания, вызывают заметные изменения его эмоциональной информативности. Например, звуковой сигнал рекламы, как правило, подвергается амплитудной компрессии, вследствие чего происходит резкое увеличение крутизны атак и спадов, повышение громкости, появляется звенящий тембр. Такие параметры сигнала соответствуют эмоции агрессивности. В результате сообщение, которое до компрессии могло быть эмоционально нейтральным, становится агрессивным. Известна также проблема «цифровой усталости» при прослушивании цифровых записей, которую объясняют большими перепадами уровня между сигналом и паузами [4, с. 670].

Другая опасность заключается в показе по телевидению эмоционально окрашенных патологических сцен насилия, убийств, сексуальных извращений, которые вводят зрителей в изменённые состояния сознания и буквально привязывают к экрану. Эмоции, вызванные такими сценами, приводят к стрессовым состояниям и ответной морфинной реакции организма. Защиту организма человека от стрессов обеспечивает способность повышения порога восприятия. При этом количество информации, поступившей от органов чувств, не изменяется, однако она перераспределяется так, что количество осознаваемой части информации уменьшается, а неосознаваемой возрастает. В результате сознательное восприятие человеком информации сужается, а бессознательное увеличивается.

Повышение информационного порога восприятия в условиях агрессивной информационной среды может быть использовано для явных и скрытых методов манипуляции.

Успешному манипулированию сознанием зрителей и слушателей способствуют:

1. отсутствие диалогового режима, когда сознание человека вынуждено постоянно пребывать в пассивном состоянии;
2. использование для манипуляций авторитетных людей, обладающих запасом доверия;
3. применение хаотичных, фрагментарных методов подачи информации, когда она не соединяется в целостную картину;
4. использование эмоциональных ударов, когда изображение или громкость резко меняется на стыках разнохарактерных сюжетов и сигналов;
5. метод сенсаций, когда одно событие патологического характера вытесняет из памяти предыдущую сенсацию, не давая времени для ее осмысления;
6. ежедневный показ зрелищ смерти, изуродованных трупов, бесконечных похорон, когда жизнь подаётся как бесконечная цепь катастроф, смертей, уничтожения;
7. использование методов нейролингвистического программирования;
8. создание рваного информационного поля, когда поток информации постоянно прерывается рекламой.

При этом главная опасность рекламы заключается не столько в её назойливости и безвкусице, сколько в том, что она заменяет самостоятельные активные усилия человека по выбору необходимых ему товаров или информации [5, с. 84-89]. Человек начинает полностью полагаться на выбор, навязываемый ему извне. Ослабление или гибель собственного механизма выбора делает человека крайне зависимым от внешнего управления. И это касается не только выбора товаров и услуг, но и выбора политических деятелей, идеологии и т.д.

Следующая опасность, исходящая от теле- и радиовещания, а также от Интернета, заключается в том, что они способствуют превращению людей в информационных наркоманов. Признаками такой наркомании, кроме сильной зависимости от приёма информационного потока и невозможности обходиться от него, являются:

- готовность потреблять любой, даже самый «грязный» информационный наркотик;
- необходимость в увеличении дозы потребления, а также в использовании более сильных наркотиков (случае информационной наркомании это выражается, например, в увеличении времени пребывания у телевизора и тяге к передачам и фильмам патологического характера);
- сужение сознания и жизненных интересов;
- повышенная внушаемость, потеря воли, ответственности и информационной независимости;
- состояние хронической истощённости в виде синдрома хронической усталости [6].

Многие исследователи постоянный негативный информационный фон считают одной из главных причин нынешних трудностей в России. Негативный информационный и эмоциональный фон программ телерадиовещания представляет собой особый вид опасности, требующий разработки методов его контроля и нейтрализации.

Если негативные воздействия осуществляются достаточно явными методами, то обнаружить их признаки можно по параметрам телевизионного сигнала, отражающим наличие в нём, например, эмоциональной информации негативного характера.

По мнению специалистов службы программирования телекомпании «НТВ», демонстрация

насилия на экране отвращает от насилия в реальной жизни [7, с. 38-53].

