

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МЕДІА НА ЕМОЦІЙНУ СФЕРУ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНУ ПОВЕДІНКУ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE MEDIA'S INFLUENCE ON THE EMOTIONAL SPHERE AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOR OF SERVICEMEN

У статті розглядаються психологічні особливості впливу медіа на емоційну сферу та організаційну поведінку військовослужбовців. Основна увага приділяється поглибленню знань і уявлень про фундамент емоційної сфери та організаційної поведінки, а також розкриттю сутності медіа та її впливу на військовослужбовців. Предметом дослідження стали особливості впливу медіа на емоційну сферу та організаційну поведінку військовослужбовців. Основні завдання дослідження – розглянути поняття «медіа» та його значення для особистості, провести аналіз поняття «емоція» та факторів, які впливають на емоційні реакції, провести експериментальне дослідження впливу медіа на вияв емоційної сфери. Методами дослідження обрано аналіз і синтез, порівняння, класифікацію, конкретизацію, узагальнення, спостереження та експеримент. У статті використано такі методики: «Визначення загальної емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонов), «Діагностика рівня емоційного вигорання» (В.В. Бойко), тест Люшера. Математико-статистична обробка даних проведена за допомогою програми Microsoft Excel. Для емпіричного дослідження запрошено військовослужбовців віком від 21 до 50 років різної статі. Така вибірка була здійснена через те, що медіа має вплив на різну вікову категорію, особливо щодо військовослужбовців. Тому що військові – це ті люди, які мають бути завжди обізнаними у всіх актуальних новинах світу. Головним їхнім обов'язком є забезпечення миру та спокою у своїй країні, а одним із факторів, який може завадити це зробити, є вплив медіа. Отож, дослідження показало, що медіа впливає як на низький показник емоційності, так і на високий, але респонденти, які мають більш високий рівень емоційності, піддаються впливу медіа сильніше, ніж ті, у кого емоційність нижче норми, тому що такий вияв впливає на їхню діяльність. На підставі методик виявлено, що в групі військовослужбовців домінують практичні емоції (18%). Також визначено, що у групі немає сформованих симптомів емоційного вигорання, але наявні симптоми на стадії формування, як-от неадекватне реагування (15%), емоційна дезорієнтація (13%), редукція профобов'язків та емоційний дефіцит (12%). Ці симптоми головним чином формуються завдяки впливу медіа.

Ключові слова: медіа, емоційна сфера, організаційна поведінка, вплив, військовос-

лужбовці, класифікація емоцій, інформація.

The article considers the psychological features of the media's influence on the emotional sphere and organizational behavior of servicemen. The main attention is paid to the deepening of knowledge and ideas about the foundation of the emotional sphere and organizational behavior, as well as the disclosure of the essence of the media and its impact on the military. The subject of the study was the peculiarities of the media's influence on the emotional sphere and organizational behavior of servicemen. The main objectives of the study were to consider the concept of media and its significance for the individual, to analyze the concept of "emotion" and the factors influencing emotional reactions, to conduct an experimental study of the influence of media on the manifestation of the emotional sphere. Analysis and synthesis, comparison, classification, concretization, generalization, observation and experiment were chosen as research methods. The following methods are used in the article: method "Determination of general emotional orientation of personality" (BI Dodonov), method "Diagnosis of emotional burnout" (VV Boyko, Luschner test, mathematical and statistical data processing was performed using Microsoft Excel. For the empirical study, servicemen aged 21 to 50 and of various sexes were invited. This sample was made because the media has an impact on different age groups, especially for military personnel. Because the military are the people who should always be aware of all the current news in the world. Their main duty is to ensure peace and tranquility in their country, and one of the factors that can prevent this is the influence of the media. Thus, research has shown that the media affects both low and high emotionality, but respondents who have a higher level of emotionality are more affected by the media than those whose emotions are below normal, because such exposure affects their performance. Based on the methods, it was found that in general, the group of servicemen is dominated by practical emotions – 18%. It was also determined that the group has no symptoms of emotional burnout, but there are symptoms at the stage of formation such as inadequate response – 15%, emotional disorientation – 13%, reduction of professional responsibilities and emotional deficit – 12%. All these symptoms are mainly due to the influence of the media.

Key words: media, emotional sphere, organizational behavior, influence, servicemen, classification of emotions, information.

УДК 159.9

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.27.9>

Головська І.Г.

к.психол.н.,
доцент кафедри теорії та методики
практичної психології
Південноукраїнський національний
педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського

Почепцова Д.О.

