

## ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ ГЕНЕЗИС РИЗИКІВ УРАЖЕННЯ ОСОБИСТОСТІ НЕГАТИВНИМ ВПЛИВОМ МЕДІАПЕРЦЕПТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Шерешкова І. І.

*ад'юнкта кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності військ (сил)*

*Гуманітарний інститут*

*Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського*

*просп. Повітрофлотський, 28, Київ, Україна*

*orcid.org/0000-0002-8358-9871*

*ingashereshkova@gmail.com*

### **Ключові слова:**

*психоемоційний стан, емоції, ризики, особистість, негативний вплив, комунікація, медіаперцепція.*

Стаття присвячена вивченню психоемоційних ризиків ураження ментальної сфери особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації та ретроспективному аналізу вивчення окресленої проблематики. У статті здійснена спроба диференціації ризиків ураження особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації за інтенсивністю такого впливу. Проведене дослідження дало змогу визначити залежність зміни емоційного стану адресата від спрямованості комунікативного акту (тексту) з метою досягнення певного прагматичного ефекту. Зазначається, що емоційні переживання у психологічному розумінні негативного впливу медіаперцептивної комунікації на особистість доцільно сприймати як сигнал, маніфестацію того, що зовнішні умови активно збуджують максимум психічних процесів суб'єкта, більшість компонентів його психічної та психологічної сфери. Зауважується, що емоційні ефекти медіаперцептивного впливу не лише впливають на активізацію психічних процесів, вони визначають і емоційне тло емоційне забарвлення психічних процесів. Адаптація суб'єкта до умов існування забезпечується цілеспрямованою поведінкою. Емоції та почуття вплетені в поведінку та в подібних умовах визначають фіксовані форми поведінки. Теоретичний аналіз виявив, що всі сенсорні сигнали спочатку набувають емоційної оцінки (емоційно вагомої, атрактивної або навпаки) і тільки потім здійснюють перехід на рівень свідомості (мисленнєвого аналізу). Як наслідок, емоції здатні керувати поведінкою людини, тому сприйняття медіаперцептивних впливів часто стає визначальним. Нами з'ясовано, що чим менший емоційний відклик має повідомлення, тим меншим є ризик ураження особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації. Використання цієї закономірності може запобігти негативному впливу інформації на психіку, зміні орієнтирів у морально-духовній сфері, нав'язуванню адресату неточної та неправдивої інформації тощо. Автором узагальнено психічні наслідки впливу інформаційних загроз, що проявляються у вигляді фрустрацій, в афективних розладах, психосоматичних патологіях, постстресових змінах особистості, що загрожують почуттю психологічної захищеності людини та призводять до зниження якості функціонування суб'єкта в різних сферах його життєдіяльності.

## PSYCHOEMOTIONAL GENESIS OF RISKS OF PERSONAL INJURY DUE TO NEGATIVE INFLUENCE OF MEDIAPERCEPTIVE COMMUNICATION

**Shereshkova I. I.**

*Postgraduate Student at the Department of Moral and Psychological Support  
Activities of the Troops (Forces)  
Humanitarian Institute  
of National Defense University of Ukraine named after Ivan Chernyakhovskyi  
Povitroflotskyi Ave, 28, Kyiv, Ukraine  
orcid.org/ 0000-0002-8358-9871  
ingashereshkova@gmail.com*

**Key words:** *psychoemotional state, emotions, risks, personality, negative influence, communication, media perception.*

The article is devoted to the study of psycho-emotional risks of damage to the mental sphere of the individual due to the negative impact of media-perceptive communication and a retrospective analysis of the study of the outlined issues. The article attempts to differentiate the risks of damage to the personality by the negative impact of media-perceptive communication according to the intensity of such impact. The conducted research made it possible to determine the dependence of the change in the addressee's emotional state on the direction of the communicative act (text) in order to achieve a certain pragmatic effect. It is noted that emotional experiences in the psychological understanding of the negative impact of media-perceptive communication on a person should be perceived as a signal, a manifestation of the fact that external conditions actively excite the maximum of the subject's mental processes, most of the components of his mental and psychological sphere. It is noted that the emotional effects of media-perceptive influence not only affect the activation of mental processes, they also determine the emotional background, the emotional coloring of mental processes. Adaptation of the subject to the conditions of existence is ensured by purposeful behavior. Emotions and feelings are woven into behavior and in similar conditions determine fixed forms of behavior. Theoretical analysis revealed that all sensory signals first acquire an emotional evaluation (emotionally weighty, attractive or vice versa) and only then make the transition to the level of consciousness (thought analysis). As a result, emotions are able to control human behavior, so the perception of media-perceptual influences often becomes decisive. We have found out that the smaller the emotional response of the message, the lower the risk of the individual being affected by the negative impact of media-perceptive communication. The use of this regularity can prevent the negative impact of information on the psyche, change of orientations in the moral and spiritual sphere, imposition of inaccurate and false information on the addressee, etc. The author summarizes the mental consequences of the influence of informational threats, manifested in the form of frustrations, affective disorders, psychosomatic pathologies, post-stress personality changes, which threaten a person's sense of psychological security and lead to a decrease in the quality of the subject's functioning in various spheres of his life.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах стрімко зростає науковий інтерес до наслідків впливів комунікації на психіку особистості. Це зумовлене тим, що інформаційно-комунікативні процеси посідають дедалі важливіше місце в житті сучасної людини: вони є її основним ресурсом, базою соціального, психологічного та технічного розвитку.

