

Секция «Основы конституционного строя, конституционный статус личности и конституционное правосудие»

Гарантии реализации права на неприкосновенность сознания

Романенко Дмитрий Игоревич

Студент (бакалавр)

Академия Генеральной прокуратуры Российской Федерации, Москва, Россия

E-mail: romanenko_d.i@mail.ru

Согласно статье 22 Основного закона нашего государства каждый человек имеет право на свободу и личную неприкосновенность. Право на личную неприкосновенность необходимо рассматривать как конституционную гарантию двух форм неприкосновенности - телесной и психической.

Информационно-психологические воздействия скрытого типа направлены на прямую манипуляцию сознанием человека через его подсознание, путем применения скрытых психотехнологий, когда субъект воздействия не осознает факт самого воздействия [2].

Нарушение психической неприкосновенности может проявляться в принудительном воздействии нефизического характера на сознание человека путем гипноза и специфических приемов психического характера.

Согласно статистическим данным метод гипнорепродукции события или иначе - следственный гипноз в 70% помогает получить ранее неизвестную информацию.

В 1991 году Генеральная Ассамблея ООН приняла «Принципы защиты психически больных лиц и улучшения психиатрической помощи», которые закрепили положение о том, что каждый пациент пользуется защитой от нанесения вреда его здоровью, включая действия, причиняющие психические страдания или физический дискомфорт [3].

Согласно Закону Российской Федерации «О психиатрической помощи и гарантиях прав граждан при ее оказании», все лица, страдающие психическими расстройствами, при оказании им психиатрической помощи имеют право на предварительное согласие и отказ на любой стадии от использования в качестве объекта испытаний научных исследований [4].

С развитием информационных технологий увеличивается совокупность приемов и способов влияния на сознание человека. В 60-х - 70-х годах XX века было разработано совершенно новое направление в психотерапии и практической психологии, которое основывается на технике копирования вербального и невербального поведения людей, добившихся успеха в какой-либо области, и наборе связей между формами речи, движением глаз, тела и памятью, которое получило название нейролингвистическое программирование, основу которого составляет воздействие на мозг и нервную систему.

Особую популярность получил метод «подпороговой (ниже порога осознанного восприятия) коммуникации» - «subliminal communication». Сущность метода заключается в звукозаписи сообщения для подсознания, чаще всего выраженное в форме положительного утверждения от первого лица, которое записывается на тихой громкости на фоне звуков природы. Данная технология способствует управлению вниманием и эмоциями потребителей, что влияет на психику человека [1].

Статистические данные указывают на увеличение тенденции использования в радио-, теле-, видео, аудио- и кинопродукции скрытой рекламы, оказывающей определенное воздействие на восприятие потребителей, которое зачастую является негативным.

Следующей методикой воздействия на сознание человека посредством вставки в видеоряд на одном из кадров или между кадрами скрытой рекламы является использование сублиминальной рекламы - 25-го кадра.

Человек воспринимает информацию со скоростью 24 кадра в секунду. Иностраный кадр, показываемый менее чем на 1/24 секунды, минуя сознание, воздействует сразу на подсознание. Эксперимент показал, что у людей 97% психической деятельности протекает на уровне подсознания и только 3% на осознаваемом уровне. Эксперты Всероссийского научно-исследовательского института телевидения и радиовещания (ВНИИТР, г. Москва) утверждают, что использование однокадровой вставки является стандартной методикой психологического воздействия. Специалисты считают, что 25-й кадр не является скрытым в действительности, каждый кадр улавливается глазом наблюдателя, но не выделяется наряду с другими кадрами из-за инертности зрения. Учеными было доказано, что данную методику можно использовать не только на телевидении, но и на фотографиях и рекламных объявлениях.

Согласно п. 9 ст. 5 Федерального закона Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не допускается использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции распространение скрытой рекламы, оказывающей не осознаваемое воздействие на сознание потребителей, в том числе такое воздействие путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами [5].

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации закрепляет противоправное применение специальных средств воздействия на индивидуальное, групповое и общественное сознание как одну из видов угроз информационной безопасности [6].

Таким образом, несмотря на конституционное закрепление неприкосновенности личности, необходимо расширение нормы права, в которой было бы конкретизировано право на неприкосновенность сознания, детально изложены запреты, связанные с ним.

В связи с тем, что психика - зона повышенного риска, требующая особой правовой защиты, а также ввиду отсутствия легального определения понятия «неприкосновенность сознания как одна из форм неприкосновенности личности», в статью 22 Конституции Российской Федерации предлагается внести следующие изменения: часть 1 изложить в следующей редакции: "1. Каждый имеет право на свободу и личную неприкосновенность. В Российской Федерации признаются и защищаются равным образом психическая и физическая неприкосновенность."; дополнить частью 3 следующего содержания: "3. Неприкосновенность сознания - одна из форм неприкосновенности личности, выражающаяся в недопустимости влияния на состояние психической жизни человека. "

Источники и литература

- 1) Патрушев А. «О технологиях воздействия на подсознание». // Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.b17.ru/blog/subliminal_supraliminal/
- 2) Прокофьев В.Ф. Объект атаки — психика и сознание человека. [Электронный ресурс] // — М., 2007. — URL: <http://bre.ru/security/9078.html>
- 3) Принципы защиты психически больных лиц и улучшения психиатрической помощи. [Электронный ресурс] — URL: <http://base.garant.ru/2565323/>
- 4) Закон РФ от 02.07.1992 N 3185-1 (ред. от 28.11.2015) «О психиатрической помощи и гарантиях прав граждан при ее оказании». [Электронный ресурс] — URL: <http://base.garant.ru/10136860/>
- 5) Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015). [Электронный ресурс] — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

- 6) «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» (утв. Президентом РФ 09.09.2000 N Пр-1895). [Электронный ресурс] — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/