

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МІФІВ У СТРУКТУРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВПЛИВІВ

Марія Жаркова,
студентка 2 курсу
магістратури соціально-
психологічного факультету

Науковий керівник:
кандидат філософських наук,
доцент
Г. В. Пирог

Інформаційний вплив у більшості літератури визначають як організоване цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних технологій та засобів, що можуть внести деструктивні зміни у свідомість окремих особистостей, певних соціальних груп або населення загалом (мається на увазі корекція поведінки), зміни в інформаційно-технічній складовій інфраструктури об'єкта впливу, та навіть змін у фізичний стан людини.

Поділяють інформаційні впливи на два великі різновиди – інформаційно-технічний вплив (метою є реалізація конкретних змін у функціонуванні інформаційно-технічної інфраструктури об'єкту впливу, тобто зупинка роботи, зниження швидкості роботи, програмування її на певні помилки, несанкціонований доступ або перекручення інформації), що може нести загрозу безпосередньо для фізичного стану людини, та інформаційно-психологічний вплив [5, с. 16].

Загалом *інформаційно-психологічний* вплив має за мету викликати у об'єкта певну реакцію, спровокувати поведінку, конкретні дії або бездіяльність, які б повністю відповідали цілям, задля яких і вдалися до впливу.

Рівень ефективності інформаційно-психологічного впливу буде залежати від низки факторів: зміст матеріалу (складність, конкретність, суспільна важливість тощо), психічний стан об'єкта впливу (мається на увазі наявність високого рівня автоматизму відповідної реакції; сприяють цьому страх, пригніченість, апатія тощо), часовий інтервал між впливами й відповідною реакцією (чим він більший, тим менша ефективність впливу).

Сьогодні вже ні для кого не секрет, що у телерадіомовленні та за допомогою Інтернет-платформ можуть застосовуватися різноманітні відео та аудіо ефекти. Розвиток цих технологій насправді слабо уявляється сучасною людиною, проте сприймається як данина часу. Новітні інформаційні технології і засоби комунікацій мають надзвичайно потужні можливості як для ненавмисного, так і для цілеспрямованого впливу на поведінку величезних мас людей, на їхнє психічне і фізичне здоров'я.

Весь спектр інформаційних впливів, зрештою, підводить нас до поняття маніпуляції та маніпулятивних впливів. Це одна з найбільших небезпек для масової свідомості [3]. А під час будь-якого маніпулювання свідомістю мас основою є *соціальний міф* – певні твердження чи певні ідеї, які будуть сприймати переважно не вдаючись до критичного осмислення, «на віру». Для кожного сучасного суспільства притаманне існування таких міфів, які будуть активно підтримуватися владними структурами, зокрема за допомогою засобів масової інформації.

Маніпулювання, за Р. Гудінім, це приховане застосування влади (сили) врозріз з передбачуваною волею іншого [5, с. 10]. Необхідно розмежовувати маніпулювання міжособистісного рівня та масове маніпулювання. Також слід розуміти, що є різниця між процесом маніпулювання та власне маніпулятивними методами, техніками. Останні часто використовуються несвідомо в буденному житті.

Маніпулювання свідомістю є складовою частиною інформаційно-психологічних впливів. Якщо ми будемо говорити про масовий вплив, то основним інструментом маніпулювання слід виділити масову культуру – системи роботи з елементарними реакціями мас людей за допомогою застосування найсучасніших досягнень науки і техніки. Провідниками для масової культури є ЗМІ та індустрія дозвілля.

Міф – це найперша, найдавніша форма духовного життя, специфічного й унікального усвідомлення людиною власної сутності, зв'язку з природою, сенсу існування на сім світі.

Політичний міф – це реакція на істотну неможливість раціонально пояснити реальні радикальні зміни, що мають місце. Міф тут – це особливий міф, який зберігає в колективній пам'яті народу його соціальний досвід, імперативи духовно-моральних вимірів політичних процесів [2]. Політичні міфи мають певну структуру:

- архетип будь-якої практичної ситуації, пов'язаної зі здійсненням засобів соціального регулювання і примусу;
- зміст конкретного досвіду, емпірично отриманого в ситуаціях, об'єднаних цим архетипом;
- систему алегоричних образів, функціональна символіка яких співвідносить «бажане» з «реальним», тобто архетипом, що склався.

Всі засоби політичних маніпуляцій базуються на створенні і поглибленні в масовій свідомості спеціальних міфів. Здавалося б, що епоха сліпої віри у міфи давно минула, але політична практика свідчить, що це не так. Якщо сучасна людина більше не вірить в натуральну магію, то вона, скоріше за все, сповідує певний сорт «соціальної магії». Нові політичні міфи створюються за точним планом, відповідно до соціальної психології людей і цілей маніпуляторів.

Міфи не лише розраховані на різні соціальні групи, прошарки суспільства, – вони по-різному сприймаються цими групами. Так, російський учений А. Кольєв виокремлює у сучасному суспільстві чотири соціально-професійні «прошарки» (соціальні стани), які взагалі, на його думку, об'єднані певними міфологічними уявленнями [2]. Схарактеризуємо ці стани:

- духовний соціальний стан – люди, об'єднані не лише умовами життя, а й достатньо єдиними міфологічними уявленнями;

- управлінський соціальний стан – держуправлінці, військові, ієрократія;

- підприємницький соціальний стан – це представники різноманітних професій, які беруть безпосередню участь у ринковому виробництві, включаючи службовців і кваліфікованих працівників;

- соціальний стан – низькокваліфіковані працівники промисловості і агропромислового комплексу, обслуговуючий персонал.

Об'єктивно в кожному суспільстві найчисельнішим є четвертий соціальний стан, який піддається найпомітнішому впливу політичних та й взагалі усіх міфів.

Виходячи з усього вищесказаного, ми не можемо не звернути увагу, що деякі особливості міфів прямо залежать від мети створення та/або використання цих міфів. Самі ж міфи, як архаїчна форма світосприйняття кожної нації, можуть бути (і є) робочим інструментом в арсеналі інформаційних впливів в процесі формування світогляду пересічного громадянина.

Список використаних джерел

1. Козирев М. П. Психологія політичної влади. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2017. Вип. 2. С. 44-53.
2. Пирог Г. В., Жаркова М. А. Психологічні особливості молодих українських виборців. *Сучасна педагогіка та психологія: методологія, теорія і практика*: збірник тез міжнародної науково-практичної конференції. Київ: ТНУ імені В. І. Вернадського, 2020. С. 174-178.
3. Нальотов А. Виборчі технології як чинник впливу на масову свідомість. *Політичний менеджмент*. 2007. № 5. С. 126-137.
4. Пирог Г. В., Сардаковський Я. А. Особливості національної ідентичності молодих українців і поляків. *Наукове пізнання: методологія та технологія*. 2019. № 3 (44). С. 34-39.
5. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов]; за заг. Ред. Є.Д. Скулиша. 2-ге вид. К.: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с.