

Прогнозований вплив: структура і метод псевдоевристичного репортажу телекомпанії “Імеді” у світлі профільних досліджень Інституту журналістики

Причини, ймовірні наслідки й комунікативні механізми масового афекту, який виник 13 березня 2010 р. внаслідок трансляції програми грузинського телеканалу “Імеді”, було прогнозовано ще у 2002 р., в процесі профільних досліджень ІЖ КНУ імені Тараса Шевченка. Статтю присвячено причинам, наслідкам і механізмам запобігання колективних афектів, індукованих медіазасобами.

Ключові слова: телебачення, радіомовлення, масова паніка, афект.

Khomenko Ilyya. The predictable influence: structure and methods of pseudo-heuristic reportage of the television company “Imedi” in the context of specialized researches conducted by the Institute of Journalism.

The reasons, possible consequences and communicative mechanism of mass affect which took place on March 13, 2010 because of broadcasting of the program of the Georgian television channel “Imedi” were predicted in 2002 in the process of specialized researches conducted by the Institute of Journalism of the Kyiv National Taras Shevchenko University. The article is devoted to the reasons, consequences and mechanisms of prevention of mass affects caused by mass media.

Keywords: broadcasting, radio, mass panic, affects.

Хоменко И. А. Спрогнозированное воздействие: структура и метод псевдоевристического репортажа телекомпания “Имеди” в свете профильных исследований Института журналистики.

Причины, вероятные последствия и коммуникативные механизмы массового аффекта, который возник 13 марта 2010 г. в последствии трансляции программы “Имеди” грузинского телеканала, прогнозировались еще в 2002 г., в процессе профильных исследований ИЖ КНУ имени Тараса Шевченко. Статья посвящается причинам, последствиям и механизмам предотвращения коллективных аффектов, индуцированных средствами массовой информации.

Ключевые слова: телевидение, радиовещание, массовая паника, аффект.

Об’єкт даного дослідження — безпека комунікативної діяльності, *предмет* — конкретна модель соціально небезпечного медійного впливу, втілена у 2010 р. грузинським телеканалом “Імеді”, а ще до того, з менш катастрофічними наслідками, деякими українськими телеканалами. *Мета* — оптимізація комунікативного простору України, *завдання* — наукове пояснення чинників впливу, які ініціюють афективну реакцію аудиторії, та пошук шляхів запобігання масовим медійним афектам.

Аналіз сучасного стану наукової думки за темою роботи. Загальні аспекти взаємодії мас і комунікативних засобів в українській школі журналістикознавства досліджено В. Різунком; проблема медійних афектів вивчалася на досвіді радіомовлення Х. Кентрілом, Т. Марченко, Г. Андреевою, А. Назаретяном; на досвіді телебачення та радіомовлення — В. Фоменком, І. Хоменком, А. Ревком. Психофізіологічні механізми залежності медіавпливу від специфіки комунікативного каналу досліджено М. Подкопаєвим та Дж. Ліллі. На конкретну практику сучасного телебачення, діяльність якого спричинила масштабну афективну реакцію аудиторії, окреслений поняттєвий апарат екстрапольовано вперше. Характеристику названих джерел подано в основній частині дослідження.

В ефір грузинської телекомпанії “Імеді” 13 березня 2010 р. вийшла програма, присвячена можливому

вторгненню Росії на територію Грузії. Значна кількість глядачів сприйняла вигаданий сюжет як реальну розповідь про початок воєнної агресії. Компаративний аналіз більш ніж 40 повідомлень з цього приводу, вміщених на сайтах інформаційних агенцій, аудіовізуальних і друкованих ЗМК, дозволяє реконструювати перебіг подій таким чином. 25 хвилин трансляції вистачило для спалаху загальнонаціональної паніки. Почалася спонтанна евакуація населення з територій, визначених у програмі як об’єкти бомбардувань і обстрілів. За даними служби “Швидкої допомоги” Тбілісі, у десятки разів зросла кількість викликів. Було зареєстровано велику кількість інфарктів (точної статистики немає). Щонайменше у двох випадках відзначалася кореляція між загибеллю пацієнтів внаслідок серцево-судинних захворювань й інформаційним шоком унаслідок перегляду програми. Передача спровокувала загострення внутрішньополітичної ситуації і кілька дипломатичних конфліктів. Крім Росії, претензії Грузії було пред’явлено державами, документальні знімання представників яких використали в програмі з метою надання достовірності видовищу. На вимогу міжнародних інституцій та національної грузинської комісії з журналістської етики 20 березня телеканал вибачився перед усіма потерпілими і проголосив готовність розглянути індивідуальні претензії.

Скандал навколо програми став предметом уваги світових мас-медіа. Водночас обговорювалися на-

самперед його етичні та політологічні складові. Дискутувалося, доводилося, заперечувалося право журналіста на інсценування подій та рівень зацікавленості у скандалі тих чи тих політичних кіл (саме останній аспект був предметом звернення до громадськості керівника телеканалу Георгія Арвеладзе). Без уваги залишилося й предметом наукового інтересу не стало найсуттєвіше. А саме, комунікативний механізм, реалізація якого викликала колективний афект (не масову паніку, як це видається, якщо тлумачити події на рівні побутової оцінки: нижче буде доведено, що масова паніка розпочинається за іншим сценарієм і реалізується завдяки іншим психоемоційним складникам).

