

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЗМІ НА ПСИХІКУ ЛЮДИНИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

The article analyzes the psychological features of the media influence on the human psyche in the information warfare conditions. Attention is paid to the characteristics of the types of manipulation of human consciousness and behavior. The importance of creating conditions for human information security during martial law is substantiated.

Війна інформації на сьогодні стала одним з найнебезпечніших видів зброї. Користуватися компроматами, виливанням бруду, підкиданням неправдивої інформації, намагання за допомогою інформації ввести в оману стало для багатьох сенсом життя.

Зважаючи на роль інформації у сучасному світі, американський дослідник Маклюєн виводить цікаву тезу, яка звучить так: «Істинно тотальна війна - це війна за допомогою інформації».

Мета інформаційної війни - послабити моральні і матеріальні сили супротивника або конкурента та посилити власні. Вона передбачає заходи пропагандистського впливу на свідомість людини в ідеологічній та емоційній галузях.

Очевидно, що інформаційна війна - складова частина ідеологічної боротьби. Такі війни не призводять безпосередньо до кровопролиття, руйнувань, при їх веденні немає жертв, ніхто не позбавляється їжі, даху над головою.

І це породжує небезпечну безпечність у ставленні до них. Тим часом, руйнування, яких завдають інформаційні війни у суспільній психології, психології особи, за масштабами і за значенням цілком співмірні, а часом і перевищують наслідки збройних війн.

Будь-яка нормальна людина спілкується з навколишнім світом. Незважаючи на, здавалося б, безмежність можливостей, людина все ж є невеликою часткою «сконструйованого системного обміну із зовнішнім середовищем: прийом й переробка інформації здійснюються нею в точній відповідності з особливими властивостями її психіки. Один і той же факт описується й оцінюється різними людьми по-різному» [1].

У процесі функціонування засоби масової інформації здійснюють двобічний зв'язок між комунікатором та реципієнтом (тим, хто сприймає інформацію), відбувається своєрідне спілкування - не особисте, а за допомогою масових форм зв'язку. «Зрозуміло, що діяльність ЗМІ має важливі суспільно-політичні наслідки, оскільки характер масової інформації, адресований аудиторії, визначає значною мірою її ставлення до дійсності і напрям соціальних акцій» [2].

Демократичне суспільство, якщо воно хоче залишитися саме таким, змушене балансувати між двома (як мінімум) крайнощами: з одного боку, без свободи слова не має демократії, з іншого - існує небезпека використання свободи слова для маніпулювання масовою свідомістю, - що є досить актуальною темою для будь-якого суспільства, бо перш за все принижує його почуття гідності та вводить в оману, або кажучи простіше, «пошиває у дурні».

Виходячи з цього, можемо виділити два основних види маніпуляції: оперативну маніпуляцію свідомістю й поведінкою людей та стратегічну маніпуляцію.

Оперативна (або ситуаційна) маніпуляція полягає в тому, що, використовуючи вже наявні в свідомості людей цінності, потреби, стереотипи, звички, маніпулятор змушує їх сприймати ту або іншу соціальну інформацію так, як йому вигідно, й спрямовує їхні соціально значущі дії у потрібне для себе річище. Широки маси людей діють так, як це спланував маніпулятор: голосують чи не голосують, мітингують, створюють хаос або, навпаки, дотримуються порядку й демонструють велику організованість.

Стратегічна маніпуляція полягає в тому, що упродовж багатьох років у свідомості людей формуються ті цінності, потреби, ідеї, стереотипи, звички, які й самі по собі сприяють підтримці стабільності вигідного маніпуляторіві політичного й економічного ладу й можуть бути використані в оперативній маніпуляції, якщо з'явиться така потреба.

Важливий вплив на психіку людини здійснює музичний супровід до картинки та кольорова гама, бо кожний колір налаштовує на відповідну хвилю поведінки, реакції - він фактично створює настрій. Таким чином, можна загострити або пом'якшити інформацію, що надається. Оскільки візуальний канал підлягає фільтрації з боку глядача, тому увага транслятора до нього має бути максимальною.

Психологічно люди готові краще сприймати зовнішньо привабливий образ й до того ж максимально наблизити до їх умов існування - так він стає зрозумілішим і немов «ріднішим». Подібні замовлення досить часто виконуються ЗМІ як для влади, так і для спецслужб й бізнесових кіл, які часто стоять за ЗМІ.

Серед інших прийомів психологічного впливу ЗМІ застосовують:прийоми лінгвістичного маніпулювання (слова-синоніми, що передають різні відтінки, а тому й формують різне ставлення);викривлення масштабів подій та часу;звернення до негативних рівнів свідомості;«метод Геббельса».Прийоми, притаманні TV:ракурс,освітлення,монтаж кадрів,час;посилання на сфабриковані вияви громадської думки;«ефект вагону з оркестром»;спіраль замовчування і т. ін.

В умовах сьогодення інформаційна війна пронизує наскрізь наше життя, саме тому важливо забезпечити інформаційну безпеку людини – стан захищеності психіки та здоров'я людини від деструктивного інформаційного впливу, який призводить до неправильного сприйняття нею дійсності та погіршення її фізичного стану. Стає актуальним проведення вебінарів з медіаграмотності, при чому, для усіх вікових категорій, оскільки як діти, так і дорослі піддаються масовому впливу інформації, недостовірної також. Бути інформаційно свідомим, володіти вірною інформацією – бути озброєним проти фальсифікацій, фейків і брехні. Це, своєю чергою, є ефективною зброєю проти ворога «в тилу».

Список використаних джерел

1. Донченко Е. Концепция социальной психики общества // Философская и социологическая мысль. - 1994. - № 1-2. - С. 125.
2. Політологія / За ред. О. І. Семківа. - Львів, 1994. - С. 430.