Психологічному дослідженню проблем впливу інформаційних (текстових) повідомлень на психіку особистості присвячено досить багато наукових праць учених. Дослідження саме емоційних ризиків ураження емоційної сфери особистості негативним впливом комунікації знайшло відображення в теорії мовленнєвої діяльності про механізми уяви, мислення і пам'яті, структуру пізнавальної та мовленнєвої діяльності, специфіку засвоєння мови і мовлення (Л. Виготський [1], П. Гальперін [2], М. Жинкін [3; 4], І. Зимня [5; 6], О. Леонтьєв [7; 8] С. Рубінштейн [9], І. Синица [10], А. Супрун [11], Л. Щерба [12], О. Хорошковська [13] та інші); у дослідженнях щодо взаємодії мови та мислення як двох онтогенетично взаємозумовлених видів інтелектуальної діяльності людини (Л. Виготський [14], М. Жинкін [15], С. Кацнельсон [16], О. Леонтьєв [17], О. Лурія [18–20] та інші), у вивченні процесів когнітивного перероблення вербальних даних – сприйняття, інтерпретації та породження мовлення (Л. Засекіна, С. Засекін [21; 31], О. Селіванова [22], Н. Іванова [23; 45], В. Зірка [24]; у дослідженнях різних видів комунікативного шуму та його позитивного/негативного впливу на процеси перебігу комунікативного акту (Л. Щерба [25; 26], П. Грайс [27], О. Падучева [28], О. Селіванова [22] та інші).

Водночас психоемоційні ризики враження ментальної сфери особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації не стали предметом комплексного вивчення в рамках вітчизняної психології. Психологічні особливості їх диференціації за інтенсивністю впливу ґрунтовно не вивчались. Наведені обставини визначають актуальність нашого дослідження та необхідність продовження наукових розвідок із цього питання.

**Метою статті** є актуалізація та теоретичне обґрунтування психоемоційного походження ризиків ураження особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації.

**Результати дослідження.** Ставлення соціального суб'єкта до світу передусім виражається за допомогою емоцій і почуттів. Вони сигналізують про рівень задоволення базовими елементами зовнішнього середовища, виражають вищі почуття людини, які формуються у процесі тривалої взаємодії з об'єктами соціального пізнання. Не всі знання про навколишній світ здатні викликати

емоційні реакції, а лише суб'єктивно значущі, ті, що стосуються людини або її оточення. Чарльз Дарвін у роботі «Вираження емоцій у людей і тварин» вказував на їхню визначальну роль у процесі адаптації людини до умов навколишнього середовища. Їх багатство свідчить про широкий адаптивний діапазон людини та її чутливість до напрямку та сили змін середовища. У процесі соціалізації людина вчиться не лише взаємодіяти з навколишнім середовищем під час спільної діяльності та спілкування, вона вчиться продуктивно відчувати світ на психоемоційному рівні. Отже, паралельно з інтелектуальним удосконаленням відбувається почуттєвий і емоційний розвиток суб'єкта соціальних відносин.

Водночас між зовнішнім сприйняттям навколишнього світу та його внутрішнім, суб'єктивним, переважно психоемоційним відбитком існує фундаментальний структурно-функціональний зв'язок, який ґрунтується на процесах внутрішньої мови та мовлення особистості. Внутрішнє мовлення формується на основі зовнішнього [29, с. 200–206]. Вивчаючи особливості побудови внутрішнього мовлення, Л. Виготський характеризував структуру цього мовлення як предикативну. Він підкреслював, що внутрішня мова редукує природну мову. С. Рубінштейн висновує, що, виступаючи як внутрішнє мовлення, мова нібито знімає із себе виконання своєї первинної функції, що її породила: вона перестає безпосередньо бути засобом спілкування для того, щоб стати передусім формою внутрішньої роботи думки.

Важливість вивчення внутрішнього мовлення як однієї зі складових частин процесу сприйняття й обробки інформації людиною виражається в тому, що суб'єкт зазвичай запам'ятовує не стільки словесні формулювання або символічні позначення думок, а їхній зміст, оскільки в пам'яті суб'єкта зберігаються не речення, не словесні вираження думок природною мовою, а думки, закодовані певним спеціально призначеним для цієї мети семантичним кодом. У сучасній психолінгвістиці побутує твердження, що думка, задум мовленнєвого висловлювання виникає в оболонці цього коду. Потім він перекладається природною мовою [30].

Процес переведення зовнішнього мовлення у внутрішнє (інтеріоризація) супроводжується редукуванням (скороченням) структури зовнішнього мовлення, а перехід від внутрішнього мовлення до зовнішнього (екстеріоризація) потребує, навпаки, розгортання структури внутрішнього мовлення, побудови його як за логічними, так і за граматичними та синтаксичними правилами [29, с. 201].

Концептосистема людини реагує на репрезентацію інформації за її трьома невід'ємними компо-

нентами, як-от: тіло думки (лінгвістична форма), дух думки (ідейний зміст) і, нарешті, душа (емоція), яка лежить в основі думки [31, с. 135].

Думка не завжди збігається з її зовнішнім виявом мовлення. Вона являє собою щось значно більше за тривалістю й обсягом, ніж окреме слово, через те, що потік думок містить також почуття й емоції, як-от раптовий сплеск гніву; слова; візуальні образи; та інші елементи, які не є ані словесними, ані символічними.

Сила емоційних переживань залежить від особистісного значення тієї діяльності, яка виконується. Цим же чинником визначається і якісна специфіка переживань. Отже, розвиток емоцій у діяльності відбувається передусім завдяки збагаченню емоційного досвіду, якісних характеристик емоцій і почуттів, які переживаються.

На думку О. Залевської, вивідне знання можна трактувати як вивідне відношення, оскільки особистісна інтеракція вивідних фактів завжди супроводжується їх емоційно-оцінним переживанням. Тобто, на відміну від сприйняття зовнішніх суб'єктів, у випадку емоцій людина сприймає власні переживання [32].

Як відомо, свідомість починає формуватися з усвідомлення самого себе, що базується на переживаннях суб'єкта. Інакше кажучи, свідомість починається з переживання. Розуміння емоцій як переживань дозволяє визначити їхнє місце у структурі психічних явищ. Людина проживає життя, переживаючи його. Кожна подія в житті супроводжується емоціями, суб'єктно-забарвленими переживаннями.

Переживання є специфічним аспектом свідомості, який проявляється в кожному реальному, конкретному психічному явищі та тісно взаємопов'язаний зі знаннями, особливо суттєвими для суб'єкта.

