

УДК 321

Младьонова О.Д.  
Харківський національний  
університет імені В.Н. Каразіна

### МАНІПУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНОЮ СВІДОМІСТЮ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

*Розглядаються цілі та інформаційно-психологічний вплив маніпулювання суспільною свідомістю як технологія ведення інформаційної війни, визначаються складові різноманітних маніпуляційних прийомів, що впливають на масову свідомість. Аналізуються окремі техніки і форми маніпулятивного впливу.*

**Ключові слова:** масова свідомість, маніпулювання масовою свідомістю, технології маніпулювання, інформаційна війна, інформаційно-психологічний вплив, політичний примус.

Младёнова Е.Д.

### МАНИПУЛИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

*Рассматриваются цели и информационно-психологическое влияние манипулирования общественным сознанием как технология ведения информационной войны, определяются составляющие разнообразных манипуляционных приемов, которые влияют на массовое сознание. Анализируются отдельные техники и формы манипуляционного влияния.*

**Ключевые слова:** массовое сознание, манипулирование массовым сознанием, технологии манипулирования, информационная война, информационно-психологическое влияние, политическое принуждение.

Mladonova O.

### MANIPULATION OF SOCIAL CONSCIOUSNESS AS A TECHNOLOGY OF INFORMATION WARFARE

*The purposes and informational psychological influence of social consciousness manipulation as a technology for carrying out warfare are considered. Components of various manipulative methods that influence on mass consciousness are determined. Some techniques and forms of manipulative influence are analyzed.*

**Key words:** mass consciousness, manipulation of mass consciousness, technologies of manipulation, information warfare, information and psychological influence, political coercion.

Давньокитайський філософ Суй Цзи у своєму трактаті «Про мистецтво війни» стверджував, що мистецтво війни життєво важливо для держави. Війна була, є і буде в досяжному майбутньому складовою людського розвитку, особливо війна інформаційна. На жаль, сучасний період в історії нашої держави маркований воєнною тематикою. Йдеться не лише про масштабні військові конфлікти, але й про конфлікти у сфері інформації, які стрімко набирають обертів, перетворюючись на справжню інформаційну війну. У статті розглядаються загрози інформаційної війни, технології та наслідки маніпулювання

свідомістю. Проблемаами маніпулювання суспільною свідомістю, технологіями такого маніпулювання займалися науковці: М. Кастельс, Ю.Н. Розенфельд, М.П. Козирев, І.В. Мазан, Б.Р. Кияк, Г.Г. Почепцов, С. Кара-Мурза та інші.

Насамперед, слід зазначити, що війни ХХ ст., наслідком яких були значні економічні та демографічні втрати, змусили політиків переглянути ставлення до умов ведення війни, яка була б, за словами М. Кастельса, більш-менш прийнятною для суспільства. Вона не повинна стосуватися простих громадян, тобто вестися професійною армією; бути короткою, аби не виснажувати економічні та людські ресурси; припускати розумні масштаби руйнацій і бути прихованими від поглядів суспільства, що дозволило б обробляти інформацію у

потрібному патріотичному руслі [1, с.424]. Саме дотримання третьої умови ведення війни в інформаційну епоху робить таку стратегію більш загальноприйнятною. Однак слідувати цій стратегії можуть лише технологічно розвинені держави [1, с.425].

Метою інформаційної війни є послаблення сил супротивника та посилення власних завдяки використанню заходів пропагандистського впливу на свідомість мас. Інформаційна війна створює та використовує технології інформаційного пропагандистського впливу на емоційну та ціннісно-мотиваційну сфери свідомості людини, формуючи тим самим певний світогляд у потрібному для зацікавленої сторони напрямку. Отже, інформаційна війна є складовою ідеологічного протистояння. Інформаційна війна прямо не передбачає ні позбавлення людини її житла, ні матеріальних втрат або руйнувань інфраструктури і тим більше людських жертв. Але це не може заспокоювати і ставитися безпечно до проявів інформаційної війни. Перш за все людина має усвідомлювати, що будь-які технології інформаційної війни завдають шкоди психології особи та в цілому суспільній свідомості, і наслідки такого руйнівного впливу за своїм значенням і масштабом співмірні з наслідками війн а іноді і перевищують їх. Той факт, що люди не відчують загрози від постійного та цілеспрямованого впливу на себе та на інформаційно-комунікативний простір держави загалом, лише посилює небезпеку та змушує суспільство шукати способи адекватної протидії.