З погляду теорії соціальної комунікації, феномен грузинських подій полягає в тому, що вперше в ХХІ ст. телеканал “Імеді” ефективно реалізував технологію соціального впливу, яка реально може занурити загальнонаціональну аудиторію у стан перетвореної свідомості. Небезпека застосування подібної маніпулятивної моделі полягає в тому, що вона надзвичайно ефективна й спрацьовує незалежно від кількісного та якісного складу глядачів (слухачів), від особливостей їхньої суспільної стратифікації, від інтелектуального рівня й соціальної відповідальності окремих реципієнтів інформаційної інвазії.

Типовість грузинського досвіду полягає в тому, що використана телеканалом “Імеді” система маніпулятивних чинників є по суті єдиним чи майже єдиним по-справжньому ефективним інструментом одночасного спонукання людей до одномоментної неусвідомленої дії. А унікальність його полягає в тому, що з катастрофічними наслідками згадана комунікативна стратегія реалізовувалася раніше тільки на радіо, і навіть термінологічно її психосоціальний ефект характеризувався як “радіопаніка”. Численні спроби сучасного телебачення відтворити досвід радійних псевдоевристичних репортажів 20–50-х рр. минулого століття не викликали афективної реакції загалом, хоча, безумовно, і сприймалися певною кількістю людей неадекватно. Сумнівна слава перших творців телевізійної паніки засобами так званої “притеатральної” драматургії належить саме грузинським тележурналістам.

Але, і це теж буде доведено, механізм цього панічного ефекту є все ж не телевізійним, а радійним. Внаслідок своєрідності суспільно-політичної ситуації та особливостей соціокультурного контексту, що склався в Грузії навесні 2010 р., телебачення, значною мірою випадково, стимулювало механізми перцепції, йому не притаманні. Активувало ланцюг утворення вторинних асоціацій, що, як правило, означає дієвість акустичного, а не аудіовізуального мистецтва і характеризує особливості сприйняття інформації по аудіоканалу.

Цікаво, що ймовірні ризики відтворення моделі радіопаніки телевізійними засобами було прогнозо-

вано ще наприкінці минулого століття, в процесі дослідження Інститутом журналістики КНУ імені Тараса Шевченка парадоксального впливу мистецьких телерадіопрограм на загал і особистість. Тоді ж було визначено, як чинник суспільного ризику, низький рівень відповідальності співробітників ЗМК і незадовільну інформованість щодо потенційних можливостей впливу телерадіомовлення. А трохи пізніше запропоновано, випробувано в умовах реального мовлення й впроваджено на першому каналі Українського радіо модель комунікативної протидії контрпродуктивній інформаційній діяльності.

Ось як було сформульовано висновки щодо потенційної небезпеки використання медійних прийомів і методів, орієнтованих на афективну реакцію, у публікації 2002 р.:

“Спробуйте уявити собі сучасну передачу, яка за жанром є радіовиставою, але за формою імітує інформаційну чи аналітичну програму... Передачу на актуальну тему, але побудовану на вигаданому фактичному матеріалі; додайте повідомлення про небезпеку для слухача... — і реакція аудиторії може виявитися непередбаченою.

...Ця думка справедлива не тільки щодо радіодраматургії. Хоча так сталося, що найвідоміші випадки введення в оману масової аудиторії пов'язані з радіомистецтвом, визначені вище “чинники ризику” можуть спрацювати і в документальній теле- чи радіопрограмі. Небезпека парадоксального впливу на глядачів або слухачів — цілковита реальність, вона не пішла у небуття разом з “учнівським” періодом електронних ЗМІ. Те, що редактори телебачення і радіо цього не розуміють або свідомо ігнорують подібну можливість, часом перетворює національний ефірний простір на щось подібне до “мінного поля” [1, 262].

Моніторинг ефірного та кіберпростору, здійснений в процесі згаданого дослідження, виявив за період від 1998 р. (початок спостережень) до нинішнього, 2011 р., п'ять достовірно доведених випадків відтворення в теле- й радіоефірі так званої “псевдоевристичної” моделі маніпулювання свідомістю, ізоморфної тій, що використовувалася телеканалом “Імеді”. Один із них пов'язаний з рекламною кампанією проти куріння (Франція, канали поширення були як акустичними, так і аудіовізуальними), один мав характер авангардистського експерименту в галузі кіномистецтва (Росія, але фільм, знятий в естетиці псевдоевристичного репортажу, демонструвався й українськими каналами без посилення на фіктивний характер знімань), три транслювалися з комерційною метою. На жаль, саме ці три програми, позбавлені будь-якого етичного виправдання у вигляді суспільно корисної мети, були створені в Україні й стали складовою національного інформаційного простору. Йдеться про радіорекламу художнього фільму, подану як повідомлення про реальну авіака-

тастрофу, псевдодокументальний фільм про так звану “філіппінську хірургію” — по суті, рекламу квазі-медичного шахрайства, яке призвело до загибелі кількох пацієнтів, і фальсифікований репортаж про захоплення заручників на військовій базі, знятий з метою підвищення рейтингів невдалого реального шоу. (Серед уведених в оману виявилось й українське Міністерство оборони.) Типологічні, структурно-композиційні, психо- і соціолінгвістичні особливості цих передач докладно проаналізовано в публікаціях [2–5]. Ці посилання на вже оприлюднені дані наводяться з єдиною метою: підкреслити актуальність дослідження як даної моделі суспільного впливу, так і мінімізації її негативних наслідків.

