УДК 159.9.07

Гумеров Д.С.
студент – студент магистратуры
2 курс, факультет психологии
БГПУ им. М. Акмуллы
Россия, г. Уфа

ЛЕГАЛИЗАЦИЯ НЕМЫСЛИМОЙ ИДЕИ С ПОМОЩЬЮ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ. ОКНО ОВЕРТОНА

Аннотация: *статья посвящена рассмотрению такого способа влияния на психику человека, как Окно Овертона. Будет рассмотрен гипотетический пример.*

Ключевые слова: *психология, психология влияния, влияние СМИ на психику, Окно Овертона, Джозеф Овертон, деградация.*

Annotation*: the article is devoted to the consideration of such a method of influence on the human psyche as the Overton Window. A hypothetical example will be considered.*

Keywords*: psychology, psychology of influence, media influence on the psyche, Overton Window, Joseph Overton, degradation.*

Влияние СМИ на психику человека.

Окружающая нас реальность неустанно и кропотливо систематизируется мозгом: новые знания и навыки, новая информация и новые события включаются либо в уже созданные ранее структуры опыта, либо образуют новые. С самого момента рождения мы начинаем собирать и обрабатывать поступающую сенсорную информацию. С начала её деление очень примитивно – на приятное и не приятное, но по мере «роста» информация может принимать различные значения (например: положительная и отрицательная).

СМИ освещают различные актуальные общественные проблемы и тем самым влияют на мнение и поведение людей, как в обществе, так и

индивидуально. К техническому инструментарию СМИ относятся пресса, радио, телевидение, а в последнее время интернет и реклама. В последние десятилетия средства коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео-экранных и кабельных текстов), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассет, дискет, дисков, принтеров). Но наиболее массовое и сильное влияние на общество оказывают аудиовизуальные СМИ: радио и телевидение, интернет и реклама.

В современных условиях доступ к СМИ - это необходимое условие формирования влияния и насаждения идей. СМИ - это своего рода корни, с помощью которых получает жизненные силы любая организация. Активная роль СМИ связана с их влиянием на различные этапы и стороны информационного процесса в обществе, но поток информации в современном мире настолько разнообразен и противоречив, что самостоятельно разобраться в нем не в состоянии ни отдельный человек, ни даже группа специалистов. [1, с. 35]

Рассмотрим в данной статье один из приемов воздействия на психику людей, влияние на формирование тех или иных ценностей и концепций, инструмент асоциализации и уничтожения. Данный прием был описан Джозефом Овертоном в середине 90-х годов прошлого века. Он предложил идею рассмотрения степени допустимости любого явления с точки зрения общественного мнения — «окно Овертона».

Книги американского социолога Джозефа Овертона показывают и раскрывают тонкие психоманипулятивные технологии, – в частности, обозначают техники сознательной манипуляции рамками общественной дискуссии. «Окна Овертона» (Overton window) является концепцией о наличии рамок допустимого спектра мнений в публичных высказываниях с точки зрения общественной морали. В этом смысле можно говорить об «окне

дискурса». Согласно модели Овертона, в жизни конкретного общества в каждый момент времени некоторые идеи составляют действующую в общественном сознании норму (точка отсчета). Остальные идеи либо входят в диапазон допустимых, либо нет.

Овертон описал процесс изменения отношения общественного сознания к традиционно неприемлемым для него, отторгаемым идеям и социальным представления. Эти идеи под воздействием определенной психотехнологии становятся не только приемлемыми, но в итоге законодательно закрепленными.

Овертон утверждает, что в обществе существует некое «окно возможностей» в признании чего-то: от немыслимого, полностью отвергаемого, совершенно чуждого общественной морали, через статус радикального, далее приемлемого, разумного – до принятого массовым сознанием. Иными словами, некие идеи, представления, проблемы могут обсуждаться, публично поддерживаться, пропагандироваться или нет. Организованные информационно-психологические воздействия вызывают динамику в общественном мнении. И, как результат данной психоманипуляции, в обществе начинает обсуждаться нечто ранее неприемлемое для его членов. Затем люди начинают считать это уместным и в итоге смиряются, перестав видеть проблему. [2, с. 6]

Если посмотреть на различные культурные, религиозные, этнические и общественные ценности, то можно прийти к выводу, что понятия нормальности и ненормальности весьма условны. То, что является нормой в одной стране, вполне может быть едва ли не преступлением в другой. К примеру, употребление алкоголя в нашей стране считается допустимым, а в странах, где образ жизни регулируется нормами шариата, такое поведение иначе как безумие не воспринимается. И таких примеров можно найти десятки, сотни. Почему так происходит? Почему понятие нормы не едино для всех живущих на земле? Это и описывает так называемое окно Овертона,

которое даёт понимание того, как развивается та или иная тенденция в обществе.