Психотерапевт, соучредитель Фонда социально-психического здоровья И. Медведева опровергает данный тезис: «Чтобы вызвать неприятие зла, совсем не обязательно его показывать. Иначе, почему бы ни сворачивать на глазах у ребёнка шею курице, приговаривая: “Никогда так не делай, не убивай птичек”».

Дети не умеют чётко различать искусство и реальность. Поэтому, видя, что зло на экране тотально, что опасность таится на каждом шагу, ребёнок поневоле начинает думать, что насилие – это норма жизни и зло доминирует над добром. Чувствуя свою слабость, многие мальчики недостаток физической силы компенсируют, подражая интонациям тех кино- и мультигероев, которые кажутся им воплощением силы. Таким наивным способом они защищают себя от реальных проявлений зла, к примеру, от агрессии своих одноклассников.

Кроме желания подражать, у детей возникают страхи, которые становятся источником неврозов. Из-за страха притупляется чувствительность. Эмоциональное оупение – защитная реакция психики: если ребёнок ежедневно видит по телевизору расчленённые трупы, реки крови и прочие кошмары, стоит ли удивляться, что его уже не трогают более обыденные несчастья.

Технологии нейролингвистического программирования используются в отношениях между людьми очень широко, часто неосознанно, особенно на бытовом уровне. Они служат основой успеха рекламных кампаний, деловых переговоров и т. д. Открытое использование НЛП происходит в равных условиях для сторон, поскольку процесс контролируется сознанием, поэтому явных преимуществ ни у кого не возникает. Но современные технологии производства вещательных программ и мультимедийной продукции позволяют избежать контроля со стороны сознания воспринимающей стороны. В подавляющем большинстве случаев она даже не предполагает, что на неё оказывается скрытое и весьма эффективное влияние, а сторона, использующая такие технологии, получает высокие шансы на успех. Простейшим примером скрытого НЛП является известная технология 25-го кадра.

Исследования главного специалиста НИИ МВД, доктора медицинских наук, профессора Л.П. Гримака доказали, что телевизионный гипноз может формировать такие отрицательные поведенческие программы, как болезни и даже убийства. Именно поэтому Минздрав России категорически запретил телевизионные сеансы А. Кашпировского и А. Чумака, вызвавшие массовые заболевания телезрителей.

Зомбирование посредством телевидения особенно опасно для детей. В Японии выявлено и подтверждено более 800 случаев приступов эпилепсии у детей, просмотревших по ТВ мультфильм со скрытой от сознания рекламой.

В США эпидемия убийств в школах также вызвана скрытыми воздействиями телепрограмм, часто не имеющих прямого отношения к детям. В этих странах запретили показ программ, где применяется манипулирование человеческой психикой. В Европе и США звезды кино и шоу-бизнеса, владельцы киностудий и телекомпаний запрещают либо сильно ограничивают для своих детей просмотр телевизионного контента. Приведем несколько интересных фактов.

Известный голливудский режиссер Ридли Скотт в одном из интервью заявил, что не позволяет своим детям смотреть его фильмы, ибо их контент может негативно повлиять на неокрепшую детскую психику.

После развода режиссера Гая Риччи и поп-певицы Мадонны был составлен юридический документ, регламентирующий время пребывания детей у каждого из родителей, в котором несколько страниц были посвящены перечню кинофильмов и телепередач, разрешенных детям к просмотру, остальные были просто запрещены. Нарушение запрета каралось полным прекращением свиданий с проштрафившимся родителем. Ни гангстерских фильмов Гая Риччи, ни видеоклипов Мадонны в этом списке не было.

Наблюдая, какое внимание уделяют ограничению медийного контента для своих детей ключевые фигуры кино-, теле- и шоу-бизнеса, впору сделать для себя выводы.

В России зомбирование не регулируется законом, и все телезрители еженедельно получают свою порцию скрытого вируса. При общей тяжёлой картине со здоровьем нации в сознание детей внедряются безнравственные принципы и убийственные тайные желания, программируются результаты не только выборов, но и судьба на многие годы вперёд.

Особый вид опасности представляют неосознаваемые методы подачи информации, т. е. методы прямого доступа к психике человека.