Достатнім рівень вивчення згаданого феномену визнати не можна. Стан сучасної наукової думки, пов’язаної з ним, можна визначити, перефразовуючи відомі слова філософа Льва Шестова, як “ограничение самоочевидности”. Колективні афекти, спровоковані ефірними ЗМК у 1926 р. в Англії, наприкінці 20-х рр. і в 1938 р. у США, в 1941 р. у СРСР (локальний афект — у межах ефірного покриття московського радіо), в середині 40-х рр. у Чилі, у 1948 р. в Еквадорі, сприймаються як трагікомічні епізоди історії і тлумачаться відчужено від конкретної практики сучасного телебачення й радіо, у межах кількох стереотипів, які внаслідок переписування з монографії у монографію стали своєрідними міфами наукової свідомості. Перетворилися, як сказав би Бодрійяр, на симулакр пізнання. Саме таке ставлення й призвело до драматичних подій у Грузії — вочевидь, не останніх у довгому переліку історії псевдоевристичних репортажів.

Перше, що спадає на думку кожному більш-менш обізаному з медіаісторією фахівцеві, який дізнався про грузинські події, — це очевидна подібність їх та радіопаніки, яка виникла внаслідок трансляції радіовистави Орсона Уеллса і Говарда Коха “Війна світів” (США, 1938), інсценізації однойменного роману британського письменника Герберта Уеллса. Усі соціологи, історики мас-медіа і практики медіагалузії, з якими доводилося спілкуватися автору розвідки, читали про цей випадок. Він описаний у підручниках з соціології та історії радіо.

Узагальнена картина, що вимальовується з них, проста і прозора: в “учнівську” добу радіомовлення, коли люди вірили всьому почутому з приймача, Американське радіо передало виставу, схожу на репортаж про вторгнення агресивних космічних прибульців. Суспільна атмосфера в Сполучених Штатах була наелектризована очікуванням світової війни. Люди, які пропустили початок програми з оголошенням про її фантастичний характер, піддалися масовій паніці. Нині, коли рівень довіри до ЗМК впав і гострота сприйняття ефірної продукції притупилася, вивчення даного феномену — неактуальне і в будь-кому разі є скоріше прерогативою істориків, ніж практи-

ків. (Знаковим є те, що сам Орсон Уеллс перед виходом програми в ефір боявся не масової паніки, а того, що сюжет його вистави виявиться неактуальним, застарілим: адже літературне джерело твору було написано ще у XIX ст. А одним з пояснень сучасної паніки в Грузії офіційно визнано те, що програму багато людей дивилися не від початку — а на початку був титр про її вигадану, фіктивну природу — зовсім як у ситуації з “Війною світів”).

Але варто повернутися до першоджерел і проаналізувати саму “Війну світів”, її текст (Уеллс [6]) і запис, який, на щастя, зберігся (“The Mercury Theatre on the Air” [7]), а також вивчити ефірний контекст програми, утворений іншими тогочасними американськими радіоп’єсами, щоб зрозуміти умовність такого тлумачення. Виявиться, що схожість “Війни світів” і репортажу з місця подій значно перебільшена. Упродовж 40 хвилин ефірного часу викладаються події кількох днів чи навіть тижнів, імітація прямих включень змінюється ретроспективною розповіддю, звукове оформлення має вочевидь штучну, “студійну” природу. До того ж її фонологічні параметри (насамперед, голоси акторів — радіозірок того часу), а також службова частина — позивні, заставки, музичні дикторські оголошення — були добре знайомі слухачам. Адже “Війна світів” була не першою, а сімнадцятою частиною радіосерії “Сі-Бі-Ес” представляє Орсона Уеллса і “Театр Меркурій”, надзвичайно на той час популярної. Звернення до результатів соціологічного дослідження наслідків трансляції “Війни світів”, здійсненого Х. Кентрілом та ін. на місці подій [8], а також до праць інших американських дослідників, що зверталися до проблеми [9], теж додасть питань, на які важко знайти відповідь у межах побутового тлумачення ситуації. З’ясується, що пересічні американці наприкінці 30-х рр. XX ст. звикли не тільки до радіо як такого, а й до радіовистав, у тому числі таких, які імітують реальність. Що повірили в достовірність програми навіть ті, хто мав професійне уявлення про природу радіомовлення. Що одностороннє тлумачення реакції на передачу як панічної некоректне й є підміною понять. Довіра до переданої інформації не завжди призводила до афективної реакції, зафіксовано випадки, коли люди діяли у ситуації, що сприймалася як екстремальна, цілком адекватно і відповідально. Так, астрофізики Принстонської обсерваторії не панікували, а навпаки, вирушили у напрямку ймовірного місця приземлення марсіан.

Аналіз відомостей про радіопаніки, які відбувалися в інших країнах, додасть нерозв’язаних питань. Виявиться, що окремі чинники (такі, як прослуховування радіопрограми не від початку), а також соціальні складники аудиторії, наявні в американській моделі афекту, не завжди відтворювалися в інших країнах. Але афективна реакція виникала.