Переоцінювати цю представленість переживання в кожному конкретному психічному явищі неможливо через те, що переживання збуджує свідомість, орієнтує і спрямовує її інтенції, перетворює свідомість на інтегратор усіх процесів, що реально відбуваються з людиною, через який «система об'єднує всі <...> позиції» [33, с. 393]. Відомо, що свідомість – це не лише усвідомлене знання про предметний світ, а також живе знання – знання, пронизане переживаннями

hic et nunc («тут і зараз»). Із загальнобіологічного погляду роль емоцій полягає у формуванні всього внутрішнього психічного життя суб'єкта [34, с. 26].

Переживання перманентно й атрибутивно супроводжують будь-який психічний процес. Відчуття, сприйняття, уявлення, думки суб'єкта завжди несуть у собі компонент переживань. Тому емоційні переживання у психологічному розумінні впливу медіаперцептивної комунікації, особливо негативного, доцільно сприймати як сигнал, маніфестацію того, що зовнішні умови активно збуджують максимум психічних процесів суб'єкта, більшість компонентів його психічної та психологічної сфери.

Емоції, почуття та переживання виступають системним чинником внутрішнього психічного життя, основою для його прояву в особистісному «Я». Саме тому патологічні порушення насамперед виявляються в порушеннях емоційно-чуттєвої сфери особистості [34, с. 26].

Хоча переживання завжди стосуються суб'єкта, вони постійно перебувають у тісній взаємодії з потребами, через ці потреби опредмечуються, тобто суб'єкт усвідомлює, які предмети породжують у нього ті чи інші емоції та почуття. Сприйняття предметів стає чуттєвим, тобто інформація про предмети та ситуація насичується емоціями, інформація про зовнішній світ водночас переживається. Надалі під час уявлення тих чи інших предметів це уявлення буде супроводжуватися переживаннями. Те саме можна сказати про інші психічні процеси. Вони не завжди можуть усвідомлюватися, для усвідомлення переживань інтенсивність повинна досягти певної порогової величини. Іноді переживання проявляються у вигляді емоційного (чуттєвого) тону, на тлі якого розгортається психічна діяльність [34, с. 31].

Емоція впливає на мотивацію. Мотивація спонукає до діяльності; стресори, пов'язані з досягненням мети діяльності, також породжують певні емоції; емоції діють на ретикулярну формацію, яка забезпечує активацію структур головного мозку, зокрема й тих, що реалізують психічні процеси. Отже, емоції визначають результативний бік психічних функцій і процесів [35, с. 26].

Однак емоції не лише впливають на активізацію психічних процесів, вони визначають і їхнє



емоційне тло й емоційне забарвлення. Адаптація суб'єкта до умов існування забезпечується цілеспрямованою поведінкою. Емоції та почуття вплетені в поведінку та в подібних умовах визначають фіксовані форми поведінки: уникнення, агресію тощо.

Емоції виявляються не тільки у виразних рухах і мовленні, а й у симптомокомплексах особистісних показників. У такому разі окремі емоційні показники індивіда об'єднуються в цілісні емоційні утворення, що характеризують людину як суб'єкта діяльності та як особистість.

Німецький дослідник поведінки споживачів, засновник нейромаркетингу А. Трайндл у роботі «Нейромаркетинг: візуалізація емоцій» стверджує, що поведінкою людини часто керують переважно емоції, а не розум, тому візуальне сприйняття стає визначальним. Усі сенсорні сигнали спочатку набувають емоційної оцінки (емоційно вагомої, атрактивної або ні) і тільки потім здійснюють перехід на рівень свідомості (логічного аналізу). Сприйняття зазвичай «підпорядковано» мотиваційній системі, яка формується онтогенетично та соціокультурно.

У контексті впливів інформаційного (постіндустріального) середовища будь-які інформаційні повідомлення спершу викликають емоційну оцінку і тільки після цього обдумуються, набувають статусу *cogitatum* (задум) і знаходять своє вираження в поведінці чи бездіяльності. Особливість середовища масової, медіаперцептивної комунікації полягає в тому, що воно завжди впливає на людину, робить її психологічно залежною від інформаційних ефектів, передусім через те, що таке середовище нівелює і послаблює раціональне в поведінці людини, робить її більш емоційною і більш керованою та маніпульованою, придатною до індоктринації. Адже емоційне сприймання та переживання інформації уповільнює і гальмує раціональне, логічне в її розумінні. Оскільки комунікат (реципієнт інформації) рідко коли є безпосереднім свідком подій, про які йдеться, йому залишається сприймати інформацію на віру, іти за логікою викладу й оцінкою подій так, як пропонує комунікант. Комунікат через те є керованим, він легко піддається навіюванню та дивиться на світ не власними очима.

Медіа, як і люди, створюють певну картину світу, причому конструювання дійсності відбувається, очевидно, відповідно до тих самих механізмів, які становлять основу світосприйняття людини [36, с. 29]. Це такі психологічні чинники, як селективне спостереження за зовнішнім світом (вибірковість); абстрактне поступається конкретному (особі, чи персоналізованій події); на драматичні, емоційно забарвлені, об'єкти та події психіка реагує швидше, ніж на нейтральні; гео-

графічна чи психологічна близькість тем, що зачіпає особисту рецепцію людини.

Масова комунікація (спілкування) є впливом, що здійснюється у трьох формах – формі зараження, формі сугестії (навіювання) та маніпуляції (прихованого впливу). Організоване зараження є такою формою масового спілкування, за якої відбувається керований комунікантом емоційний вплив на комуніката. Це, як відомо, процес передачі емоційно збудливих станів від комуніканта до членів маси, який відбувається на психофізіологічному рівні контактів поза поняттєвим впливом або паралельно з ним.

Організоване зараження, однак, не виключає простих форм психофізіологічного збурення поза свідомістю комунікаторів як учасників масового спілкування. Організоване зараження може тільки підсилюватися позасвідомим емоційним впливом комуніканта на комуніката.

