

17. Томас Ричард Количественные методы анализа хозяйственной деятельности / Ричард Томас. - М.: Дело и сервис, 1999. – 428 с.
18. Хендриксен Элдон С. Теория бухгалтерского учета / С. Хендриксен Элдон. - М.: Финансы и статистика, 1997. – 576 с.
19. Handbook CICA.toronto, CICA – Volute 2. Intelnatioanal Federation of Accountants. Toronto, Canada. – 1996. – 644 p.
20. Верховна Рада України. Офіційний веб-сайт //[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/>

Смола Лідія Євстахіївна

*кандидат історичних наук, доцент
доцент кафедри політології та державного управління
Інституту політології та права
НПУ імені М.П. Драгоманова*

УДК 32.019.5

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ У ФОРМУВАННІ ПЕРЕКОНАНЬ ОСОБИСТОСТІ

Розглядаються теоретичні аспекти використання методів інформаційно-психологічного впливу. З'ясовується специфіка їх застосування та шляхів протидії.

Ключові слова: *інформаційні процеси, інформаційно-психологічний вплив, методи впливу, переконання.*

Рассматриваются теоретические аспекты использования методов информационно-психологическому воздействию. Выясняется специфика их применения и путей противодействия.

Ключевые слова: *информационные процессы, информационно-психологическое воздействие, методы воздействия, убеждения.*

The theoretical aspects of the methods of information-psychological influence. It turns out specific applications and ways to counter.

Keywords: *information processes, information and psychological effects, methods of influence, persuasion.*

Досягнення в сфері інформаційних технологій надали великі можливості інформаційно-психологічному впливу та використанню маніпуляцій в комунікативних процесах. Фактично зросла тенденція до використання новітніх технологій та методів впливу на психіку людини, особливо це стосується аспектів політичних процесів. Якщо враховувати те, що влада функціонує як інформаційна система, де ключову роль відіграють політичні комунікації, роль методів впливу на суспільство значно зростає.

Сьогодні методи та способи впливу на поведінку людей стали більш різноманітними та дієвими завдяки сучасним науковим дослідженням, присвяченим контролю за поведінкою людини та створенню високотехнічних засобів зв'язку. Можливості нових та оперативних форм (телебачення, мобільний зв'язок, Інтернет) мобілізувати громадську думку і координувати подальші дії людей дають змогу дезорієнтувати соціально активну частину населення, збільшити соціальну напругу в суспільстві або навпаки – консолідувати спільноту. Цим зумовлена актуальність цієї проблеми та необхідність її аналізу. Дослідники по-різному підходять до визначення основних методів інформаційно-психологічного впливу. Слід зазначити, що на сьогодні немає єдиної думки щодо цього питання. На нашу думку, досить часто дослідники помилково ототожнюють детермінанти та методи впливу.

Більше того, серед частих соціальних психологів існує думка, що зазначена проблематика в контексті загальних методів впливу втратила актуальність [1, с.107-108]. Також необхідно підкреслити, що більшість авторів, аналізуючи вплив, трактують його як *психологічний*, заперечуючи *інформаційний складник*, що в умовах глобальних змін в світі, активізації інформаційних процесів, видається нам помилковим. Власне, цей момент не дає можливості всебічно проаналізувати вплив на індивідуума зокрема та суспільство в цілому. Виходячи з цього, метою статті є аналіз використання основних методів інформаційно-психологічному впливу та з'ясування специфіки їх застосування та шляхів протидії.

Такі дослідники, як Г.Андреева, М.Корнев, А.Коваленко виокремлюють основні методи впливу, як: *зараження, навіювання, наслідування, мода, чутки*, які є чинниками соціалізації та об'єднання людей у групу. Нам видається не зовсім правильним таке трактування. Так зараження як неусвідомлювана схильність індивіда до певних психічних станів (Г.Андреева) є, на наш погляд, проявом його архетипу та ментальності, особливості яких використовують для *навіювання та переконання* і тому виокремлювати його в окремий спосіб видається нам недоцільним. Чутки є складником методу маніпуляції. Їх застосовують в певному комплексі, а не як окремий метод впливу. Наслідування є результатом ефективного застосування методу переконання, що детально було описано ще в XIX ст. Г.Тардом. Дослідник Є.Сидоренко у своїй концепції психологічного впливу подає такі види (методи) психологічного впливу: переконання, самопросування, навіювання, зараження, маніпулювання, примус, прохання, пробудження імпульсу до подразнення та деструктивна критика [2, с.11].