Водночас у моделі впливу, яка була відтворена О. Уеллсом (він не є її автором, першими її впрова-

дили, і теж з катастрофічними наслідками, британці) і яку використав канал “Імеді”, є чітке наукове пояснення. Але шукати його слід не в теорії масової поведінки, а в особливостях нейрофізіології індивідуального сприйняття (Подкопаєв, Ліллі та ін.). Згадані дослідження чітко пояснюють нейрофізіологічний механізм дистанційного перетворення індивідуальної свідомості, але донедавна чомусь не використовувалися з метою наукового тлумачення медіаафектів. Тому перш ніж звернутися до них, доречно проаналізувати сучасні стереотипні уявлення щодо колективних афектів, спровокованих радіомовленням і телебаченням. Свідомо обмежимо перелік аналізованих джерел виключно добросовісними, високоякісними, навіть етапними для свого часу теоретичними розвідками та публікаціями практиків, ідеї яких з часом теж були введені в науковий обіг.

Риторичним питанням висловив думку про архаїчність відомостей щодо медіапаніки ветеран Всесоюзного радіо Б. Ляшенко: “...можливо, тоді перемогла звичайна магія радіо, до якої ми сьогодні звикли?” [10, 24]. Та насправді 1938 р. американці звикли й до радіо, і до радіовистав не меншою мірою, ніж ми сьогодні — до інтернету (перша радіоп’єса прозвучала в американському ефірі 1923 р.). До того ж, як згадувалося, жертвами інформаційної інвазії стали люди, що розуміли фізичну природу радіомовлення професійно і до панічної реакції не були схильні. І в будь-якому разі припущення про новизну й незвичність медіазасобу як причину афекту не може бути визнано коректним щодо сучасної Грузії.

Репортажна естетика вистави “Війна світів” підкреслюється у розвідках найавторитетнішого дослідника історії і теорії радіодрами — мистецтвознавця Т. Марченко. Твердження про стилістичну подібність “Війни світів” та репортажних програм цілком виправдано подається автором не як власна позиція, а як загальновизнана наукова думка, яку не слід брати під сумнів:

“Та можлива в радіодрамі і імітація, мистецька “підробка” документального репортажу. Започаткував її ще у двадцяті роки (курсив мій — І. Х.) Орсон Уеллс своєю радіовиставою про висадку марсіан на Землю. У зв’язку з цією передачею і з’явився у світовій літературі про радіо термін “псевдоевристичний репортаж” [11, 201].

Але визначення “псевдоевристичний репортаж” щодо даної передачі можна сприйняти лише умовно: як зазначалося, насправді лише окремі уривки її схожі на розповідь з місця подій. За структурою, шумовим і музичним оформленням, хронотопологічними особливостями — це типова радіовистава [1–5]. Та якщо з приводу впливу репортажної естетики на О. Уеллса можна сперечатися (ймовірно припущення, що вплив цей був не прямим, а опосередкованим — через наслідування іншому американському “вигаданому репор-

тажу”, радіодрамі “Падіння міста” А. Макліша, яка, до речі, ніякої паніки не спричинила), то інше твердження Т. Марченко щодо “Війни світів” не є предметом дискусій. У книжці “Радіотеатр: сторінки історії і деякі проблеми” вона двічі помилково називає рік трансляції програми: “1928 рік” (с. 36), “двадцяті роки” (с. 201). Але 1928 р. соціокультурний контекст у США був зовсім іншим, до світової війни було далеко, медіапаніки, що справді виникали в цей період у Великій Британії і США, були зумовлені експлуатацією інших стереотипів людської свідомості й суспільних очікувань, ніж передчуття війни.

Не схильна недооцінювати ймовірність сучасних медіапанік соціолог Г. Андреева. Більше того, вона є одним з небагатьох дослідників, яких не засліпила очевидна псевдодокументальність програми О. Уеллса, і яка наводить суттєві аргументи на користь того, що причини афективної реакції аудиторії у даному разі не можна шукати виключно в репортажній естетиці згаданої вистави:

“Зараження, що виникає під час панік, не можна недооцінювати, у тому числі в сучасних суспільствах. Широковідомий приклад виникнення масової паніки у США 30 жовтня 1938 р. після передачі, організованої радіокомпанією Ей-Бі-Сі за книгою Г. Уеллса «Війна світів». Маса радіослухачів найрізноманітніших вікових і освітніх прошарків (за офіційними даними близько 1 200 000 осіб) пережили стан, подібний до масового психозу, повіривши у вторгнення марсіан на Землю. Хоча багато хто з них точно знав, що радіо передає інсценізацію літературного твору (тричі це пояснювалося диктором), приблизно 400 тисяч осіб «особисто» засвідчили «виникнення марсіан». Це явище було спеціально проаналізовано американськими психологами” [12, 158].

Але цитований текст як ніщо інше ілюструє міфологізованість наукової свідомості щодо медіаафектів. Можна проігнорувати як несуттєве те, що “Війну світів” насправді транслювала радіокорпорація Сі-Бі-Ес, а не Ей-Бі-Сі (хоча якраз цей факт доводить істинність слів Г. Андреевої про обізнаність аудиторії щодо фіктивного характеру програми: на той час Сі-Бі-Ес підготувало вже 16 програм радіоциклу “Орсон Уеллс і театр «Меркурій» презентує”, позивні, музичне оформлення і голос самого Уеллса, залученого до всіх вистав, були слухачам каналу чудово відомі).

Та жодного пояснення в межах згаданого уривку не знаходить таке запитання: яким чином прослуховування “Війни світів” могло спровокувати масштабну паніку за принципом індукованого зараження, яке, за Г. Андреевою, виникає у людській масі? Хіба радіо слухають у натовпі? І прослуховування програми, і подальша втеча людей з місць вигаданої небезпеки відбувалися здебільшого індивідуально, на автомобілях, тобто в умовах відносної ізоляції від інших носіїв панічної реакції:

“Шосе штату Нью-Джерсі перетворилося на бійню” [6].