Інформація, побудована на нерациональному впливі («на впливі емоцій»), трапляється набагато частіше. Такий вид інформаційної продукції спрямований на некритичне сприйняття змісту, сприйняття емоційного тла, утворення певного емоційного ставлення до явища [37].

У психології також підкреслюється, що «<...> емоції глибоко проникають у всі сфери мовленнєвих механізмів і функцій, суттєво торкаються й активізують їх, вони, ніби пусковий пристрій, що приводить їх у дію» [38, с. 29].

Оскільки спілкування (комунікація) тлумачиться як обмін інформацією й емоційним впливом на співрозмовника [31, с. 125], то однією з найважливіших функцій спілкування є цілеспрямоване збудження у співрозмовника потрібних емоційних переживань або неусвідомлюваний «обмін емоціями», зміна за його допомогою власних переживань і станів [31, с. 129].

Представник екзистенціалізму Ж. Сартр порівнює емоційну сферу людини зі сховищем для духовних здібностей людини, яка захищає її індивідуальність від зовнішніх загроз. Це єдина таємна схованка, де ще є можливим формування індивідуального складу людини, її здібностей і потягів, збереження імунітету від втручання ззовні.

Емоції формують враження про об'єкт пізнання та детермінують утворення відповідного образу в картині світу пересічної людини. Сильні емоційні переживання, які виникають щодо комунікатора, можуть зайняти панівну позицію й у ставленні до змісту, що призведе до «тегелівської» дилеми про неприпустимість домінування форми над змістом. Значна частина інформації, яка циркулює в інформаційному просторі, має низьку якість і суспільну цінність. Орієнтація на зовнішню форму інформаційного контенту змушує відволікатися від тих речей, які варті уваги. Практика суспільного сві-

госприйняття свідчить про втрату культури споживання інформації: нівелювання деталей, нюансів, відсутність аналізу причинно-наслідкових зв'язків між змістовими блоками. Здебільшого пересічні люди вихоплюють найбільш експресивні та легкі за семантичною формою змістові блоки, які надалі формують внутрішнє уявлення особистості про світ [39].

Вибірковість пам'яті та процесу сприйняття загалом є одним з основних захисних механізмів людського мозку від перенавантаження другорядною інформацією. Людина сприймає лише ту інформацію, яка становить для неї цінність на певному етапі. Водночас «цінність» не обов'язково має бути раціональною. Емоційне збудження як реакція на візуальний/аудіальний подразник є не менш важливим каталізатором пам'яті. Характер таких емоцій нині має другорядне значення, адже як позитивні, так і негативні емоційні сплески здатні привести до запам'ятовування інформації, що їх спровокувала.

Будь-який акт комунікації не зводиться лише до передачі інформації, тому що саме виникнення комунікативного акту завжди зумовлене потребою мовця досягнути певного прагматичного ефекту, або кінцевої мети, насамперед спробувати змінити емоційний стан адресата чи адресатів.

Будь-яка інформація може бути закодованою через різні знакові системи, їх поєднання (тексту, цифр, зображень, звуків) в одному інформаційному повідомленні зумовлює роботу обох півкуль мозку реципієнта. Декодування інформації супроводжують позитивні чи негативні, стеничні (інтенційні) чи астеничні (пасивність, бездіяльність) емоції [40, с. 414].

Виникненню негативних емоцій у процесі сприйняття інформації сприяють такі чинники [34, с. 34]:

- неусвідомлення власної ролі чи значущості у вирішенні актуалізованої проблеми;
- відсутність необхідного для продуктивного висновку обсягу інформації;
- мала кількість чи актуалізація певних мотивів;
- невідповідність до виникнення неочікуваних ситуацій, що вимагають зміни звичного стереотипу дій;
- дефіцит необхідних особистісних якостей і психологічних характеристик для об'єктивного аналізу інформації.

Потенціал маніпулятивного інформаційно-психологічного впливу інформації на психологічне поле реципієнта, передусім його свідомість і ціннісні орієнтири, О. Хайрулін [41, с. 208] пропонує позначати поняттям «потенціал перформативності тексту». Практичне визначення психологічного потенціалу перформативності тексту

потребує формулювання конкретних ознак, відповідність яким вказує на те, що певна одиниця тексту (триплет; синтагма) спроможна носити перформативний, маніпулятивний характер, такий, що впливає на когнітивний і емоційний стан адресата та має такі ознаки-властивості, як:

- 1) іллокуція або перлокуція предиката (атрибута) триплету;
- 2) виразне емоційне навантаження триплету;
- 3) триплет із будь-якою іншою ознакою перформативності входить до речення, яким розпочинається текст;
- 4) триплет з будь-якою іншою ознакою перформативності входить до речення, яким завершується текст;
- 5) триплет містить троп;
- 6) триплет знаходиться у складі питального або окличного речення;
- 7) триплет становить віршовані компоненти, фразеологізми, афоризми, анекдоти, притчі, говірки, приказки, які містить текст;
- 8) триплет входить до складу речення з нульовою референцією;
- 9) триплет знаходиться в реченнях, що містять формально-логічне порушення транзитивності смислового зв'язку;
- 10) триплет міститься у складі речень, у яких має місце повторюваність певної лексики-суб'єкта без зміни контексту предикативності та її об'єктів;
- 11) семантичний триплет знаходиться у реченні із прямим зверненням до адресата.

Наведене дозволяє здійснювати практичний аналіз ступеня перформативності тексту.

З одного боку, потреби людини є умовою виникнення емоцій і почуттів, а з іншого боку, самі емоції та почуття можуть виконувати роль потреб і мотивів, що визначають поведінку людини [34, с. 33].

Коли інформація відповідає потребам і переконанням людей, тоді вони легко піддаються простому зараженню емоціями, на тлі яких легше діє й нескладна аргументація, або й без неї члени маси зазнають навіювання, сугестії чи маніпулювання.