В акустической области это следующие методы: предъявление информации ниже порога слышимости на фоне более громкого основного сигнала – амплитудная маскировка, а также спектральная, пространственная, фазовая маскировка, методы нейролингвистического программирования [8, с. 290-298].

В качестве визуальных путей воздействия в телевидении могут использоваться: прямая, об-

ратная, метаконтрастная и другие виды маскировки; подсознательное воздействие телевизионных фоновых картинок; частая смена видеоряда; встраивание одиночного 25-го кадра.

Средства массовой информации, превратившиеся в наше время в чрезвычайно влиятельную силу, должны поддерживать позитивные ценности, целостность и стабильность развития общества. Согласно социологической теории, СМИ, и, прежде всего телевидение, выполняют четыре основные функции:

1. оперативное информирование об окружающей среде, мире;
2. социализация, воспитание;
3. развлечение, занимательный досуг;
4. сплочение, интеграция аудитории, социума, общества.

Однако анализ содержания современных российских СМИ, и в первую очередь телевидения, показывает, что за редким исключением все эти функции выполняются неадекватно, плохо и зачастую превращаются в дисфункциональную деятельность по отношению к аудитории, особенно к детям и подросткам, которые относятся к самой внушаемой ее группе. Так, реальные события и факты на ТВ нередко тенденциозно отбираются, субъективно искажаются, предвзято интерпретируются, обслуживая те или иные финансово-политические кланы.

Вместо воспитания и просвещения подрастающего поколения происходит уход от реальности в предельно жестокий и низменный мир современных кинофильмов, либо в иллюзорный наркотический мирок всевозможных вульгарных музыкальных поп-тусовок и ток-шоу. На отечественном экране преобладает зарубежная кинопродукция. Большинство коммерческих кабельных каналов телевидения демонстрируют только боевики, эротику и ужасы вперемешку с рекламой. А реклама (в том числе уличная), адресованная молодежи, сводится к манипулятивным слоганам типа «Бери от жизни все!» (реклама Пепси-Колы), «Абсолютная свобода!» (реклама американских сигарет), «Кто пойдет за «Клинским»? Конечно, самый умный!» (реклама пива), которые должны закрепить в психике положительные неосознанные ассоциации с рекламируемой (в том числе вредной) продукцией.

В последние 25 лет постепенно произошла смена главных персонажей, героев российского телевидения, массовой литературы и кино. Просоциальных персонажей и героев труда сменили асоциальные, антисоциальные персонажи и «герои потребления».

Познавательная функция часто подменяется в СМИ антинаучной дисфункцией (астрологические прогнозы, искажение истории, пропаганда псевдонауки, иррационализма и т.п.) Все более дисфункциональным становится сам язык (речь) в СМИ (примитивный слэнг, полукриминальный жаргон, глумливые интонации). Издаётся громадное количество желтой прессы. Классическая и народная музыка ушли из эфира современного ТВ и многочисленных радиостанций, постоянно звучит только поп- и рок-музыка, блатной шансон. Тем самым музыкальный и эмоциональный мир современной молодежи становится все более элементарным и скудным.

В области языкового общения СМИ не допускают явного нарушения норм и искажения стиля, но не без их влияния процесс идет дальше, захватывая многих современников. Бессовестный нажим на подсознательное, использованный в своих целях, объясняется и тем, что до сих пор не выработаны правила игры. СМИ используют ситуацию, которая сложилась в народном языке сегодня. Язык СМИ стал персонифицированным, перенасыщенным американизмами, жаргонной, блатной даже идиоматической лексикой. Появился так называемый «стеб». Понятия «правило» и «норма» в русском языке СМИ все же присутствует, однако не в должной степени. В большей степени виновники сложившейся ситуации не столько СМИ, сколько отсутствие правил соотношения стиля и нормы. Язык меняется, но его искажение не тотально в СМИ. У нас еще много мастеров образцовой русской речи.