Шукаючи пояснення цієї невідповідності, автор на-трапив на розвідку дослідника психології масової пове-дінки, підручники якого використовувалися у практичній діяльності спецслужб, Акопа Назаретяна. Він теж звер-нув увагу на парадоксальну несхожість медіаафекту на паніку як таку (адже остання передбачає скупчення, наявність великої групи людей і навіть термінологічно походить від імені володаря стад Пана). За висновками Назаретяна, те, що називають помилково радіопанікою, насправді є масштабним, але не масовим афектом, що охоплює не масифікований соціум, а велику кількість відносно відчужених індивідуумів [12; 13].

З цього випливає, що фіктивно документальна природа “псевдоевристичних репортажів” є ваго-мою, але не визначальною складовою передач, які можуть спровокувати колективний афект унікальної природи: афект, зовні подібний до масової паніки, але насправді такий, що зароджується у немасифі-кованій сукупності індивідуальних свідомостей.

Що ж насправді відбулося у переддень Хеллоуїну 1938 р., коли Орсон Уеллс і Говард Кох вирішили перенести дію “Війни світів” з Лондона XIX ст. до недалекого майбутнього (дія “Війни світів” відбува-ється у 1939 р.) і до американського селища Гро-верс-Мілл? Чому жодна спроба епігонів Уеллса від-творити скандальний успіх його програми на телеба-ченні не мала масштабних суспільних наслідків — а телекомпанії “Імеді” це вдалося? Якщо відкинути емоції та абстрагуватися від моральних і політичних реалій сучасності, яке суто наукове тлумачення мож-на дати програмі, яка вийшла в грузинський теле-ефір і занурила націю у стан колективного психозу?

Узагальнюючи досвід вивчення прихованих інстру-ментів медіавпливу на індивідуума і загал, здійснений нау-ковцями, що об’єдналися навколо кафедри телебачення і радіомовлення ІЖ КНУ імені Тараса Шевченка (В. Фо-менка, канд. філол. наук І. Хоменка, канд. мед. наук А. Сісецького, канд. тех. наук А. Ревка), можна запро-понувати таку класифікацію телерадіопрограм, здатних спровокувати у споживача перетворений стан свідомості:

А. Медіазасоби, що ґрунтуються на високих техно-логіях. До них належить продукція, яка створюється за допомогою спеціального обладнання і комп’ютерних програм. Це матеріали, які вміщують сублімінальний контент, ритмічно синхронізовані з біоритмами мозку людини (ефект “brainwave synchronizer”) і т. п.

Б. Медіазасоби, що на високих технологіях не ґрунтуються, створюються шляхом поєднання тради-ційних вербальних, паравербальних і екстравербаль-них виразних можливостей телебачення і радіо, а сучасну техніку використовують з метою репродук-ції, ротації, поширення.

Кожну з двох груп можна розділити на дві під-групи.

1. Програми, від яких слухач або глядач чекає відповідного впливу. Це — численні сеанси телегіп-нозу або, наприклад, інтернет-контент, що презенту-ється як терапевтичний чи навчальний (“метод Ілони Давидової”).

2. Програми, що не позиціонуються як носії інструментів прихованого медіавпливу, такі, дія яких несподівана для споживача.

Ефективність медіазасобів категорії А сьогодні ви-кликає серйозні сумніви у науковців. До того ж саме з ними пов’язані найвідоміші фальсифікації резуль-татів досліджень і гучні скандали [3]. За даними ба-гатьох незалежних експертиз, об’єктивний вплив цієї продукції на споживача відсутній або незначний. Більше того, розрекламованих сублімінальних склад-ників (приховані медіаінструменти впливу) може вза-галі не бути в даній продукції. Апаратне дослідження й подальший комп’ютерний аналіз певної кількості освітніх програм з так званими “сублімінальними ефектами”, здійснені І. Хоменком та А. Ревком [5], не виявили ніяких прихованих сигналів у тих складових акустичного спектра, де вони могли б бути, і навіть довів відверто кустарне походження записів, які про-давалися як зразок новітніх високих технологій (ко-мутаційні клацання, притаманні низькоякісній анало-говій апаратурі звукозапису та ін.).

Подібна медіапродукція може вплинути на ауди-торію лише внаслідок експлуатації “ефекту плаце-бо”, і тому вплив цей залежить насамперед від рівня очікувань і уподобань аудиторії. Недооцінювати та-кий вплив не варто. Відьом не існує, але в суспіль-ній свідомості середньовіччя вони були, і це мало об’єктивні суспільні наслідки (вогнища інквізиції). Проте механізми впливу, що спрацювали 13 березня 2010 р. у Грузії, ніяк не залежали від бажання людей бачити й відчувати те, чого нема.

І “Війна світів”, і передача каналу “Імеді” нале-жать до категорії інструментів медіавпливу B2, тобто таких, що не вміщують сублімінальний контент, об’єктивно діють на особистість і загал та ефектив-ні незалежно від очікувань аудиторії.