Таким чином, об'єктивна проблема полягає, по-перше, у низькому рівні готовності суспільства захищати себе, протидіяти будь-яким спробам маніпулювання його свідомістю, по-друге, у відсутності системи державної протидії таким маніпуляціям. Розглянувши першу проблему більш детально, доходимо висновку, що в масовій свідомості громадян і суспільства в цілому ще недостатньо склалося розуміння загрози, яку несуть чи можуть нести сучасні комунікаційні технології, здатні здійснювати прихований інформаційно-психологічний вплив, небезпечність яких ще більш відчутніша, якщо використовується в політичних цілях. Водночас постає питання невідповідності швидкості розвитку певних технологій маніпулювання свідомістю мас і темпів створення системи протидії, а саме гуманістичних стрижневих цінностей, підтримання психічного здоров'я людини і

суспільства, розвитку технологій захисту свідомості від деструктивного впливу.

Упродовж всієї історії людства із розвитком комунікативних засобів спілкування та впливу здійснювалося й ускладнення соціальних інститутів, які дозволяли владі контролювати масову свідомість й нав'язувати свої правила гри. Те саме відбувається й у міжнародних відносинах, де кожна зі сторін намагається використовувати інформаційні технології для створення конкурентних переваг для своєї країни. Інформаційному суспільству властиві відповідні інформаційні конфлікти, інформаційне протистояння, або іншими словами – інформаційна війна.

А.О. Фісун дає таке визначення поняттю інформаційної війни: «Інформаційна війна – це комплексний відкритий чи прихований цілеспрямований інформаційний вплив однієї сторони, чи взаємний вплив сторін одна на одну, який охоплює систему методів та засобів впливу на людей, їхню психіку та поведінку, на інформаційні ресурси та інформаційні системи з метою досягнення інформаційної переваги в забезпеченні національної стратегії, здатної привести до прийняття сприятливих для ініціатора впливу рішень або паралізувати інформаційну інфраструктуру супротивника з одночасним зміцненням і захистом власної інформації та інформаційних систем» [2, с.46].

Головне завдання інформаційних воєн полягає в маніпулюванні масовою свідомістю. Відомо, що будь-яка інформація так чи інакше здійснює вплив на свідомість окремої людини чи на масову свідомість суспільства. При цьому аудиторія, на яку спрямований вплив, на думку М. Кастельса, є не пасивним об'єктом, а інтерактивним суб'єктом, що уможливорює її диференціювати [1, с.323].

Масштабні можливості для маніпулювання поведінкою та свідомістю людей, впливу на владу та народи відкрила інформаційно-комп'ютерна революція. Як окрема людина, так і народи, в сучасному інформаційному суспільстві є об'єктами цілеспрямованої маніпуляції та контролю. Така форма ведення інформаційної війни як маніпулювання масовою свідомістю соціальних груп населення певної країни задля створення хаосу та політичної напруженості відноситься до її другого покоління. Цілями маніпулювання, на наш погляд, є:

- дезінформація та дезорієнтація мас;

- залякування свого народу образом ворога;
- послаблення певних устоїв, переконань, цінностей;
- внесення в індивідуальну та масову свідомість деструктивних ідей та поглядів;
- створення образу непереможного супротивника.

Поняття «маніпуляція» походить від латинського терміну «manipulare» та означає «керувати». Маніпуляція – це програмування думок і прагнень мас, їх настроїв і навіть психічного стану з метою забезпечити таку їхню поведінку, яка потрібна маніпулятору. Маніпуляція також визначається як вихідний або фундаментальний варіант взаємодії, за якої одна сторона змушує іншу сторону діяти в її інтересах та за її програмою таким чином, що інша сторона це не розпізнає цього та не чинить опору. Завдання маніпуляції – змусити маси діяти в потрібному напрямі навіть проти їх власних інтересів, аж до саморуйнації.