Современные СМИ явно и неявно действуют как средство невротизации и стимуляции агрессивных импульсов аудитории. В частности, экспериментальные исследования отечественных ученых подтверждают данные американских и европейских психологов (А. Бандуры, Дж. Гербнера, Е. Доннерстейна, Д. Зиллмана, В. Франкла и др.) о несомненно негативном влиянии постоянного просмотра, в первую очередь детьми и подростками, фильмов, принадлежащих к жанрам боевиков, порно и ужасов [9, с. 76-82]. Это же относится ко многим агрессивным компьютерным играм и интернет-сайтам.

Экология телерадиовещания – это не пустой звук, а проблема, в которую цифровые технологии внесли неприятную новизну. Обоняние, слух, зрение – это каналы восприятия, по которым можно передавать любой программирующий человека контент. Визуальные эффекты, простор для генерации которых распахнуло цифровое видео, – канал воздействия без рецептов для защиты.

На данный момент необходима система знаний, мер и сдержек для создания благоприятной среды обитания, в которой информационное давление не превысит средний фон техноэкологических последствий. Важно не только изучать техногенные факторы, но и создавать развитую этическую программу, разрабатывать ведомственные акты и законы. Нужны власть, совесть, контроль и измерения. Медленные мелькания, инфразвуки, скрытые кадры и другие формы актив-

ного давления на зрителя следует выявлять и не допускать злоупотребления возможностью творить. Информация – не нейтральный продукт, это экологический фактор, с которым необходимо считаться. Экранные эксперименты слишком часто стали причинами экранных инфарктов. Сейчас осваиваются новые цифровые технологии. Что прежде было недозволенно и сложно, теперь – очень просто в реализации.

Применить против манипулирования сознанием организационные меры и разработанные технические приёмы выявления и устранения, например, однокадровых вставок, не так легко.

На основе цифровых технологий всё чаще используются не прямолинейные и довольно примитивные приёмы воздействия типа 25-го кадра или 400-го кадра, а тонкие способы, выявить которые очень сложно. Стали доступными методы предъявления зрителям, слушателям, пользователям персональных компьютеров так называемых подпороговых раздражителей. Разработаны и с успехом применяются способы маскирования видеоизображений и звука, для которых не требуются отдельные кадры телесигнала. Предназначенные для скрытого воздействия видео- и аудиоряды выдаются на фоне сюжетного ряда. При этом сюжетные изображения и звуки воспринимаются обычным образом через наше сознание, а замаскированная информация одновременно попадает в подсознание, не подвергаясь оценке и контролю сознанием. В результате внесённая в подсознание информация становится как бы сгенерированной собственными мыслями. Таким образом, создаётся ситуация, когда «наши» мысли в дальнейшем совпадают с высказываниями тех, кто эти «наши» мысли сформировал. Прямое внедрение информации в подсознание становится достоянием и пользователей Интернета.

В настоящее время не все виды негативных воздействий поддаются аппаратному контролю. Поэтому наряду с дальнейшим поиском методов объективного контроля различного рода негативных воздействий, создаваемых теле- и радиовещанием, необходима разработка методов контроля, связанных с субъектом их воздействия, т. е. с человеком. Такой подход основан на зависимости между уровнем негативного воздействия и бессознательными реакциями на них со стороны человека. Данные реакции проявляются в виде изменений психофизиологических параметров человека, поддающихся аппаратному контролю. Это перспективный метод, позволяющий интегрально оценивать всю совокупность различных по характеру негативных воздействий (физических, психофизиологических и информационных) на человека.

Отражение вещей, их свойств и отношений в мозгу, разумеется, не означает их перемещения в мозг или образования их физических отпечатков в нем наподобие отпечатков на воске. Переживаемый образ внешней вещи есть нечто субъективное, идеальное. Он несводим ни к самому материальному объекту, находящемуся вне мозга, ни к тем физиологическим процессам, которые происходят в мозгу и порождают этот образ. Идеальное есть не что иное, как материальное, «пересаженное» в человеческую голову и преобразованное в ней [10, с. 135-138].