Практично, ініційований грузинським телекана-лом механізм “радіопанік”, що відтворювався бага-то разів у різних країнах і щонайменше тричі — з кривавими жертвами, є чи не єдиним реальним ме-діазасобом, який варто було б визначити як інфор-маційну зброю миттєвої дії і дослідити в усіх аспек-тах його відтворення саме під таким кутом зору. Цьому заважає згадане вище “засліплення очевид-ності” — ілюзорна впевненість у тому, що єдина при-чина численних трагедій, пов’язаних з трансляцією “псевдоевристичних репортажів”, полягає в містифі-кації, в обмані аудиторії щодо фіктивної природи схожих на документальні програми вистав. Отже, розгляд її переноситься з наукової в моральну площину.

Водночас аналіз усіх обставин колективних медіаафектів ХХ–ХХІ ст., здійснений автором даної публікації, а також його багаторічний досвід практичної діяльності у медіа-галузі дає підстави стверджувати, що феномен, який дістав у спеціальній літературі назву “радіопаніка”, має нейрофізіологічне пояснення. І тому у випадках, коли квазідокументальна чи навіть реально документальна складова впливу наявна, а нейрофізіологічна складова не відтворюється, масовий афект не виникає.

Пригадаймо реакцію масової американської аудиторії на прямі ефірні трансляції подій 11 вересня. Тоді не паніка, спровокована телебаченням, а якраз навпаки, відсутність паніки спричинила людські жертви. Мов загіпнотизовані, люди у приреченому хмарочосі торговельного центру дивилися на монітори внутрішньої трансляції, спостерігали, як наближається до будинку літак з терористами. І це — попри очевидну долю іншої “вежі-близнюка”, яка вже лежала в руїнах. Мешканці Нью-Йорка, замість того, щоб залишити небезпечну зону, поспішали до місця вибухів — подивитися на рятувальні роботи. Стояли біля згарища, вдихали токсичний пил руїн, хоча ймовірність того, що на борту захоплених “Боїнгів” є біологічна, хімічна чи ядерна зброя, була значно реальнішою, ніж марсіанський десант.

Нині телеканали всього світу демонструють кадри землетрусу в Японії. Науковий аналіз ролі медіа у висвітленні цієї катастрофи — справа майбутнього. Але вже сьогодні зрозуміло, що японське телебачення, показуючи найжахливіші подробиці стихійного лиха без купюр — змиті цунамі житлові квартали, вир, що засмоктує океанські судна, вибух на атомній електростанції — не спровокувало жодного медіаафекту. Люди, які дають інтерв’ю з приводу катастрофи японським та іноземним телерадіостанціям, поводяться стримано і врівноважено. Розповідають про обставини лиха без сліз й істерик. І пояснити таку реакцію пересічних громадян Японії виключно східним менталітетом було б науковою помилкою.

Пояснення того, що казка про висадку з Марса налякала націю, яка згодом виграла світову війну, а демонстрація найжахливіших реалій, справжніх збудників паніки не налякала націю, що світову війну прогнала, не перебуває виключно у сфері кореляції дійсності і вигадки. Його пояснення слід шукати у сфері природної людської реакції на непередбачуване. Як зазначалося, нейропсихічні передумови її було досліджено наприкінці 20-х рр. минулого століття російським фізіологом М. Подкопаєвим [15]. Підтвердження його ідей засобами соціальних наук було знайдено у 1938 р. Х. Кентрілом [8]. Грунтовне пояснення відповідних механізмів людської реакції на несподіване відкрито у другій половині ХХ ст. американцем Дж. Ліллі [16; 17]. Не буде помилковим твердження, що окреслені інтелектуальні координати повною мірою відповідають психосоціальним

концепціям Д. Узнадзе. Залишається тільки дивуватися, чому визначений інтелектуальний апарат не було до сьогодні використано з метою визначення припустимого і неприпустимого в медіадіяльності.

Згідно з дослідженнями М. Подкопаєва, сприймаючи інформацію по аудіальному каналу, людський мозок працює в 6–10 разів інтенсивніше, ніж сприймаючи інформацію аудіовізуально. Завдяки цьому утворюється відомий ефект “ночі на цвинтарі”: незрозуміле ми інтерпретуємо як небезпечне.

Згідно з дослідженнями Кентріла, образи, створені шляхом трансляції акустичної інформації, утворюються завдяки вторинним асоціаціям. Тобто якщо ми ніколи не бачили океан — звук океанського прибою не буде ідентифікований нами як образ стихії. Та якщо у нашій свідомості наявний цілісний образ моря, то, розпізнавши звук хвиль, ми “домалюємо” образ океану краще, ніж якщо б його побачили.

Завершеності згадані дослідження набули в експериментальній діяльності Дж. Ліллі, який вивчав феномени сенсорної ізоляції, тобто поведінки людини в умовах комунікативної обмеженості. Дж. Ліллі довів, що, ізолювавши людину від звичних комунікативних каналів, ми стимулюємо її уяву створювати ілюзорну реальність.

Довершений звуковий образ може спричинити хворобливу ілюзію й спонукати до паніки не тільки тому, що він асоціюється з реальністю, а насамперед тому, що уява добудовує його до ментальної цілісності на підставі засвоєних раніше знань.

Саме тому, що не спрацював механізм утворення вторинних асоціацій, жодне з “псевдоевристичних повідомлень”, донедавна переданих у телевізійний ефір, паніки не спричинило. Про що б не розповідало телебачення, імітуючи реальність: про захоплення військової бази божевільним терористом, про біологічну небезпеку, про космічні катаклізми — афективна реакція не виникала. Люди бачили на екрані бліде відтворення того, що багато разів уже було показано у кримінальних драмах і фільмах катастроф. Комунікативний канал був не обмеженим, а переважаним непотрібною інформацією (“зайвими знаннями” за класифікацією Махлупа [18]). Злякатися такого телевізійного видовища було неможливо.