На думку одного із засновників психотехніки Г. Мюнстерберга, сутність інформаційного процесу полягає у «прищеплені» суб'єкту чужорідних емоцій, які не відображають особливостей його зв'язку із зовнішнім середовищем, а виникають як один із послідовних актів взаємодії з інформацією. Дотепер засоби масової інформації використовують ефективні методи впливу на свідомість пересічного споживача, наприклад, під час трансляції ток-шоу чи іншої студійної аудіовізуальної продукції використовуються емоційні суфлери, які вказують, коли й у яких ситуаціях

«сміятися», «захоплюватися», «плакати» чи «гніватися» [42, с. 148].

Подій, які мали б з огляду культурних норм викликати в людини XXI ст. певні емоції, стало настільки багато в нашому житті, що на адекватне їх емоційне переживання пересічній людині не вистачає фізичного та психоемоційного ресурсу.

Пізнавальний інтерес, спричинений загальною невизначеністю життєвих обставин, змушує людину «хоч край ока» заглянути в майбутнє з метою дізнатися, що буде завтра, до чого готуватися, які зміни можуть статися і яких наслідків очікувати від них. У сучасних умовах пізнання світу супроводжується сильними емоційними переживаннями, які спроможні настільки виснажувати людину, що вона в деякий момент здатна повірити в будь-який можливий, навіть фантастичний, розв'язок подій, який хоча б на деякий час вселяє надію, створює в суб'єкта ілюзію повноцінного розуміння ситуації. Якщо в нормальних умовах, як на перцептивному, так і на пізнавальному рівнях, реакція на них є вибірковою (лише на актуальні стимули), у стані тотального інформаційного впливу невизначеності та дезорієнтації людина не знає які з подразників є життєво важливими, а які – ні, та намагається обробити і сортувати все, що діє на її сенсорну систему, зокрема й інформацію, яку вона отримує з медіасередовища у вигляді аналітичних звітів ЗМІ, суб'єктивного ставлення окремих людей і спілкування з контактним оточенням тощо [43].

Нав'язувана необхідність постійно спостерігати, який фінал матимуть події, які відбуваються в житті, психологічно виснажує людину, змушує займатися надлишковою інтелектуальною діяльністю, призводить до емоційного вигорання. Адже у стані такої загальної невизначеності більшість з того, що відбувається навколо, а особливо те, що не входило в усталену картину світу особистості, сприймається радше негативно, з певною обережністю, що додає до загального психічного виснаження ще й постійну емоційну напругу [44, с. 216]. У такому стані пересічні люди здатні повірити в будь-що, аби хоча б на рівні примарних ідей вберегти цілісність своєї психіки та якимось чином впорядкувати внутрішній життєвий простір. Ці емоційні переживання зумовлюють хворобливе бажання особистості постійно перебувати в цифровому віртуальному середовищі, прагнення мати доступ до Мережі та відчуття психоемоційного дискомфорту в умовах його відсутності.

Окрім того, нова інформація, що спроможна викликати негативні емоції чи повною мірою не усвідомлюється особою, може зумовлювати виникнення негативних психічних станів, зокрема, фрустрацію, інформаційний стрес, стан апатії тощо [45, с. 36]. Як зазначає В. Бодров, у

стані загальної дезорганізації, коли відбувається гальмування пізнавальних процесів, виникає негативний загальний емоційний стан, виникають проблеми з переключенням уваги, особистість стає більш схильною до маніпулятивного втручання в її картину світу, індоктринації.

Наявна виразна закономірність щодо співвідношення факту і суб'єктивного ставлення до нього: чим більш спресований факт зі ставленням до нього, тим більшою є довіра до джерела інформації та ймовірність маніпуляції свідомістю людей. Окрім того, медіаперцептивна комунікація як комплекс продуктів діяльності комуніканта та засобів впливу на комуніката в умовах спілкування мають сильний «емоціогенний заряд», який виникає в результаті зниження в комуніката раціонального рівня у сприйнятті матеріалу, послаблення критичного ставлення до нього через захоплення або обурення інформацією. Виникненню цього заряду сприяють умови сприймання масової інформації: перманентно, похапцем, у групі з іншими, під час обговорення сприйнятого, за відсутності прямого контакту із джерелом інформації для уточнення сприйнятого тощо [46, с. 50].

Як уважав Г. Мюнстерберг, найбільш природний шлях для формування певної реакції на інформацію населення полягає у формуванні сильних емоційних переживань: страху, надії, любові, співпереживання. «Найбільш безпосередній шлях до такого (емоційного) впливу, – зазначає він, – полягає в тому, що ми викликаємо якесь почуття або настрої, викликаємо наслідування або виробляємо вплив навіюванням. Хто хоче панувати над людьми, той збуджує в них надію та страх, честолюбство та заздрість, любов і ненависть, марнославство та гордість. Апеляція до почуття може розімкнути уста злочинця або грішника і домогтися визнання у в'язниці або у сповідальні, коли жодна апеляція до розуму не привела б до жодного результату, і для порушення емоційних станів так само, як і для управління увагою і розумом, може бути вироблена психологічна техніка» [42, с. 149].

**Висновки.** Психічні наслідки впливу інформаційних загроз можуть виявлятися у вигляді фрустрацій, афективних розладів, психосоматичної патології, постстресових змін особистості, призводити до зниження якості функціонування людини в різних сферах життєдіяльності.

Усі незвичайні й екстремальні ситуації загрожують почуттю психологічної захищеності людини. Водночас і сформована психологічна безпека особистості як системне утворення є чинником емоційної стійкості до зовнішніх і внутрішніх психотравм, що перешкоджають виникненню гострих і відстрочених стресових реакцій.

Міцне психічне здоров'я дозволяє людині від-

чувати себе повноцінною особистістю, жити у злагоді із зовнішнім світом і самою собою, відчувати всю красу буття, прагнення до самовдосконалення, постійного розвитку. Оскільки емоції є фундаментальною основою і складовою частиною психічного здоров'я, психоемоційні ризики враження особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації зумовлюють такі загрози, як порушення психічного здоров'я, зниження рівня психічної енергії, зниження працездатності, дисгармонія, неадекватність поведінки тощо.