Духовный мир человека невозможно ни осязать, ни видеть, ни слышать, ни обнаружить какими-либо приборами или химическими реактивами. В мозгу человека никто еще не нашел непосредственно ни одной мысли: мысль идеальная не имеет существования в физическом и физиологическом смысле этого слова. Вместе с тем мысли, идеи реальны. Они существуют. Поэтому нельзя считать идею чем-то недействительным. Однако ее действительность, реальность не материальна, а идеальна. Это наш внутренний мир, наше личное, индивидуальное сознание, а также весь мир надличной духовной культуры человечества, т. е. внешне объективированные идеальные явления. Поэтому никак нельзя сказать, что реальнее – материя или сознание. Материя – объективная, а сознание – субъективная реальность [11, с. 136].

Сознание принадлежит человеку как субъекту, а не объективному миру. Не существует «ничьих» ощущений, мыслей, чувств. Всякое ощущение, мысль, идея есть ощущение, мысль, идея конкретного человека. Субъективность же образа – это отнюдь не произвольное привнесение чего-то от субъекта: объективная истина есть тоже субъективное явление. Вместе с тем субъективное выступает и в смысле неполной адекватности образа оригиналу [12, с. 141].

Содержание мысленного образа предмета определяется не анатомо-физиологической организацией человека и не тем, что познающий субъект находит непосредственно в природе на основе своего индивидуального опыта. Его содержание представляет собой синтетическую характеристику объекта, полученную в ходе предметно-преобразующей деятельности. Этим открывается принципиальная возможность объективного изучения сознания: оно может быть познано через формы своего выявления в чувственно-практической деятельности.

Субъективный образ как знание, как духовная реальность и физиологические процессы как его материальный субстрат – качественно разные явления. Непонимание этой качественной специфики порождало механическую тенденцию их отождествления. Абсолютизация же специфики сознания как субъективного образа порождает тенденцию противопоставлять идеальное и мате-

риальное и доводить противопоставление до полного распада мира на две субстанции – духовную и материальную [13, с. 44].

Сознание и объективный мир – противоположности, образующие единство. Основой его служит практика, чувственно-предметная деятельность людей. Именно она и порождает необходимость психического сознательного отражения действительности. Необходимость сознания, при том сознании, дающего верное отражение мира, лежит в условиях и требованиях самой жизни.

Наконец, важнейшей составляющей сознания, ставящей все остальные его компоненты как бы за скобку, является самосознание.

Самосознание – своеобразный центр нашего сознания, интегрирующее начало в нем. Самосознание – это осознание человеком своего тела, своих мыслей и чувств, своих действий, своего места в обществе, проще говоря, осознание себя как особой и единой личности [14, с. 32-37].

Самосознание – исторический продукт, оно формируется лишь на определенной, притом довольно высокой стадии развития первобытного общества. Наряду с этим оно является и продуктом индивидуального развития: у ребенка его основания закладываются примерно в возрасте 2-4 лет. В развитии, динамике самосознания можно выделить три уровня. Первый – уровень самочувствия, сводящегося к элементарному осознанию своего тела и его включенности в систему окружающих человека вещей. Именно благодаря этому человек не только выделяет себя из предметного мира, но и имеет возможности свободно ориентироваться в нем.

Второй уровень самосознания реализуется в осознании своей принадлежности к тому или иному сообществу, к той или иной культуре и социальной группе. Самый высокий уровень развития самосознания – возникновение осознания Я как такого образования, которое хотя и похоже на Я других людей, но одновременно неповторимо, причем способно не только совершать поступки, но и нести ответственность за них, что предполагает необходимость и возможность как контроля за своими действиями, так и их самооценки. Таким образом, самосознание характеризует и самопознание, и сопоставление себя с некоторым идеалом Я, а значит, контроль и самооценку, а также возникновение на этой основе чувства удовлетворенности или неудовлетворенности собой. При этом само осознание человеком своего Я опять-таки может реализоваться лишь через сопоставление себя с другими людьми [15, с. 37].

Это лишний раз свидетельствует об общественной природе сознания, формирующегося в ходе коллективной деятельности и человеческого общения. Самосознание характеризуется двумя взаимосвязанными свойствами – предметностью и рефлексивностью. Первое свойство дает возможность соотносить наши ощущения, восприятия, представления, мысленные образы с предметным миром вне нас, что позволяет обеспечить нацеленность сознания на внешний мир. Рефлексия же – это такая сторона самосознания, которая, напротив, сосредоточивает внимание на самих его явлениях и формах.