студентка
Південноукраїнський національний
педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського

Тема дослідження полягає в тому, що на тлі великої кількості досліджень емоційності проблема впливу засобів масової інформації на емоційну сферу та організаційну поведінку військових привертає мало уваги дослідників. Сучасне суспільство можна охарактеризувати як суспільство, в якому головним багатством є інформація. Об'єк-

тивною закономірністю розвитку такого суспільства стала активізація інформаційних процесів: збільшується обсяг і швидкість передання та отримання інформації, а також прискорюється її обробка. Такі процеси можуть негативно впливати на людину, призводячи до емоційних перевантажень, що може збільшити здатність неадекватно

реагувати на ситуацію. Особливе занепокоєння викликає вплив сучасних засобів масової інформації. Те, що цей вплив наразі здебільшого негативний, ніхто не заперечує. Цей факт підтверджується наявними дослідженнями та загальною ситуацією в суспільстві. Зростання невмотивованої агресії, знищення традиційних людських цінностей, відсутність моральних настанов та духовних лідерів, а також зниження порогу чутливості емоційної сфери – усе це не в останню чергу пов'язане з вектором розвитку ЗМІ. У психологічних дослідженнях досить інтенсивно вивчаються проблеми особливості особистісного, тендерного та професійного сприйняття ЗМІ (А.А. Вугман, М.А. Папантіму, В.І. Громова, А. Шалімова, М.А. Турчінова та ін.); специфіка її впливу на поведінку і ціннісні орієнтації (Г.Г. Єрошина, М.А. Каліманов, Е.А. Пушканова, М.А. Салюков, Г.А. Козубова). Саме тому обрана тема дослідження є дуже актуальною нині, коли йдеться про відсутність контролю над медіаринком та неконтрольований потік інформації, що згубно впливає на формування стійкої емоційної сфери.

Медіа – сукупність організаційно-технічних засобів для передання та відтворення різної інформації у великих кількостях [2]. Сучасна медіасистема будується так:

- друкарська преса (газети, журнали, тижневики тощо);

- електронні аудіовізуальні засоби масової інформації (радіо, Інтернет, телебачення, документальні фільми тощо);

- інформаційні послуги (рекламні та PR-агенції, телеграфні агентства, професійні журналістські спільноти).

Поліграфія посідає особливе місце в системі засобів масової інформації завдяки особливостям передання інформації, як-от фіксація інформації у вигляді текстів та зображень на папері за допомогою друкарського обладнання. Друкована продукція передає інформацію у вигляді друкованого тексту до знакової системи, графічних форм-ілюстрацій (фотографій, малюнків, графіки, плакатів тощо), які потім сприймаються без допомоги будь-яких спеціальних засобів. Для отримання телевізійної чи радіоінформації потрібні спеціальні технічні засоби – приймачі-декодери (радіо, телевизор, магнітофон тощо).

Вивчаючи телевізійне спілкування, виокремлюють такі види впливу:

- вторгнення – вид активного впливу на глядача (незалежно від того, наскільки він готовий отримувати інформацію). Характерне для ситуації браку інформації про характер і ставлення аудиторії;

- догляд – тип впливу, що характеризується взаємним відчуженням комунікатора та ауди-

торії: глядач не намагається зрозуміти автора програми, який не поспішає проникати в душу глядача;

- саморозкриття – тип впливу, що характеризується активним самовираженням комунікатора, позиція якого адресована глядачеві, але не інакше, а скоріше йому самому. У результаті такого монологу глядач віддаляється;

- залучення – тип впливу, що передбачає єдність комунікатора і глядача, тобто їх участі, допомоги, співтворчості, єдиного темпу діяльності, єдиного досвіду минулого, сьогодення та майбутнього. Залучення є найефективнішим видом впливу, оскільки наочність діалогу та близькість комунікатора до проблем та ставлення аудиторії можуть зменшити або навіть усунути бар'єр опору, який мають люди, коли вони відчують себе змушеними впливати на них [4].

Сьогодні ЗМІ є одним із найпотужніших інструментів формування соціального простору в сучасному суспільстві та одним із найважливіших соціальних інститутів. Недарма ЗМІ назвали четвертою владою, адже назва відповідає силі впливу на суспільство загалом та на кожного з його членів зокрема. Таким чином, можна зробити висновок, що медіа залишає вагомий відбиток на нашому образі життя, ідеології і ціннісно-культурних установах.