У підсумку також визначимо, що вплив змісту інформаційного повідомлення на людину проходить низку етапів, як-от: інтеріоризація (перехід від зовнішнього вираження у внутрішнє), супроводжується редукуванням (скороченням) структури зовнішнього мовлення, надалі одержана інформація набуває емоційного забарвлення та спонукає до подальших дій чи бездіяльності. Інтенсивність емоційного забарвлення повідом-

лення у психіці особистості відбувається внаслідок можливості пояснення одержаної інформації на рівні внутрішнього мовлення. Чим краще особистість може роз'яснити собі отримане повідомлення у внутрішньому мовленні, тим менший емоційний, особливо негативний, відклик отримує це повідомлення, і навпаки. Чим менший емоційний відклик повідомлення, тим менше ризиків ураження особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації, що може запобігти негативному впливу інформації на психіку, зміні орієнтирів у морально-духовній сфері, нав'язуванню неточної та неправдивої інформації тощо.

Стрімке поширення психоемоційних ризиків ураження особистості негативним впливом медіаперцептивної комунікації, особливо в умовах повномасштабної війни РФ проти України, потребує вивчення наслідків цих впливів на особистість, визначення вразливих сфер людської психіки та розроблення стійкої системи психологічного самозахисту від таких впливів.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Выготский Л. Избранные психологические исследования. Мышление и речь. Проблемы психологического развития ребенка / под ред. А. Леонтьева и А. Лурия. Москва : Изд-во АПН РСФСР, 1956. 519 с.
2. Гальперин П. Текст как объект лингвистического исследования. Москва, 1981. С. 16–42.
3. Жинкин Н. Механизмы речи. Москва : Изд-во АПН РСФСР, 1958. 370 с.
4. Жинкин Н. Психологические основы развития речи. В защиту живого слова / сост. В. Коровина. Москва, 1966. С. 5–25.
5. Зимняя И. Психология слушания и говорения : автореф. ... дис. докт. пед. наук. Москва, 1978.
6. Зимняя И. Смысловое восприятия речевого сообщения. Москва : Наука, 1976. 263 с.
7. Леонтьев А. Принцип коммуникативности сегодня. *Иностранные языки в школе*. 1986. № 2. С. 27–32.
8. Леонтьев А. Психолингвистические единицы и порождения речевого высказывания. Москва, 1969. С. 28–36.
9. Рубинштейн С. Проблемы общей психологии. Москва : Педагогика, 1978. 428 с.
10. Синица І. Мовна особистість автора у науково-гуманітарному тексті ХІХ ст. (комунікативний, культурологічний, образно-стилістичний аспекти) ; НАН України, Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні. Київ, 2007. С. 151–153.
11. Супрун А., Клименко А. Две модели порождения текста при двуязычии: Перенос и интерференция. *Психология и методика обучения второму языку: Механизм переноса речевых навыков и умений*. Москва, 1971. 288 с.
12. Щерба Л. Языковая система и речевая деятельность. Ленинград : Наука, 1974. 428 с.
13. Хорошковська О. Про підходи до визначення змісту мовної освіти у проєкті нової редакції державного стандарту. *Українська мова і література в школі*. 2011. С. 41–44.
14. Выготский Л. Психология развития человека. Москва : Смысл ; ЭКСМО, 2005. 1136 с.
15. Жинкин Н. Исследование внутренней речи по методике центральных речевых помех. *Известия Академии педагогических наук Российской Советской Федеративной Социалистической Республики. Мышление и речь*. Москва, 1960. Вып. 113. С. 141–148.
16. Кацнельсон С. Содержание слова, значение и обозначение. Москва ; Ленинград, 1965. 110 с.
17. Леонтьев А. Проблемы развития психики. Москва : Изд-во МГУ, 1981. 584 с.
18. Лурия А. Основные проблемы нейролингвистики. Москва : МГУ, 1975. 252 с.
19. Лурия А. Научные горизонты и философские тупики в современной лингвистике. *Вопросы философии*. 1975. № 4. С. 142–149.
20. Лурия А. Язык и сознание. Москва, 1979.
21. Засекіна Л, Засекін С. Психолінгвістична діагностика : навчальний посібник ; М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2008. 188 с.



22. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
23. Інформаційно-психологічні впливи у діяльності фахівців сектору безпеки : навчальний посібник / Н. Іванова та ін. Київ : Нац. акад. СБУ, 2018. 148 с.
24. Зірка В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.02. Київ, 2005.
25. Щерба Л. Очередные проблемы языковедения. *Избранные работы по языкознанию и фонетики*. Т. 1. 1958. С. 7.
26. Щерба Л. О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании. Ленинград, 1974. С. 24–39.
27. Грайс П. Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистическая прагматика*. Москва : Прогресс, 1985. С. 217–237.
28. Падучева Е. Семантические исследования. 2-е изд. Москва : Языки славянской культуры, 1996 ; 2010. 480 с.
29. Столяренко Л. Основы психологии : учебное пособие. 9-е изд. Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. 672 с.
30. Вайнрайх У. Языковые контакты: состояние и проблемы исследования / пер. с англ. и коммент. Ю. Жлуктенко. Киев, 1979. 263 с.
31. Засекіна Л., Засекін С. Вступ до психолінгвістики : навчальний посібник. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2002. 168 с.
32. Залевская А. Введение в психолінгвістику : учебник для студентов вузов, обучающихся по филологическим специальностям. Москва : Изд-во РГГУ, 2000. 382 с.
33. Анохин П. Избранные труды. Философские аспекты теории функциональной системы. Москва : Наука, 1978. 399 с.
34. Шадриков В. Введение в психологию: эмоции и чувства. Москва : Логос, 2002. 156 с.
35. Ильин Е. Эмоции и чувства. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 752 с.
36. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, 2004. 262 с.
37. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 368 с.
38. Румянцева И. Психология речи и лингво-педагогическая психология. Москва : PerSe (Логос), 2004. 316 с.
39. Кириченко В. Психологія інформаційної діяльності : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
40. Лильо Г. Вербальне vs. візуальне в перцепції креолізованих інтернет-текстів (на матеріалі інтернет-видання «Українська правда»). *Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика»*. 2013. С. 412–418.
41. Хайрулін О. Інформаційно-психологічна безпека особистості в контексті мовної гри. *Збірник наукових праць НАОУ*. 2021. № 1. С. 189–208.
42. Мюнстерберг Г. Основы психотехники. Санкт-Петербург : П.Э.Т., 1996. С. 148–149.
43. Почепцов Г. Контроль над разумом. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 350 с.
44. Зелинский С. Манипулирование личностью и массами. Санкт-Петербург : Издательско-торговый дом «Скифия», 2008. 240 с.
45. Іванова Н., Паливода О. Психологічні аспекти аналізу інформації в діяльності фахівців безпекового сектору. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. С. 31–40.
46. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник для студентів галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