Виходячи з основних принципів здійснення впливу, застосування примусу не можна, на нашу думку, розглядати як метод впливу, лише як форму управління. Стосовно інших методів, запропонованих автором, вважаємо, що було роздроблено основні методи (вже зазначені) та певні прийоми. Психолог Т.Кабаченко класифікує методи відповідно до сфери їх практичного застосування:

- методи впливу на джерела активності;
- методи впливу на чинники, що регулюють прояв активності;
- методи впливу на фонові психічні стани [3].

Дослідження зазначеного автора певною мірою йдуть в руслі робіт психолога А.Леонтєва ("зсув мотиву та мету"), проте носять узагальнювальний характер. Окремо слід наголосити на дослідженні Е.Ященка, який зазначає, що вплив не може бути однобічним процесом, а інтегрує три різновиди психологічних явищ, що формують механізм дії психологічного впливу:

- вивчення особливостей адресата та ситуації, в якій реалізується вплив;
- вибір стратегії, способів, методів та засобів дії;
- врахування зворотного зв'язку з боку адресата, що здійснюється за природою самого процесу;
- організацію протидії адресата у ситуації можливого контр впливу на ініціатора [4, с.50].

Одним з небагатьох авторів, що враховують інформаційний складник впливу є дослідник В.Крисько, який під інформаційно-психологічними діями розуміє вплив інформації. Автор ґрунтовно аналізує зміст психологічного впливу [5, с.177]. Окремо треба зазначити, що автор подає механізми психологічного впливу – переконання, навіювання, зараження, наслідування, гіпноз, які в нього збігаються з методами впливу. Під механізмами автор розуміє закономірності здійснення впливу за певних обставин. На нашу думку, це не тотожними поняттями. Крім того, помилковим також є виокремлення методу жахання, який є одним з наслідків застосування методу навіювання. Хоча загалом роботи В.Крисько є одними з найбільш об'єктивних у сфері інформаційно-психологічному впливу. Однак перш ніж проаналізувати методи інформаційно-психологічного впливу на особистість та суспільство, слід розглянути питання формування переконань особистості. Американський психолог Р.Чалдіні в роботі «Психологія впливу» зазначає основні принципи, враховуючи

які можна пояснити механізми мотивації, прийняття рішень індивідом у процесі суспільного життя: зобов'язання та послідовність; взаємообмін, соціальний доказ, авторитет, прихильність, дефіцит [6].

Ці механізми функціонують при сприйнятті ідей, що безпосередньо стосуються переконань, поглядів, звичок, світогляду, життєвих інтересів, потреб, ціннісних орієнтацій та інших вагомих для індивідуума, групи, спільноти духовних цінностей. Ідеї, що сприяють зміцненню, формуванню поглядів та переконань сприймаються схвально, а ідеї, які руйнують ці та інші духовні цінності, зустрічають, як правило, критичне або негативне ставлення. Ми можемо говорити про так звані „двері сприйняття”, де суб'єкт впливу (в широкому розумінні) розкриває свої ідеї, обґрунтовує необхідність та вагомість їх для спільноти. Відповідно об'єкт впливу (аудиторія в широкому розумінні) співвідносить сприйняті ідеї із власною системою ціннісних орієнтацій. Регулятори людської поведінки (за Ж.Еллюлем) слід знаходити у внутрішньому світі індивідуума. У процесі співвідношення фіксуються факти збігу, розмінностей чи суперечностей. Відповідно, виникає доброзичливе чи негативне сприйняття – „двері сприйняття” відчиняються чи зачиняються перед інформацією, що надходить. Ці постулатні положення, в свою чергу, здійснюють відповідний вплив на владу, яка має на меті зберегти своє правління. Аналіз робіт з цієї проблематики потребує виокремити основні методи інформаційно-психологічному впливу у формуванні переконань особистості, серед яких слід виокремити: *маніпулювання, навіювання, переконання та дезінформування*.