Феномен, створений телекомпанією “Імеді”, полягає в тому, що, використовуючи аудіовізуальний, а не акустичний (розрахований на утворення вторинних асоціацій) медіазасіб, вона стимулювала суто радійну реакцію на перебіг подій. У відеоряд програми було включено кадри недавньої війни, які добре запам’яталися глядачам, не викликали у них жодного сумніву, відповідали пережитому повною мірою. Ланцюг вторинних асоціацій спрацював не внаслідок обмеженості комунікативного каналу, а через відтворення сукупності індивідуальних переживань, що стали духовним досвідом кожного гру-

зина після відомої поразки у нікому не потрібному збройному зіткненні з Росією. Відроджені уявою індивідуальні враження минулого, стимульовані повторенням відеообразів пережитого колись жаху, а не репортажна стилістика як така, не імітація того, чого нема, не майстерність сценаристів і режисерів телебачення спонукали громадян Грузії залишати домівки й провокували інфаркти.

Отже, механізм виникнення медіапаники внаслідок трансляції псевдоевристичної телерадіо програми не є чимось містичним, несподіваним чи таким, що перебуває виключно в етичній царині “правди-неправди”. Він індукується механізмом відтворення вторинних асоціацій, порівняно легко відтворюється у країнах з розвинутою радіомовною аудиторією, але може бути реалізований і аудіовізуально – за умов наявності у свідомості глядачів стійкого патерну сприйняття демонстрованих обставин.

Чи існують ефективні механізми протидії подібній інформаційній інвазії?

Відповідь на це запитання досліджується у межах медіаекології, медіафілософії та медіапедагогіки [19].

Одне з можливих концептуальних розв’язань згаданої проблеми полягає в утворенні механізмів комунікативної діяльності, протилежних масифікації, тобто розвитку індивідуума до рівня сприйняття реальності, який унеможливить афективну реакцію на інформаційну інвазію [20].

За аналогією з раціональною психотерапією, що лікує, пояснюючи хворому причини його афективних реакцій на феномени буття, конкретний шлях подібної медіадіяльності можна назвати раціональною соціотерапією.

Ось конкретний приклад комунікативної продукції, орієнтований на запобігання медійним афектом і побудований за принципом раціоналізації ірраціонального сприйняття медіафеноменів (автори – В. Фоменко, І. Хоменко, режисер – В. Обручов, керівник проекту – А. Табаченко). Наведена драматична мініатюра вийшла в ефір НРКУ під назвою “Реальне шоу” (“Reality show”). Чи може подібна інформаційна діяльність мінімізувати ризик виникнення медійних афектів? Так, тому що вона сприятиме більш адекватному розумінню механізмів, які блокують в індивідуальній свідомості критичне сприйняття дійсності. І ні, тому що, за даними соціальних психологів, колективним афектам, паніці підвладні всі, навіть фахівці з психології мас. Так чи інакше, альтернативи просвітництву як засобу запобігання масифікації не існує.

Голос: У 1938 р. американська радіокорпорація Сі-Бі-Ес передала в ефір фантастичну виставу. Вона називалася “Війна світів” (уривок “Війни світів”).

Молодий драматург і режисер Орсон Уеллс зробив п’єсу про вторгнення марсіан схожою на реальний репортаж з місця подій. Надто схожою... (уривок

“Війни світів” – епізод знищення пересувної трансляційної станції Сі-Бі-Ес).

Голос 2: Мільйони людей повірили, що чують справжню трансляцію з поля бою. Вчинилася паніка. Як писали газети, “шоше штату Нью-Джерсі перетворилися на бійню”. (ефект – автомобільна катастрофа).

Голос: “Війна світів” була просто дурним жартом напередодні Хеллоуїну. Але прийом – коли гра перед мікрофоном видається за правду – спричинив трагедію не випадково. Тому що вигадали його не наївні митці, а професіонали політичної пропаганди.

Голос 2: Уперше подібний трюк використали у Великій Британії, під час так званого “Великого страйку”. Наймані актори вдавали перед мікрофонами Бі-Бі-Сі демонстрантів, представляючи їх як хуліганів і дебоширів. Ці репортажі – “підробки” звучали у першій третині ХХ ст.

Голос: Найбільше жертв було після провокаційної програми, створеної у лютому 1949 р. еквадорським “Радіо Кіто”. Тоді в ефірі теж пролунав вигаданий репортаж про бойові дії. Тисячі людей повірили, ніби столицю штурмують повстанці-марксисты, озброєні якимись “променями смерті”. Зрозумівши, що їх дурять, слухачі підпалили радіостанцію.

Голос 2: Яке відношення має цей сумний досвід до України? Послухайте уривки сучасного реального шоу. Воно знімалося на українській військовій базі. І транслювалося одним з українських телеканалів (уривок шоу “За склом-3”: “Голос: Короче, так... Ваше шоу отменяється... В казарму нікто не войдѐт, пока вы справедливость не восстановите! Ясно?

Голоси: Коржов сошел с ума! А можно выключить... Я не понимаю, что происходит... Господи... Что это такое... (затвор, постріл). Ложись, ложись, ложись...

