

## **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ**

Сьогодні стає все більш очевидним, що інформація є реальним і водночас прихованим потужним фактором впливу на психіку і поведінку індивідів, малих і великих соціальних спільнот. Важлива особливість інформаційно-психологічних впливів полягає у тому, що вони можуть не помічатися й не усвідомлюватися самим індивідом. Цікаве порівняння у зв'язку з цим наводить О. Лещинська, яка згадує про доволі цікаве явище у біології як «жаба в окропі». Якщо жабу поступово нагрівати, то вона може дійти до кипіння, не виявляючи ознак страху і тривоги [3]. Порухення принципу екології у використанні інформації можуть призводити й призводять до серйозних руйнувань психічного й фізичного здоров'я (особливо емоційно-почуттєвої сфери особистості), десоціалізації особистості й втраті нею адекватності відбиття світу у свідомості, її перехід у поствіртуальний формат, розмивання культурних та правових норм поведінки, зрушення в цінностях, життєвих позиціях, орієнтирах, світогляді. Саме такі впливи протягом багатьох років, по перше, формують морально-психологічну атмосферу в окремих верствах суспільства, в окремих територіальних громадах; по друге, підживлюють кримінальне середовище; по третє, спричинюють важливі рішення людини, мотивують, визначають світосприйняття і ставлення; по четверте, впливають на комунікацію, спонукають до конфлікту інтересів, очікувань й домагань між особистістю й суспільством.

Застосування сучасних інформаційно-психологічних технологій і способів маніпулювання масовою свідомістю здійснюється повсякденно при використанні системи масового інформування й поширення дезінформації, які порушують суспільну стабільність, у рекламній сфері; у пропаганді чи агітації, що збуджують соціальну, расову, гендерну,

національну чи релігійну ворожнечу; у діяльності різних деструктивних організацій, що пропагують насильство і жорстокість; в інтерактивній медіакомунікації, чії можливі віддалені ефекти й наслідки ще належить узагальнити на рівні наукового аналізу. При цьому спостерігається випереджальний розвиток форм і технологій впливу на свідомість та підсвідомість, психологію й психічний стан людини в порівнянні з організацією протидії негативним психологічним впливам, інформаційно-психологічним захистом особистості й суспільства в цілому.

На небезпеку інформаційно-психологічних впливів звертають увагу чимало вітчизняних вчених. Так, у працях О. Лещинської, В. Лепського, О.Петрунько, О. Проніної наголошується, що від якості інформації залежить фізичне і психічне здоров'я людини. Т. Возняк, М. Присяжнюк, В.Крисько, С. Лямець, Є. Солонина аналізують можливості використання інформаційно-психологічних технологій в інформаційних війнах. Ю.Бабенко, М. Варій, В. Остроухов, М. Присяжнюк, В. Петрик та ін. також вивчають інформаційні технології у дискурсі інформаційної безпеки.

Інформаційно-психологічний вплив здійснюється, загалом, на емоційну сферу людини на основі некритичного сприйняття нею інформації. Телевізійні повідомлення й інші медіамеседжі ґрунтуються не стільки на інформації, скільки на емоціях і образах. Що емоційніше повідомлення, як зазначає О. Петрунько, то імовірніше, що воно потрапить до несвідомої пам'яті людини, і тим воно дієвіше [5]. Це такий вплив на індивідуальну або масову свідомість, що викликає зміну поглядів, думок, стосунків, ціннісних орієнтацій, мотивів, стереотипів особистості з метою вплинути на її діяльність і поведінку. Кінцевою його метою є досягнення певної реакції, поведінки особистості, яка відповідає цілям психологічного впливу. При цьому процес сприйняття інформації доволі специфічний: у ньому функціонують тільки довільне сприйняття й запам'ятовування, мисленнєві процеси виражені слабо, характеризується різко зниженим

рівнем усвідомлення змісту впливу. Осмислення інформації відбувається пізніше, при вищій пізнавальній активності індивіда.

Серед способів інформаційно-психологічного впливу В. Крисько виокремлює психогенний, нейролінгвістичний, психокорекційний, психотронний та психотропний [2]. О. Лещинська виокремлює також чутки, емоційне придушення та залякування. Б. Потятников та П. Фролов серед таких виділяють симулякри (штучно створені прецеденти). Л.Найдьонова – створення нової віртуальної реальності та її «вторинне» існування у масовій свідомості, що, на думку вченої, є поствіртуальним станом масової свідомості [4]. До інформаційно-психологічних впливів на масову свідомість відносимо також масове зараження, масову сугестію, масову маніпуляцію, породження і функціонування міфів.

Інформаційно-психологічний вплив здійснюється у два етапи. Спочатку створюється атмосфера довіри між комунікаторами. Для цього комунікант формує імідж особливо обізнаної про події особи, що має доступ до різних, в тому числі й таємних джерел інформації; зосереджує увагу аудиторії на тих фактах, які замовчуються офіційними джерелами; передає достовірні дані, точність яких можна легко перевірити; детально висвітлює ті факти, які становлять інтерес; створює імідж об'єктивного й незалежного, можливо й альтернативного джерела інформації; виявляє динамічність у пошуках і поданні даних; демонструє безсторонність і толерантне ставлення до різних точок зору, справедливість в оцінці й коментарях; подає різні точки зору на суперечливі питання; виявляє зацікавленість до проблем аудиторії і бажання допомогти [6].

Далі, на основі довіри, впроваджується у свідомість людей необхідна інформація за допомогою методів і технологій, зручних для досягнення цілей комуніканта. Довірлива людина – це доступна мішень для масифікаторів. Питання лише в тому, хто і як скористається довірою. Професійні засади масового спілкування однакові для всіх фахівців, але

дотримання їх не гарантує забезпечення порядності й чесності з боку професійного комуніканта стосовно своєї аудиторії. Гарантом може виступати тільки совість фахівця й дотримання ним професійної етики [6]. На думку П. Бурд'є, журналісти бачать світ крізь «особливі окуляри» і відповідно до цього бачення відбирають факти та конструюють дійсність, в яку постійно втягують цільову аудиторію [1].

Підсумовуючи зазначимо, що інформаційне середовище загалом забезпечує індивідуальний і суспільний прогрес. Однак його висока маніпулятивна спроможність дає підстави стверджувати, що воно здатне чинити й чинить явний і прихований психологічний тиск на тих, хто потрапляє у його сферу впливу, й активізує руйнування окремих структур масової свідомості.

#### Список використаних джерел

1. Бурдье П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. 159 с.
2. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / Под. ред. А.Е. Тараса. Минск: Харвест, 1999. 448 с.
3. Ліщинська О. А. Інформаційно-психологічна безпека: концепція соціокультурного імунітету. Монографія. Івано-Франківськ: фоп Кузів Б.П., 2013. 144 с.
4. Найдьонова Л. А. Медіабезпорадність як ресурсна дезорієнтованість у поствіртуальному світі // Людина у світі інформації: Матерали наукового семінару «Соціально-психологічні проблеми медіаосвіти: від медіабезпорадності до медіазалежності» К., 2008. С. 9-12.
5. Петрунько О. В. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі: монографія. Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2011 480 с.
6. Різун В. Маси. К. ВПЦ «Київський університет». 2003. 118 с.