Маніпуляція (з лат. *manus* – рука + *ple* – наповнювати), за визначенням російського психолога Є.Доценка, це вид психологічного впливу, мистецьке виконання якого веде до прихованого збудження в іншій людині прагнень, які не збігаються з його наявними бажаннями. На його думку, ступінь успішності маніпуляції здебільшого залежить від того, наскільки є широким арсенал засобів психологічного впливу, який використовує маніпулятор і наскільки гнучко його використовують [7, с.45]. Якщо радянські фахівці в основному увагу приділяли питанням політико-ідеологічних аспектів, то в західних дослідженнях підкреслювався вплив маніпулювання на моральні та інтелектуальні настанови людей, на формування їх переконань. Так Х.Ортега-і-Гассет зазначав, що феномен “маніпулювання” полягає у фатальній необхідності духовної диктатури. Без духовної влади, без маніпулювання громадською думкою та людьми у суспільстві панувала б анархія, що призвела б до його розпаду. Більшість людей не мають власної думки, твердить філософ, сучасна “масова людина” не вміє мислити і не хоче це робити, що і підтверджує історичний розвиток [8, с.34]. Глибинну причину маніпулювання визначив соціолог М.Чукас, який писав, що не прогрес техніки та масових комунікацій, а зіткнення інтересів соціальних груп, боротьба між впливовими групами, які відстоюють право на своє існування або намагаються зміцнити свою владу чи її захопити детермінують маніпулятивні процеси в суспільній взаємодії та в політиці зокрема. В основі таких маніпулювань лежить прагнення подати свої вузькі меркантильні інтереси як такі, що відповідають прагненням всього суспільства [9, с.210]. Можна погодитися з такою думкою, проте слід підкреслити, що технічні інновації та інформаційні технології дають можливість значно посилювати цю боротьбу як у політичній площині, так і в міжособистій взаємодії. Узагальнюючи досвід маніпулювання, суб'єкт управління маніпуляцією прагне врахувати сучасний стан масової свідомості, її очікування та прагнення, актуальні проблеми, останні сенсації, які недавно турбували і ще турбують громадську думку. Головна розбіжність між маніпулюванням масовою свідомістю та індивідуальним у міжособистісних відносинах полягає в характері зосередження відповідальності. У першому випадку з мас знято відповідальність. Кінцева мета маніпулювання масовою свідомістю – пасивність мас, їх інертність – навіювання думки “за вас думають правителі”. Воля меншості (або окремої особистості) в завуальованій формі нав'язується більшості. В сучасних умовах в інформаційно-комунікативних процесах використовуються не лише окремі прийоми, а спеціальні маніпулятивні технології. Як найбільш універсальну технологію, яка активно використовується в масових інформаційних

процесах, слід назвати *формування та поширення образів*. Залежно від мети та конкретних завдань формують і поширюють завчасно “сконструйовані” образи або іміджі конкретних осіб, фірм, ідей, програм, товарів тощо, які як правило неадекватно відображають реальні їх характеристики і, таким чином, дезорганізують людей, на яких було спрямовано інформаційно-психологічному вплив.

Маніпулювання (приховане апелювання до безсвідомих, ілюзорних, традиційних уявлень людей) та переконання (пряме, відкрите звернення до свідомих, критичних, інноваційних поглядів людини) доповнюють одне одного. Політика маніпулювання тісно пов’язана з систематичною дезінформацією населення, суспільства, певних груп людей. Маніпулювання фактами, приховування одних та інтерпретування інших унеможлиблює формування якоїсь певної настанови. Проте перевірка отриманої інформації, зокрема уточнення даних через інші джерела, створення схожих ситуації, аналіз послідовності дій дають можливість виявити маніпулятивні прийоми та технології. Цілком зрозуміло, що успіх маніпуляції наполовину залежить від уміння нейтралізувати, відікнути засоби психологічного захисту кожної особистості та суспільних груп. Відповідно, формування системи психологічного захисту слугуватиме запобіжником щодо таких дій.

Протягом усього життя людина формує певні погляди, судження, оцінки тощо. Іншими словами, відбувається процес переконання, засобами якого людина пізнає дійсність. Переконання – це не тільки уявлення про реальність, але й її оцінювання та певні норми. Можна розрізнити три основних шляхи цього процесу: практична діяльність (освоєння навколишнього середовища, діяльність і т.ін.), міжособистісне спілкування й організований вплив наприкл., ЗМІ. Переконання як певна якість утворення думки і емоцій та процес освоєння людиною зовнішнього світу є дієвим методом ППВ, що пов’язаний практично зі всіма сферами людської діяльності. Якщо інтереси суб’єкта та об’єкта влади збігаються, хай навіть у загальному плані, в тенденції, то основною формою здійснення влади буде переконання. Якщо ж інтереси суб’єкта та об’єкта влади відрізняються, суперечать одне одному, тоді основним методом буде примус (здебільшого у тоталітарному суспільстві). Примус може проявлятися у фізичній та духовній формі. Фізичний примус є крайньою формою примусу, що спирається на фізичну силу. Духовний примус, на нашу думку, пов’язаний із впливом на свідомість, світогляд людей. Проте він є неконструктивним і не має відповідної ефективності.