Окно Овертона — это степень восприятия обществом тех или иных явлений. К примеру, если сказать, что в нашей стране людоедство является нормой, то окружающие покрутят пальцем у виска или промолчат, сделав соответствующие выводы. Это значит, что степень восприятия данного явления по окну Овертона находится на уровне «немыслимо». Однако, как известно, в Африке до сих пор есть племена, которые успешно это, если можно так выразиться, тип питания практикуют. И если там озвучить идею съесть человека, то она будет принята радостными возгласами. То есть, в этом обществе такой тип питания находится на уровне «действующая норма». Это базовый принцип оценки любого явления по окну Овертона. [3]

Таким образом, речь пойдет о том, что с помощью данного инструмента можно склонить настрой и отношение людей к чему-либо в любую сторону, будь то восприятие и передача некого позитивного элемента социально-психологической сферы, либо же наоборот, как это чаще и происходит, продвинуть, насадить и легализовать нечто неприемлемое обществом, нечто аморальное и недопустимое ранее.

В сети имеются примеры легализации каннибализма, гомосексуализма и прочего предлагаю рассмотреть пример насаждения и легализации зоофилии в обществе. С моей точки зрения максимально отвратительного явления.

И так, чтобы идея прошла от своего зарождения до ума «жертвы», она должна пережить 6 этапов, так называемых окон Овертона:

1. Немыслимо
2. Радикально
3. Приемлемо
4. Разумно
5. Популярно
6. Нормально

Раз мы можем позволить себе предметно говорить о зоофилии, значит Окно Овертона уже работает, и мы как-бы еще можем остаться в рамках научной респектабельности.

Первый и второй этапы – переход от «Немыслимо» к «Радикально».

Это явление все еще немыслимо и неприемлемо в обществе, СМИ несмело затрагивают эту тему в своих репортажах как нечто постыдное, запретное, аморальное. Дабы дать движение Окну Овертона, необходимо перевести данную тематику из разряда «немыслимо» к разряду «радикально». Ведь у нас свобода слова и мы можем обсуждать все, что посчитаем нужным, особенно если обсуждение будет проходить в научном ключе. Таким образом, необходимо собрать научную конференцию и обсудить это отклонение, найти его причины, историю и получить факт авторитетного научного высказывания о зоофилии.

Параллельно можно запустить в сеть информацию о неком «Обществе радикальных зоофилов», пытающихся отстоять право на принятие их в обществе, и более того, право на регистрацию брака с животными. Ужасный клоун создан, который будет периодически будоражить своей аморальностью умы общества.

Далее можно будет публиковать статьи на тему того, что думают о зоофилии британские ученые. Таким образом тема «разблокирована», переходит из области табу в область обсуждения.

Появляются на разных ресурсах ужасные видео с участием известных лиц в содомии с животными.

И так, запрет на обсуждение снят, но зоофилия все еще отвергается обществом. В СМИ все чаще всплывают репортажи об этом, собираются по этому поводу разные околонаучные сообщества.

Далее в телевизоре всплывают прецеденты, как например «Мужчина выжил и не сошел с ума на необитаемом острове лишь благодаря горной козе, которая была ему единственным другом и любовницей на протяжении пяти лет»

Искажаются и цитируются фразы о (не)допустимости подобного из разных религиозных писаний. Размывается понятие «любви к ближнему».

Происходит постепенная подмена понятий «секс с животными» на «любовь к животным».

Людям навязывается понятие «Возлюби питомца своего», в рекламе корма для собак появляются короткие кадры «безобидных» поцелуев со своими домашними любимцами намекающие на допустимость влечения к ним. Термин «зоофилия» и «скотоложество» заменяется на более звучный термин, типа «анимасторгия», что будет намекать на любовь-нежность, семейную любовь к животным (сторге – древние греки так называли семейную любовь) или «эроанималия», что будет обозначать романтическую любовь к животным.

У каждого уважающего себя общественного деятеля на данном этапе должно быть свое мнение на этот счет. Пока еще не обязательно положительное, но владеть темой он обязан.

Третий этап – приемлемо.

Тема содомии с животными выводится на приемлемый уровень, постоянные обсуждения в СМИ уже не вызывают рвотные рефлексы.

В новостях показывают вопиющие случаи притеснения зоофилов, с целью вызвать жалость к ним, сочувствие, а может и симпатию. Все чаще мелькают репортажи о том, что группа «маргиналов» жестоко избила мирных эроанималистов в зоомагазине, а «умеренные анимасторги» собираются на митинг.

Здравомыслящие противники всего этого выставляются в дурном свете, как не толерантное, несовременное отсталое от передового общества быдло.

Этап четвертый – разумно.

«А почему бы и не возлежать со своим питомцем, если это не приносит вреда и в принципе нормально?»

Четвертый этап концепции «Окно Овертона» приводит население к восприятию разумности идеи зоофилии. В принципе, если не злоупотреблять этим делом, то оно вполне допустимо в реальной жизни. Развлекательные телепрограммы придумывают забавные сюжеты, связанные с зоофилией. Люди смеются над этим, как над чем-то обыденным, хотя и немного странным.