Емоції – це суб'єктивні реакції людини чи істоти на вплив внутрішніх і зовнішніх подразників, які виявляються у вигляді задоволення, смутку, радості, страху тощо. Слово «емоція» походить від латинського «*emovere*», що означає «рухатися, хвилювати, справляти враження». Супроводжуючи майже будь-який вияв життєдіяльності організму, емоції є одним із головних механізмів внутрішньої і зовнішньої регуляції психічної діяльності і поведінки, спрямованих на задоволення актуальних потреб. Емоційні явища в сучасній психології розуміють як суб'єктивні переживання її відношення до предметів, явищ, подій, інших людей. Маленькі дрібниці, що викликають у нас задоволення, втома, енергія, сум, біль – це прості емоції. Такі емоції характерні як для людей, так і для тварин. У результаті життєдіяльності прості емоції людини стали складними емоціями та почуттями. Характерним для складних емоцій є те, що вони виникають у результаті усвідомлення предмета, який їх пробудив, розуміння їх життєвого значення. Є багато класифікацій емоцій. Найчастіше їх поділяють на такі критерії групи:

- 1) нижчі та вищі;
- 2) позитивні та негативні;
- 3) стенічні та астенічні;
- 4) емоційні реакції та умови.

Примітивні (нижчі) – переживання, пов'язані із задоволенням або незадоволенням фізіологічних потреб.

Вищі – переживання, які виникають на ґрунті задоволення духовних потреб.

Позитивні – емоції, пов'язані із задоволенням потреб.

Негативні – емоції, які викликають почуття незадоволення і вимагають зміни ситуації.

Стенічні – емоції, які підвищують життєдіяльність людини, посилюють активність.

Астенічні – емоції, які пригнічують життєдіяльність організму, знижують енергію суб'єкта.

Завдяки емоціям люди усвідомлюють свої потреби та предмети, на які вони спрямовані.

Прикладом таких емоцій є відчуття задоволення від сприйняття музики, картин та пейзажу. Емоції характеризуються полярністю. Вони виявляються в тому, що кожна емоція, кожне почуття за різних причин можуть виявлятися протилежно чином: «радість – горе», «любов – ненависть», «співчуття – антипатія», «задоволення – незадоволення». Такі переживання мають яскраво виражений позитивний чи негативний відтінок [3]. Емоція сигналізує про благополучний або неблагополучний розвиток подій, про більшу чи меншу визначеність стану суб'єкта в системі його предметних і міжособистісних взаємин, чим забезпечує регулювання, корекцію її поведінки в умовах спілкування і діяльності. Емоції детермінують всю життєдіяльність організму, виконуючи функції оцінки, переживання і мотивації. Також вони є регулятором процесів пізнання, спілкування, мотивації діяльності тощо [6]. Емоції розвиваються та закріплюються, якщо вони знаходять реальне вираження у житті та діяльності солдатів. Тому важливо забезпечити, щоб емоції, викликані у військових за допомогою певних засобів впливу, виражались у їх практичній діяльності. Уважність і повага до військовослужбовця пробуджує його найкращі почуття і підвищує його емоційну сприйнятливість до зауважень і вказівок офіцера, готовності піддаватися впливу.

Питання про роль медіа в емоційній сфері людини було актуальним протягом тривалого часу. На початку ХХ століття, коли нарешті з'явилися і стали широко використовуватися такі засоби передання, як телефон, телеграф, радіо, кіно, є набагато більше можливостей для масових маніпуляцій людьми. Інформація стала доступною для всіх верств суспільства. Актуальність дослідження полягає в тому, що масові комунікації стали відображенням усього інформаційного середовища суспільства та ЗМІ-інформація є найважливішим соціальним, інструментом впливу. Із середини ХХ століття багато іноземних учених почали займатися питанням вивчення впливу ЗМІ на громадську думку та емоційну сферу, тим самим доводячи, що ЗМІ можуть бути хорошим маніпулятором. Сьогодні засоби масової інформації мають дедалі більший вплив

на розвиток особистості, особливо на зміну її емоційності. Формування зразків соціальної поведінки, особистих ідеалів відбувається в складному соціокультурному просторі, де поряд із такими інститутами, як робота та сім'я, важлива (а часом і провідна) роль належить засобам масової інформації. Психіка сучасної людини не може уникнути впливу засобів масової інформації [9].