Переконання є базовим елементом усіх соціальних систем. Міцне, глибоке переконання, як правило, не виникає в результаті “стихійного” пізнання, навколишньої дійсності. Необхідним є певний, досить суттєвий чинник, здатний перетворити засвоєні людиною достовірні знання в переконання. Таким чинником є відповідність знань матеріальним і духовним потребам, інтересам. Основу методу переконання складає відбір, логічне впорядкування фактів і висновків, їх розподіл і зв’язок згідно їх порівняльним значенням (ієрархія, послідовність, залежність). Логіка відіграє велику роль в оцінюванні партнера і його тексту, наприклад: обґрунтованими чи надуманими є його заперечення; чи суперечить партнер собі чи реальності; які варіанти партнер виключає; якщо він щось стверджує або заперечує, чи занадто він категоричний, захищений. На практиці переконання як метод ППВ здійснюється з привертання уваги до обговорюваного питання. Перше завдання, яке може поставити перед собою комунікатор, – привернути увагу аудиторії до певної події, явища, проблеми. Привернення уваги містить два взаємопов’язані аспекти: створення “атмосфери” вагомості й актуальності навколо запропонованого питання та пробудження інтересу до нього. Наступне завдання – це спонукання до дії, хоча інколи дієва активність аудиторії можлива і на рівні сформованого вже ставлення. Спонування до дії передбачає вплив на вольовий бік особистості, на готовність індивіда до мотивованих вчинків. Ще одним завданням переконливого впливу є формування звичок, способу поведінки, що набуває для людини характеру потреби. Переконання побудоване на тому, щоб за допомогою логічного обґрунтування отримати згоду від людини, що приймає інформацію і є переважно інтелектуальним впливом.

При формуванні та впливі на громадську думку часто використовують навіювання – метод інформаційно-психологічного впливу на особу або на групи людей шляхом некритичного сприйняття. Шляхом навіювання створюється потрібна психологічна атмосфера та сприятливі обставини для формування у відповідній соціальній сукупності необхідного настрою, думки чи ставлення до процесів, що відбуваються. Навіювання потребує пасивного стану свідомості. Таким є вплив звичок, традицій, звичаїв. Цей безперервний обмін спричиняється до того, що кожному непомітно прищеплюють звички, погляди оточення. Навіювання характеризується тим, що об'єкт навіювання сприймає матеріал без будь-якої участі свідомості; навіювання унеможливорює роздуми з боку об'єкта навіювання. Основна умова для навіювання (сугестії) – об'єкт повинен слухати або читати, не протидіючи впливові агітатора. Відповідно, активна увага до предмета повинна бути розсіяна або заповнена ідеєю, що не припускає свідомого сприйняття матеріалу. Думка входить безпосередньо до сфери свідомості і закріплюється там. Можуть спрацювати чинники, що посилюють сугестивний вплив, наприклад, готовність до чуток, паніка на ґрунті заразливості страху (стихійні лиха, війна) або впевненість у силі. Під час навіювання спочатку відбувається сприйняття інформації, що містить готові висновки, а потім на її основі формуються мотиви та настанови певної визначеної поведінки. Відмітною особливістю навіювання від повідомлення і переконання є той факт, що за його допомогою від людини до людини передаються не стільки зовнішні моделі і образи поведінки, скільки думки, оцінки, соціальні цінності. І ще однією досить важливою ознакою навіювання є відсутність у формах впливу чітко виражених обґрунтувань, аргументів, що підтверджують навіювану думку. Шлях боротьби з навіюванням – поставити зміст навіювання під критику свідомого судження, залучення свідомої уваги. Часто виникає хибне уявлення, що методи переконання чи то навіювання використовують у малорозвинених країнах і неефективні в громадянському суспільстві, проте, наприклад, події в США, що були пов'язані з так званою “комп'ютерною помилкою 2000”, свідчать про інше. Люди схильні зупинити свій вибір на таких регулярних джерелах інформації, які підтверджують те, у що вони звикли вірити і що їм подобається. Подібно до того, як вони в умовах відокремленості і роздрібненості різних прошарків суспільства можуть встановити живий контакт з тими людьми, думки яких збігаються з власними.