Солидные представители общества разбивают тему на недопустимые, приемлемые и вполне разумные элементы. Обсуждается процесс узаконивания брака с животными.

Этап пятый – стандартно.

Окно Овертона достигло апогея и практически достигло своей цели.

Осуществляется переход от разумности зоофилии к обыденному стандарту, в сознание людей насаждается мысль о том, что это является острой проблемой.

Несомненно необходимо быть толерантным к данному вопросу в современном обществе, тем более все это подкреплено научными доводами.

Происходит «окультуривание» данной идеи, переснимается фильм «Бетховен» с искаженным в известную сторону смыслом, снимаются новые фильмы о всесторонней «любви» к животным.

В СМИ данная тема выходит на первый план, ее берут в оборот общественные деятели, депутаты и прочие.

Выходят сюжеты передачи «Жить здорово» и подобных о пользе зоофилии для психического и физического здоровья человека, приводятся повышенные статистические показатели счастья у зоофилов в сравнении с остальными людьми.

Шестой этап – норма, политическая норма.

На заключительном этапе вводится свод законов в защиту прав зоофилов, выпускается закон о легализации браков с животными. Здравый смысл проиграл. Всех, кто против – жестоко карают, они становятся человеко- и животноненавистниками, людьми низкого умственного развития. Создаются общества в защиту этого меньшинтва.

Вступает в силу фраза Маяковского: «Голос единицы тоньше писка». Уже никто, даже религиозные люди не находят в себе силы противостоять подкрепленному законом безумию. Отныне секс человека с животным, а то и их законный брак – это политическая, действующая норма жизни.

Психология Окна Овертона

С точки зрения психологии, сдвиг окна возможностей – это навязанный извне способ, который успешно устраняет когнитивный диссонанс – состояния психического дискомфорта из-за несоответствия между двумя установками сознания или между двумя конфликтующими представлениями. В данном случае когнитивный диссонанс возникает по причине разрушения культурных обычаев общества, на которых были сформированы представления индивида. Устранение внутреннего

дискомфорта и происходит через постепенное оправдание и дозволение ранее запретного, введение его в культурный обычай. [5]

Я бы описал основные рычаги давления на человека таким образом:

1. Толерантность.
2. Эвфемизм.
3. Принадлежность к стае.
4. Иллюзия авторитета.
5. Законно — значит правильно.

«Окна Овертона» основываются на базовых потребностях человека, которые в пирамиде Маслоу занимают места со 2 по 4 ступень:

1. Физиологические потребности: голод, жажда, половое влечение и т. д.
2. Потребность в безопасности: чувство уверенности, избавление от страха и неудач.
3. Потребность в принадлежности и любви.
4. Потребность в уважении: достижение успеха, одобрение, признание.
5. Познавательные потребности: знать, уметь, исследовать.
6. Эстетические потребности: гармония, порядок, красота.
7. Потребность в самоактуализации: реализация своих целей, способностей, развитие собственной личности.

В связи с тем, что потребности со 2 по 4 практически никогда не удовлетворяются в полной мере и навсегда, они с легкостью становятся объектом манипуляции в адрес практически любого человека.

Толерантность, как возможность ввести любые, даже самые отвратительные мнения в обиход. Самое интересное, что в описание

толерантности (Википедия) кроме терпимости есть и еще одно определение — добровольное перенесение страданий.

Именно это определение подходит к тем людям, которые готовы мириться с противоположными им взглядами, точнее навязывание им этих взглядов, как их собственных. Именно потребность в принадлежности и уважении заставляет нас отказываться от своих взглядов, опасаясь вызвать агрессию и недовольство у оппонента. [4]

Бороться с таким коварным и действенным оружием нам необходимо, в первую очередь, с помощью осознанности. Осознанность, критическое мышление и фильтрация поступающей информации – наше основное оружие самообороны против насаждения идей извне.

Использованные источники:

1 . Ценев В. Психология рекламы. /Издательство: МедиаКнига, 2009 г. стр.122-12.

2. Гостев А. Глобальная психоманипуляция. Психологические и духовно-нравственные аспекты /Издательство: Литагент Когито-центр, 2017 г. стр. 6.

3. Статья «Окно Овертона. О чем это?» [Электронный ресурс] URL: https://www.oum.ru/?bookmark=BRV85MDg5MF9wXzRfMF8w0

4. «Библиотека невероятных фактов». Статья Что такое Окно Овертона – теория разрушения и ее примеры [Электронный ресурс] URL: https://detibib-nevelsk.ru/top/chto-takoe-okno-overtona-teoriya-razrusheniya-i-ee-primery.html

5. Стрельная М. Окно Овертона или эволюция деградации [Электронный ресурс] URL: https://www.proza.ru/2014/04/04/2133