Репортер: Здравствуйте! Это полигон “Десна” под Киевом. Шоу “За стеклом – теперь ты в армии”. Вчера во время прямой трансляции ток-шоу “За стеклом” произошло чрезвычайное происшествие. Инструктор Коржов, не согласный с оценками, выставленными украинской команде, захватил казарму, требуя пересмотра результатов голосования. Обстановка напряженная. Поведение вооруженного инструктора Коржова вызывает опасения...

– Иван...

– Лучше не заходи, завалю, блин... (постріл)."

Голос: Насправді ніякого “надзвичайного випадку” не було. Та – як стверджує преса – навіть Міністерство оборони було введено в оману цією імітацією документальної програми.

Голос 2: Фальсифікована їжа. Фальсифіковані ліки. Фальсифіковані результати виборів. На жаль, це – не повний перелік підробок, що загрожують нам. Сама реальність сьогодні часто-густо стає об’єктом фальсифікації. Є лише один спосіб не стати жертвою подібних речей. Бути уважним і обережним. Пам’ятаймо. Українське радіо.

Таким чином, на підставі аналізу обставин, причин і наслідків медіапаники, спричиненої телепрограмою каналу “Імеді” 13 вересня 2010 р., можна стверджувати, що вперше в історії людства грузинським телевізійникам вдалося стимулювати до-

бре відомі науковцям механізми акустичного сприйняття дійсності за допомогою аудіовізуального контенту. Що небезпека подібного використання комунікативних засобів була науково обґрунтована в процесі профільних досліджень кафедри телебачення і радіомовлення ІЖ КНУ за дев'ять років до виходу в ефір скандальної програми телекомпанії "Імеді". Що у межах окреслених досліджень було запропоновано механізм запобігання ймовірним медіапанікам. І що згадана тема вимагає подальших мультидисциплінарних досліджень.

1. Хоменко І. Оригінальна радіодрама: історія, теорія, практика [навч. посіб. ; за ред. В. Я. Миронченка] / І. А. Хоменко. — К. : Нац. ун-т імені Тараса Шевченка. — К., 2002. — 320 с.

2. Хоменко І. Псевдоевристичні форми авізуального і аудіовізуального мистецтва: проблема впливу на аудиторію / І. Хоменко // Вісн. Чернігів. держ. пед. ун-ту. — 2003. — Вип. 21. — С. 181—185.

3. Хоменко І. А. Дослідження чинників прихованого впливу в медіаконтенті: методики, програмне забезпечення, апаратура / І. А. Хоменко // Актуальні питання масової комунікації. — 2007. — Вип. 8. — С. 54—59.

4. Хоменко І. Художньо-документальна програма ("feature") з точки зору інформаційної безпеки / І. А. Хоменко, В. І. Фоменко // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — Симферополь, 2005. — Т. 18 (57). — № 3. — С. 37—42.

5. Ревко А. Семантична складова сублімінального впливу: спроба комп'ютерного дослідження «прихованого контенту» аудіопродукції / А. Ревко, І. Хоменко // Стиль і текст. — 2007. — Вип. 8. — С. 174—183.

6. Cantril H. The Invasion from Mars : A Study in the Psychology of Panic / Hadley Cantril. — Transaction Publishers ; U. S., 2005. — 256 p. — [Illustrations].

7. Докторов Б. Хэдли Кэнтрил — поллстер американских президентов [Электронный ресурс] / Б. Докто-

ров // Социальная реальность. — 2006. — № 2. — Режим доступа : <http://socreal.fom.ru/>.

8. Ляшенко Б. П. Радио без тайн: рассказ неизвестного диктора / Б. П. Ляшенко. — М. : Искусство. — 1991. — 223 с.

9. Марченко Т. А. Радиотеатр: страницы истории и некоторые проблемы / Т. А. Марченко. — М. : Искусство, 1970. — 221 с.

10. Андреева Г. М. Социальная психология : учебник / Г. М. Андреева. — [2-е изд., доп. и перераб.] — М. : МГУ, 1988. — 432 с.

11. Уэллс О. Война миров: радиопостановка / О. Уэллс // Уэллс об Уэллсе ; пер. с англ. — М. : Радуга, 1990. — С. 268—283.

12. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи [Электронный ресурс] / А. П. Назаретян. — Режим доступа : http://evartist.narod.ru/text11/30.htm#_top.

13. Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения / А. П. Назаретян [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.ergeal.ru/txt/archive/psy/book4/index.htm>.

14. Подкопаев Н. Радиопередача с точки зрения физиологии / Н. Подкопаев // Радиослушатель. — 1930. — № 18. — С. 3—14.

15. Лилли Дж. Программирование и метапрограммирование человеческого биокомпьютера Рам Дасс. Это только танец / Джон Лилли [пер. с англ.]. — К. : "София", Ltd., 1994. — 320 с.

16. Лилли Дж. Центр Циклона / Джон Лилли. Центр циклона. Рам Дасс. Зерно на мельницу; [пер. с англ.]. — К. : "София", Ltd., 1993. — 320 с.

17. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп; [пер. с англ.]. — М. : Прогресс. — 1966. — 463 с.

18. Коновець О. Ф. Медіаосвіта та формування інноваційного середовища в навчальних закладах / О. Ф. Коновець // Актуальні питання масової комунікації. — 2007. — Вип. 8. — С. 31—33.

19. Різун В. В. Маси : тексти лекцій / В. В. Різун. — К. : ВПЦ "Київський університет", 2003. — 118 с.