У цих умовах дезінформування та поширення чуток посідає вагомe місце в політичних акціях. Дезінформація як метод впливу тісно пов'язаний з навіюванням, переконанням та маніпулюванням. Його метою є приховування істинної інформації, шляхом заміни її хибною або шляхом подання правдивої інформації таким чином, щоб у об'єкта впливу створилося помилкове уявлення про ситуацію чи стан справ. Межі між дезінформацією та брехнею, на наш погляд, неможливо чітко визначити. Як правило, ефект від використання брехливої інформації має короткочасний характер, в основному тоді, коли пропагандистський вплив здійснюється в умовах дефіциту інформації. Механізм дезінформації покликаний викликати у об'єкта впливу певний ступінь довіри. Це досягається перш за все емоційними засобами, прагненням відобразити інтереси та очікування конкретної аудиторії, групи, прошарку; вразити сенсацією, послатися на відомі раніше дані і факти. Проведені фахівцями експерименти показали, що характер спотворень інформації безпосередньо пов'язаний з наявними у людей соціальними настановами, так званими предиспозиційними чинниками – людина підсвідомо налаштована сприймати в першу чергу власне те, що вона очікує. Крім цього, спотворення також визначається особливостями та механізмами людського сприйняття та відношення між людьми в процесі спілкування.

Як висновок слід зазначити, що методи інформаційно-психологічного впливу використовують як поодинокі, так і в певному поєднанні чи модифікації. Найбільш системно ці методи використовують у політичній боротьбі, під час виборчих перегонів та економічній конкуренції. Аналіз можливостей їх застосування, ефективності впливу дає змогу протистояти їм. Розвиток громадянського суспільства не тільки не зменшує, а навпаки –

розширює межі застосування різноманітних методів впливу на людину та суспільство загалом.

Література:

1. Корнєв М.Н., Коваленко А.Б. Соціальна психологія. – К., 1985.
2. Сидоренко Е.В. Личностное влияние и противостояние чуждому влиянию//Психология влияния. – СПб., 2000.
3. Кабаченко Т. Методы психологического воздействия. – М., 2000.
4. Яценко Е. Види і методи психологічного впливу на особистість// Зб. мат. – Тернопіль, 2003.
5. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, опыт). – Минск, 1999.
6. Чалдини Г. Психология влияния. – СПб., 2000.
7. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М., 2000.
8. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс //Вопросы философии, 1989. - №3.
9. Choukas M. Propaganda Comes of Age. - Washington, 1975.

Пояркова Тетяна Костянтинівна,
докторант кафедри політичних наук
НПУ імені М.П.Драгоманова

УДК 328.161.2.005

КРИЗОВИЙ СИНДРОМ ЯК МУЛЬТИКРИЗОВЕ ЯВИЩЕ

У статті розглядається явище ураження політичної системи декількома кризами. Аналізуються особливості поняття «кризовий синдром» як певної послідовності криз, що супроводжують модернізаційний процес. Досліджуються мені відомі підходи до трактування сукупних послідовностей криз індустріальної та постіндустріальної фази розвитку. Вирішується питання про плюси та мінуси того або іншого підходу до кризового синдрому.

Ключові слова: кризовий синдром, модернізаційна теорія, індустріальне суспільство, постіндустріальна фаза.

В статье рассматривается явление поражения политической системы несколькими кризисами. Анализируются особенности понятия «кризисный синдром» как определенной последовательности кризисов, сопровождающих модернизационный процесс. Исследуются менее известные подходы к трактовке совокупных последовательностей кризисов индустриальной и постиндустриальной фаз развития. Решается вопрос о плюсах и минусах этих подходов к кризисному синдрому.

Ключевые слова: кризисный синдром, модернизационная теория, индустриальное общество, постиндустриальная фаза.

The phenomenon of defeat of the political system by several a little crises is examined consider in the article. The features of concept notion «Crisis syndrome» are analyzed assaid as to the definite definite sequence of crises, which accompany the modernization process Carbro. The less known approaches to the combined joint sequences of crises of industrial and postindustrial phases of development are probed explore . The problem concerning pluses and minuses of these approaches to crisis syndrome are solved.

Keywords: crisis syndrome, modernization theory, industrial society, postindustrial phase.

Для сучасності стала звичайною констатація того, що та або інша політична система переживає декілька криз одночасно. На протипагу цьому політична наука має напрочуд