В ходе рефлексии человек осознает свое Я, анализирует его, сопоставляя себя с идеалом, размышляя о своем отношении к жизни, закрепляя или, наоборот, меняя определенные жизненные ориентиры. При этом в оценках и самооценках имеют место и ошибки. Проверка и корректировка здесь возможны при условии внимательного отношения к оценкам других людей и трезвого сопоставления с ними своих самооценок. Поэтому самосознание не есть некая константа, оно не только возникает в процессе совместной деятельности и общения с другими людьми, но и постоянно проверяется и корректируется в процессе углубления и расширения межличностных отношений.

Большинство населения чувствует и понимает негативное влияние СМИ. В марте 2002 г. учителя средней петербургской школы № 387 обратились с письмом к Президенту России В.В. Путину, где, в частности, пишут: «Остановите безумие! Запретите порнорекламу, порнолитературу, фильмы, сеющие зло и насилие. Надеемся, что вера, надежда и любовь к своему Отечеству помогут спасти подрастающее поколение...» [16].

В январе 2002 г., выступая на X Международных рождественских образовательных чтениях, Патриарх Алексий II, уже не в первый раз подверг СМИ критике: «На американском телевидении сейчас стараются показывать больше программ, вызывающих добрые чувства, пробуждающих патриотизм и сочувствие к страждущим, приходит понимание того, что увиденное на экране может воплотиться в реальности и обернуться тысячами погибших. А у нас по-прежнему любое выступление против пропаганды насилия, разврата, цинизма пытаются объявить посягательством на свободу самовыражения» [17].

Однако, несмотря на широкую общественную критику сверху и снизу, принципиальных изменений в деятельности российских СМИ не происходит. Видимо, по примеру зарубежных стран с негативными проявлениями отечественных СМИ следует бороться путем совершенствования соответствующих законов, создания общественных наблюдательных советов при СМИ, усиления требований общественных организаций и движений к законодательной, исполнительной и судеб-

ной власти как на федеральном, так и на региональном уровне. Свобода информации не должна превращаться в беспредел, творимый безответственными людьми.

Таким образом, процесс влияния СМИ на формирование общественного сознания, сопровождающая всю новейшую историю человеческого общества, во многом определяет характер глобализации современной информационной эпохи, преобразуя человека в соответствии с нуждами нового общества. Процесс этот неизбежен, от него невозможно самоизолироваться либо остаться в стороне, так как процесс влияния происходит независимо от желаний индивида, ниже порогов его непосредственного восприятия. От того, насколько удастся направить этот процесс в нужное русло, зависит психологическое и даже психическое здоровье будущего поколения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Музыкант В.Л.* Теория и практика современной рекламы: монография. М., 1998. Ч. 1.
2. Там же.
3. *Березин В.М.* Сущность и реальность массовой коммуникации: монография. М., 2002.
4. *Вачнадзе Г.Н.* Всемирное телевидение: новые средства массовой информации – их аудитория, техника, бизнес, политика. Тбилиси, 1989.
5. *Горбунов А.С.* Насильственное воздействие на личность со стороны средств массовой коммуникации: дис. ... канд. филос. наук. М., 2000.
6. Там же.
7. Мониторинг ВЦИОМ, 2000, июнь. М., 2000.
8. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. М., 2002.
9. *Моисеев Н.Н.* Информационное общество как этап новейшей истории // Свободная мысль. 1996. № 1.
10. *Дубинин И.И., Гусякова Л.Г.* Динамика обыденного сознания. Минск, 1985.
11. Там же.
12. *Любимый Я.В.* Современное массовое сознание: динамика и тенденции развития. Киев, 1993.
13. *Медведев В.П.* Самосозидание как атрибут человека и личности. Саратов, 1996.
14. Общественное сознание и его формы. М., 1986.
15. Там же.
16. Невское время. 2002. 3 марта.
17. Рождественское послание Патриарха Московского и всея Руси Алексия II // Русь державная. 2002. № 1.