Відомо, що емоції – це особливий клас суб'єктивних психологічних станів, які відображаються у формі безпосередніх переживань, приємних і неприємних почуттів, ставлення людини до світу та людей, процесу та результатів його практичної діяльності. Клас емоцій включає настрої, почуття, пристрасті, стрес. Це так звані «чисті» емоції. Вони включаються в усі психічні процеси і стани людини. Будь-які вияви його діяльності супроводжуються емоційними переживаннями. Серед показників позитивного процесу розвитку емоційної сфери особистості К. Ізард виокремлює такі:

- підвищений настрій під час включення в референтну групу та задоволеність спільною діяльністю;
- зниження чутливості до критики щодо них шляхом розвитку «психологічного захисту»;
- шкала емоційних змін (не менше місяця);
- легкість зміни бажань під впливом референтної групи та легкість співучасті за допомогою емоційної децентралізації;
- жорсткість і безкомпромісність оцінки оточення за полярною шкалою (або-або) з нестабільною самооцінкою [5].

Ці емоційні показники нормального перебігу формування особистості можуть бути зафіксовані на основі дослідницьких процедур, які прагнуть виявити негативний вплив засобів масової інформації. Поява в поведінці не відповідає цьому періоду особливостей формування особистості або відсутності відповідних емоційних характеристик протягом тривалого часу і є свідченням негативного впливу. Оскільки відхилення, не виправлене вчасно, впливає на центральні процеси особистості, створюючи тим самим передумови для небажаних змін в емоційній сфері. Емоційний досвід людини змінюється і збагачується в процесі розвитку особистості в результаті емпатії, що виникає у спілкуванні з іншими людьми, у сприйнятті творів мистецтва, під впливом засобів масової інформації. Можливо, навіть одночасне переживання протилежних емоцій. Усі емоційні вияви характеризуються орієнтацією (позитивною чи негативною).

Позитивні емоції (задоволення, радість, щастя тощо) виникають тоді, коли є потреби, бажання, успішне досягнення мети діяльності.

Негативні емоції (страх, злість, тривога, страх тощо) дезорганізують діяльність, що призводить до її виникнення, але організовує

дії, спрямовані на зменшення або усунення шкідливих наслідків. Виникає емоційне напруження. Він виникає і розвивається у зв'язку з різними емоційними, психогенними, стресовими та іншими факторами, тобто дуже сильними впливами на мотиваційну, емоційну, вольову, інтелектуальну сфери, що супроводжуються різними емоційними реакціями, переживаннями. Найбільш негативним є те, що тривога лежить в основі багатьох невротичних розладів, особливо неврозу страху, який набувається під впливом певних програм, що транслуються на телебаченні. На думку В.М. Цілуйко, тривога, набута внаслідок негативного впливу ЗМІ, може набувати форми більш серйозних емоційних розладів, із якими людина не може впоратися самостійно. До них належать стрес, апатія, депресія та подібні емоційні стани (розлад, дисфорія, емоційна амбівалентність та інші) [10].

Сприйняття засобів масової інформації – це складний етапний процес, розроблений часом, особливості якого пов'язані з такими факторами, як ступінь усвідомленості соціально значущих проблем, ступінь участі у ситуаціях сприйняття як позитивної, так і негативної інформації, особистий досвід та його вік. Щоб засоби масової інформації мали переконливий вплив на емоційну сферу та вивели соціальну проблему на рівень особистої значущості у людей, їй потрібно зосередитись на:

- суб'єктивній значущості і принципі емпатії (повинна ініціювати індивіда поставити себе на місце представника цільової аудиторії і відображати його інтереси, бажання, мотиви);

- правдоподібність (має логічно та обґрунтовано подавати основну інформацію у формі, що відповідає особливостям сприйняття, увага повинна бути зосереджена на тому, що людина може поставити під сумнів);

- створення цілісного образу та стійкого ставлення до проблеми.

Серед критеріїв психологічного впливу ЗМІ можна виокремити:

- когнітивний компонент (здатність привертати увагу);

- емоційний компонент (здатність викликати емоційно-оцінну позицію);

- поведінковий компонент (бажання доглядати до кінця, навчитися або придумати продовження, переглянути ще раз).

Особливості емоційної сфери військовослужбовців впливають на процес сприйняття ними засобів масової інформації, що залежить від розвитку та послідовності внутрішньо- та міжособистісних компонентів, які базуються на різноманітному особистому досвіді внутрішніх психологічних ресурсів (міжособистісні критерії) у взаємодії із суспільством і досвіді, закріпленому у відповідних навичках

(внутрішньоособистісні критерії) ціннісно-семантичного вибору.[7]

Військовослужбовці з різним рівнем розвитку емоційної, вольової та семантичної сфер мають різні особливості стратегій сприйняття та оцінки медіапродукції, які не зводяться до розуміння, а ґрунтуються на свідомому і несвідомому прийнятті цінностей, переданих через цей спрямований вплив.