#### REFERENCES

1. Vygotsky L.S. (1956). *Izbrannyye psikhologicheskiye issledovaniya. Myshleniye i rech'. Problemy psikhologicheskogo razvitiya rebenka* [Selected psychological studies. Thinking and speech. Problems of the psychological development of the child] / Ed. A.A. Leontiev and A.R. Luria. M., 519 p. (in Russian).
2. Galperin P.Ya. (1981). *Tekst kak obyekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research], Moscow. Pp. 16–42 (in Russian).
3. Zhinkin N.I. (1958). *Mekhanizmy rechi* [Mechanisms of speech]. M. 370 p. (in Russian).
4. Zhinkin N.I. (1966). *Psikhologicheskiye osnovy razvitiya rechi* [Psychological foundations of speech development]. In the book : In defense of the living word / V.Ya. Korovina. M. Pp. 5–25 (in Russian).
5. Zimnyaya I.A. (1978). *Psikhologiya slushaniya i govoreniya* [Psychology of listening and speaking]. Abstract of the thesis. dis. doc. ped. sciences. Moscow (in Russian).

6. Zimnyaya I.A. (1976). *Smyslovoye vospriyatiya rechevogo soobshcheniya* [Semantic perception of a speech message]. M. : Nauka, 263 p. (in Russian).
7. Leontiev A.A. (1986). *Printsip komunikativnosti segodnya* [The principle of communication today]. *Foreign languages at school*. № 2. Pp. 27–32 (in Russian).
8. Leontiev A.A. (1969). *Psikholingvisticheskiye yedynitsy i porozhdeniya rechevogo vyskazyvaniya* [Psycholinguistic units and generations of speech utterance]. Moscow. Pp. 28–36 (in Russian).
9. Rubinstein S.L. (1978). *Problemy obshchey psikhologii* [Problems of general psychology]. M. : Pedagogy, 428 p. (in Russian).
10. Sinytsia I.A. (2007). *Movna osobystist' avtora u naukovo-humanitarnomu teksti XIX st. (komunikatyvnyy, kul'turolohichnyy, obrazno-stylistychnyy aspekty)* [Linguistic identity of the author in the scientific and humanitarian text of the 19<sup>th</sup> century (communicative, cultural, figurative and stylistic aspects)]. NAS of Ukraine. Institute of Linguistics named after O.O. Potebni. Kyiv, pp. 151–153 (in Ukrainian).
11. Suprun A.E., Klimenko A.P. (1971). *Two Models of Text Generation in Bilingualism: Transference and Interference* [Two models of text generation in bilingualism: Transfer and interference]. *Psychology and methods of teaching a second language: The mechanism of transfer of speech skills and abilities*. M., 288 p. (in Russian).
12. Shcherba L.V. (1974). *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost'* [Language system and speech activity]. L. : Nauka, 428 p. (in Russian).
13. Khoroshkovska O.N. (2011). *Pro pidkhody do vyznachennya zmistu movnoyi osvity u proekti novoyi redaktsiyi derzhavnoho standartu* [About approaches to determining the content of language education in the draft of the new edition of the state standard]. *Ukrainian language and literature at school*, pp. 41–44 (in Ukrainian).
14. Vygotsky L.S. (2005). *Psikhologiya razvitiya cheloveka* [Psychology of human development]. M. : Meaning : EKSMO. 1136 p. (in Russian).
15. Zhinkin N.I. (1960). *The study of inner speech using the method of central speech interference* [The study of internal speech by the method of central speech interference]. *Thinking and speech*. M. № 113, pp. 141–148 (in Russian).
16. Katsnelson S. D. (1965). *Soderzhaniye slova, znachenije i oboznachenije* [The content of the word, meaning and designation]. M. ; L, 110 p. (in Russian).
17. Leontiev A.N. (1981). *Problemy razvitiya psikhiki* [Problems of the development of the psyche]. M. : Moscow State University, 584 p. (in Russian).
18. Luria A.R. (1975). *Osnovnyye problemy neyrolingvistiki* [Main problems of neurolinguistics]. M. : MGU. 252 p. (in Russian).
19. Luria A.R. (1975). *Nauchnyye gorizonty i filosofskiye tupiki v sovremennoy lingvistike* [Scientific Horizons and Philosophical Dead Ends in Modern Linguistics]. *Questions of Philosophy*. № 4. Pp. 142–149 (in Russian).
20. Luria A.R. (1979). *Yazyk i soznaniye* [Language and consciousness] / Edited by E.D. Khomskaya. M. : University of Moscow. 320 p. (in Russian).
21. Zasekina, L.V. & Zasekin S.V. (2008). *Psykholinhvistychna diahnostyka* [Psycholinguistic diagnostics]. Volyn National University named after Lesya Ukrainka. Lutsk : RVV "Vezha" VNU im. Lesi Ukrainki. 188 p. (in Ukrainian).
22. Selivanova O.O. (2008). *Suchasna linhvistyka: napryamy ta problemy* [Modern linguistics: direct problems]. Poltava : Dovkilla-K. 712 p. (in Ukrainian).
23. Ivanova N. (2018). *Informatsiyno-psykholohichni vplyvy u diyal'nosti fakhivtsiv sektoru bezpeky* [Informational and psychological impact on the activity of fakhivtsiv in the security sector]. Kyiv : National academy of security service of Ukraine, 148 p. (in Ukrainian).
24. Zirka V.V. (2005). *Movna paradyhma manipulyatyvnoyi hry v reklami* [The linguistic paradigm of the manipulative game in advertising]. Thesis dr. philol. sciences : 10.02.02 / NAS of Ukraine ; Institute of Linguistics named after O.O. Potebni. Kyiv (in Ukrainian).
25. Shcherba L.V. (1958). *Ocherednyye problemi yazykovedeniya* [Next problems of linguistics]. In : Selected Works on Linguistics and Phonetics. Vol 1. P. 7 (in Russian).
26. Shcherba L.V. (1974). *O troyakom aspekte yazykovikh yavleniy i ob esperimente v yazykoznanii* [About the triple aspect of linguistic phenomena and about the experiment in linguistics]. L. Pp. 24–39 (in Russian).
27. Grice P. (1985). *Logika i rechevoye obshchenije* [Logic and verbal communication]. *New in foreign linguistics. Linguistic pragmatics*. M. : Progress. Pp. 217–237 (in Russian).
28. Paducheva E.V. (2010). *Semanticheskiye issledovaniya* [Semantic research]. M. : Languages of Slavic culture. Vol. 2. 480 p. (in Russian).