Особливостями маніпулятивних впливів, як зазначає у своїй статті М.П. Козирев, є:

- Високий професіоналізм, насамперед інформаційно-психологічний, в організації маніпулятивних впливів;
- Поява нових форм і засобів «прихованого» впливу на індивідуальну, групову і масову свідомість;
- Відсутність психологічних механізмів захисту від маніпулятивних впливів у більшості частини всіх прошарків населення;
- Відсутність соціальних механізмів контролюючої нейтралізації негативних інформаційно-психологічних впливів;
- Відсутність концептуального (науково-методичного) забезпечення у сфері захисту від негативних інформаційно-психологічних впливів [3, с. 184].

Для того, щоб маніпулювання було максимально ефективним, вивчаються та використовуються статистичні дані та дані соціологічних опитувань, досліджується менталітет, вивчаються традиції, забобони, стереотипи, що панують у суспільстві – об'єкті маніпулювання.

Що стосується маніпулювання особами, на яких покладена відповідальність за прийняття важливих для суспільства, країни та навіть світу рішень, то збираються та аналізуються їхні біографічні дані, робиться, дистанційна та під час безпосереднього контакту психовізуальними методами діагностика, складаються психологічні портрети, вивчаються звички, уподобання, схильності,

спосіб прийняття рішень, модель поведінки тощо.

Дослідник С. Кара-Мурза розкрив сутність маніпуляції свідомістю. У своїх публікаціях він вказує на те, що підготовка до маніпуляції полягає в тому, щоб побудувати, створити нові цілі, ідеї, бажання а не тільки в тому, щоб руйнувати старі уявлення. Мета та завдання таких нових побудов – зробити думки хаотичними, нелогічними, посіяти сумнів навіть у тих життєвих істинах, що є стійкими, тобто, стане беззахисною перед маніпуляцією. С. Кара-Мурза підкреслює, що будь-яка «маніпуляція свідомістю є взаємодія. Жертвою маніпуляції людина може стати лише у тому разі, якщо він виступає як її співавтор, співучасник. Тільки якщо людина під впливом отриманих сигналів перебудує свої погляди, думки, настрої, цілі – і починає діяти за новою програмою – маніпуляція відбулася» [4, с. 22]. Але маніпуляції можна опиратися, для цього людина має «реалістично визначити три речі: нинішній стан, бажаний для нього майбутній стан, шлях переходу від нинішнього стану до майбутнього» [4, с. 22].

1. Ефективність маніпулювання напряму залежить від рівня самосвідомості людини і суспільства. Якщо рівень є низьким, це дозволяє маніпулювати установками як конкретної людини, так і суспільства в цілому, його життєвими цінностями та поведінкою. Так, коли ставлення до життя погіршується з різних причин, наприклад, якщо у людей виникають складності в реалізації їхніх потреб, якщо вони усвідомлюють свою нездатність впливати на систему відносин, автоматично знижується можливість психологічного захисту. Звідси виникають неприйняття свого буття та глибокі переживання. Відповідно підвищується впливовість маніпуляції. До групи ризику належать також люди з нерозвинутим світоглядом, слабким критичним мисленням, низькою свідомістю, а також люди, які втратили життєві орієнтири, що мають важливе значення. Маніпулятивного впливу важко уникнути, адже маніпулятор використовує базові потреби та мотиви, і це не може не привернути увагу та не викликати емоції в тих, на кого цей маніпулятивний вплив здійснюється. Г.Г. Почепцов висловлює таку думку: «Сучасні інформаційні технології привнесли нові види повідомлень, до яких свідомість мас не змогла адаптуватися» [5, с. 622]. Тобто швидкість

розвитку свідомості людей не відповідає швидкості розвитку технологій маніпулювання свідомістю. До форм маніпулювання можна віднести:

- Лінгвістичні засоби та методи. Тут важливим є цілеспрямоване використання мовних особливостей, спеціальної термінології, мовних зворотів, однозначно невизначеної інформації тощо.
- Психотропні засоби. Вони порушують психофізичний та психічний стан особи, унеможливають адекватне реагування на ситуацію, викривлюють сприйняття реальності. Такі засоби через застосування певних хімічних та біологічних реагентів змінюють загальний психофізіологічний стан людини, погіршують її розумові здібності, самопочуття, викликають галюцинації, депресію, панічний страх та ін. Такою особою та її свідомістю управляти дуже легко.
- Чутки та плітки. Тут використовується природність того, як з'являються плітки та чутки, враховується їхня легка природна або штучна поширюваність.
- Прислів'я, приказки та анекдоти. Вони створюються штучно та є націленими на ураження суспільної свідомості. Формують певні вислови, які в подальшому стають основою культурних і соціальних стереотипів, мають властивість осідати у «підвалах» суспільної свідомості.
- Пропагандистська діяльність. Вона націлена на формування певних морально-етичних норм і певного світосприйняття, а також створення зразків наслідування та міфів. Здійснюється це через словники, енциклопедії, підручники, відеопродукцію та аудіопродукцію тощо.
- Цензура. Це система нагляду за діяльністю засобів масової інформації та видавництва і передбачає управління інформаційним простором з боку суб'єкта, який є наділеним владними ресурсами.
- Засоби масової інформації. Застосовується весь їх потужний арсенал.

У маніпулюванні свідомістю засоби масової інформації відіграють винятково важливу роль. На них покладається головне завдання – формування думки аудиторії, суспільства. Вони, пропагуючи певні ідеали й цінності та маніпулюючи таким чином свідомістю, думками суспільства, забезпечують виникнення потрібної суб'єктам маніпуляції (або замовникам маніпуляції) реакції – і саме ця реакція впливає в подальшому на перебіг політичної ситуації. Недарма засоби масової інформації називають четвертою владою. У контексті інформацій-

них воєн саме ЗМІ спроможні перетворити маленький конфлікт на велике протистояння чи то справжню війну, і навпаки, – швидко та оперативно нівелювати будь-яку серйозну проблему. Від ставлення засобів масової інформації до події, від їхньої упередженості та заангажованості або незаангажованості значною мірою залежить перебіг всієї політичної ситуації.

- Реклама. Можна виділити окремі техніки маніпулювання свідомістю за допомогою реклами:

- 1) використання яскравих образів замість логічно обґрунтованої інформації;
- 2) умисне застосування у рекламних висловленнях логічних помилок, неправильних слів тощо;
- 3) створення потрібного іміджу політичного лідера, якому будуть довіряти.

Ці техніки слугують меті формування у свідомості людини викривленого уявлення про дійсність;

Усі ці техніки застосовуються з метою формування у свідомості людини викривленого уявлення про дійсність і створення «нової реальності», у якій вже існують нові ідеї, цінності цілі.

Більшість людей не ставить у сумнів, не бажає витратити ні часу, ні сил на сумніви щодо істинності повідомлень, які до них надходять. Зануритися у потік інформації, що пропонується, значно легше, ніж критично оцінювати кожне повідомлення, переробляти та перевіряти всю інформацію, що надходить. Шлях пасивності легший, простіший. Проте й маніпуляторам легше управляти нами, й інформаційному агресору легше розв'язати війну та перемогти в ній.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана / Мануэль Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Фісун А. О. Теоретично-категоріальне осмислення поняття «інформаційна війна» в структурі інформаційно-політичного простору / А. О. Фісун // Інформ. суспільство. – 2011. – Вип. 13. – С. 43-48.
3. Козирев М.П. Інформаційно-психологічний вплив / М.П. Козирев // Науковий Вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія Психологічна. – Львів, 2007. – 399 с.
4. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием /С. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 688 с.
5. Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. Изд. 2-е / Г.Г. Почепцов. – М., К.: «Реал-бук», «Ваклер», 2000. – С.622.