Можна виокремити різні рівні сприйняття ЗМІ військовими:

- високий (коли зміст телевізійних програм, фільмів, мультфільмів сприймається суб'єктом на рівні особистої значущості, що має певну особисту цінність);

- середній (коли військовослужбовець може характеризувати соціальну спрямованість сюжету на рівні когнітивного розуміння та аргументації);

- низький (коли військовий погано сприймає та поглинає негативну спрямованість інформаційного складника).

Група військовослужбовців, що мають позитивно високий рівень сприйняття телевізійних програм, має більш високий внутрішньо особистісний критерій сформованості змісту, оскільки відображає стан їхніх дій, учинків на рівні особистого сенсу. Вони мають більш виражену когнітивну мотивацію, пов'язану з прагненням розширити картину пізнавального світу, є більш цілеспрямованими, емоційно-вольова та ціннісно-сміслова сфери є більш насиченими, багатшими, складнішими. Розкрито характерні для цієї групи стратегії сприйняття засобів масової інформації (аналітичну, синтетичну, аналітично-синтетичну та емоційно-оцінну) [1].

Для дослідження впливу медіа на емоційну сферу військовослужбовців використано три методики, які були направлені на визначення напряму емоційної сфери: 1) «Визначення загальної емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонов); 2) «Діагностика рівня емоційного вигорання» (В.В. Бойко); 3) тест Люшера. Загалом, військовослужбовці психологічно стабільні, завзяті, наполегливі, а також здатні контролювати події, направляти і керувати ними. Це сильні духом люди, які хочуть справити враження і домогтися свого, незважаючи на опір і перешкоди. Ці дані ми з'ясували за допомогою тесту Люшера. Завдяки методикам було виявлено, що в групі військовослужбовців домінують практичні емоції (18%). Також визначено, що у групі немає сформованих симптомів емоційного вигорання, але виділяються симптоми на стадії формування, як-от неадекватне реагування (15%), емоційна дезорієнтація (13%), редукція профобов'язків та емоційний дефіцит (12%). Ці симптоми формуються завдяки впливу медіа.

Отже, слід сказати, що медіа впливає як на низький показник емоційності, так і на висо-

кий, але респонденти, які мають більш високий рівень емоційності, піддаються впливу медіа сильніше, ніж ті, у кого емоційність нижче норми, тому що такий вияв впливає на їхню діяльність. Чим більше у військовослужбовців виражена емоційна сфера, тим сильніше на них впливає медіа, тому що військовослужбовцям не властиво бути занадто емоційними, адже це ті особистості, які повинні в будь-якій ситуації зберігати холоднокровний розум і не показувати своїх емоцій. А вияв емоційної сфери – це привертання уваги та прояв себе, що у військовій справі не підтримується. Уміння людини стримувати свої почуття, відкладаючи їх прояв до більш відповідного моменту, виділяє військового, який уникнув сильного впливу медіа.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Абдурахманов Р.А. Военная психология. *Психол. журн.* Т. №1
2. Азарян К.А. Средства массовой информации. Москва, 2015. 47 с.
3. Гозман Л.Я. Психология эмоцийных отношений. Москва : МГУ. 1987. 176 с.
4. Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность особи: стан і можливості психологічного захисту. Москва, 2008. 125 с.
5. Изард К.Э. Психология эмоций. Санкт-Петербург : изд. Питер, 2000.
6. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. Санкт-Петербург : изд. Питер, 2001. 553 с.
7. Кокун О.М., Агаєв Н.А., Пішко І.О., Психологічна робота з військовослужбовцями – учасниками АТО на етапі відновлення: Методичний посібник. Київ : НДЦ ГП ЗСУ, 2017. 282 с.
8. Максименко С.Д., Солов'єнко В.О. Загальна психологія: Навч. Посібник. Київ : МАУП, 2000. 256 с.
9. Тарасов К.А. До пошуків виходу з пастки екранного насильства. *Світ психології.* 2000, № 2. С. 44.
10. Цілуйко М.В. Вплив засобів масової інформації на формування протиправної поведінки підлітків. *Вісник психосоціальної та корекційно-реабілітаційної роботи.* 2000, № 1. С. 70.
11. James W. Principles of Psychology. New York : Holt, 1890. 712 p.