29. Stolyarenko L.D. (2004). *Osnovy psikhologii* [Fundamentals of psychology]. Textbook. allowance. 9<sup>th</sup> ed. Rostov-na-Donu : Phoenix. 672 p. (Series “Higher education”) (in Russian).
30. Weinreich U. (1979). *Yazykovyye kontakty: sostoyaniye i problemy issledovaniya* [Language contacts: state and problems of research] / U. Weinreich ; tr. from English. and comment. Yu.A. Zhluktenko. K. : Vishcha shkola. 263 p. (in Russian).
31. Zasekina L.V. & Zasekin S.V. (2002). *Vstup do psikholinhvistyky* [Introduction to psycholinguistics]. Tutorial. Ostroh : National University “Ostroh Academy”. 168 p. (in Ukrainian).
32. Zalevskaya A.A. (2000). *Vvedeniye v psikholingvistiku* [Introduction to psycholinguistics]. Textbook. for stud. universities studying philol. specialist. M. : Russian State Humanitarian University, 382 p. (in Russian).
33. Anokhin P.K. (1978). *Izbrannyye trudy. Filosofskiye aspekty teorii funktsional'noy sistemy* [Selected Works. Philosophical aspects of the theory of a functional system]. M. : Nauka. 399 p. (in Russian).
34. Shadrikov V.D. (2002). *Vvedeniye v psikhologiyu: emotsii i chuvstva* [Introduction to psychology: emotions and feelings]. M. : Logos. 156 p. (in Russian).
35. Ilyin E.P. (2002). *Emotsii i chuvstva* [Emotions and feelings]. St. Petersburg : Piter. 752 p. (Series “Masters of Psychology”) (in Russian).
36. Vaishenberg Z. (2004). *Novynna zhurnalistyka* [News journalism]. A study guide. For general. ed. V.F. Ivanova. K. : Academy of the Ukrainian Press. 262 p. (in Ukrainian).
37. Lebedev-Lubimov A. (2002). *Psikhologiya reklamy* [Psychology of advertising]. St. Petersburg : Piter, 368 p. (in Russian).
38. Rumyantseva I.M. (2004). *Psikhologiya rechi i lingvopedagogicheskaya psikhologiya* [Psychology of speech and linguo-pedagogical psychology]. M. : PerSe (Logos), 316 p. (in Russian).
39. Kyrychenko V.V. (2015). *Psykholohiya informatsynoyi diyal'nosti* [Psychology of information activity]. Study guide. 2<sup>nd</sup> ed. processing and additional Zhytomyr: Department of the State University named after I. Franka, 146 p. (in Ukrainian).
40. Lillo H. (2013). *Verbal'ne vs. vizual'ne v pertseptsiiy kreolizovanykh internet-tekstiv (na materialy internet-vydannya “Ukrayins'ka Pravda”)* [Verbal vs. visual in the perception of creolized Internet texts (on the material of the online publication “Ukrainian Pravda”)]. Bulletin of Lviv University. Journalism series. Pp. 412–418 (in Ukrainian).
41. Khairulin O.M. (2021). *Informatsiyno-psykholohichna bezpeka osobystosti v konteksti movnoyi hry* [Informational and psychological security of the individual in the context of the language game]. *Collection of scientific works of the NUOU. № 1*. Pp. 189–208 (in Ukrainian).
42. Munsterberg G. (1996). *Osnovy psikhotehniki* [Fundamentals of psychotechnics]. St. Petersburg : P.E.T. Pp. 148–149 (in Russian).
43. Pocheptsov H.G. (2010). *Kontrol' nad rozumom* [Control over the mind]. Kyiv : Kyiv-Mohyla Academy. 350 p. (in Ukrainian).
44. Zelinsky S.A. (2008). *Manipulirovaniye lichnost'yu i massami* [Manipulation of personality and masses]. St. Petersburg : Skifia. 240 p. (in Russian).
45. Ivanova N. & Palivoda O. (2021). *Psykholohichni aspekty analizu informatsiyi v diyal'nosti fakhivtsiv bezpekovooho sektoru* [Psychological aspects of information analysis in the activities of security sector specialists]. *Bulletin of the National University of Defense of Ukraine*. Pp. 31–40 (in Ukrainian).
46. Rizun V.V. (2008). *Teoriya masovoyi komunikatsiyi* [Theory of mass communication]. Textbook for students branch 0303 “journalism and information” / V.V. Ruffian. K. : Prosvita. 260 p. (in Ukrainian).