

УДК 340.113

**І.М. Шопіна,**доктор юридичних наук,  
старший науковий співробітник,  
професор кафедри

Львівського державного університету внутрішніх справ, м. Львів

## **ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ВПЛИВИ ЯК КАТЕГОРІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРАВА: ПОНЯТТЯ, ОЗНАКИ, ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ**

*У статті досліджено сутність інформаційно-психологічних впливів, котрі слід розуміти як цілеспрямоване поширення інформаційних повідомлень або їх сукупності з метою досягнення бажаної поведінки суб'єктів суспільних відносин. Обґрунтовано, що правомірні інформаційно-психологічні впливи можуть регулюватися правом лише в аспекті ефективності управлінських процесів у певній сфері. Визначено ознаки інформаційних впливів та сформульовано основні засади методології дослідження їх сутності.*

**Ключові слова:** інформаційний вплив, інформаційно-психологічний вплив, інформаційне право, інформаційні відносини, управлінські відносини.

*В статье исследована сущность информационно-психологических воздействий, которые понимаются как целенаправленное распространение информационных сообщений или их совокупности с целью достижения желаемого состояния поведения субъектов общественных отношений. Обосновано, что правомерные информационно-психологические воздействия могут регулироваться правом только в аспекте эффективности управленческих процессов в определенной сфере. Определены признаки информационных воздействий и сформулированы основные принципы методологии исследования их сущности.*

**Ключевые слова:** информационное воздействие, информационно-психологическое воздействие, информационное право, информационные отношения, управленческие отношения.

*Paper investigates the essence of informational and psychological effects, which are understood as the purposeful dissemination of information messages or their aggregate in order to achieve the desired state of behavior of subjects of social relations. It is substantiated that legitimate information and psychological effects can be regulated by law only in the aspect of the effectiveness of managerial processes in a certain sphere. The signs of informational influences are determined and the main principles of the methodology for studying their essence are formulated.*

**Keywords:** information impact, information and psychological impact, information law, information relations, management relations.

Властивістю сучасних суспільних відносин є наявність численних інформаційних впливів на їх суб'єктів. Такі впливи можуть мати як технологічний, так і психологічний характер, що, відповідно, впливає на їх сутність, особливості та наслідки застосування. Однак незважаючи на той факт, що проблематика, пов'язана зі здійсненням інформаційних впливів, була розглянута у роботах І.В. Арістової,

К.І. Белякова, В.М. Брижка, О.О. Баранова, В.Д. Гавловського, В.М. Глушкова, О.П. Дзьобаня, І.О. Здеби, Р.А. Калюжного, Б.А. Кормича, Д.В. Ланде, А.І. Марущака, А.М. Новицького, Н.Б. Новицької, В.Г. Пилипчука, В.А. Саницького, В.М. Фурашева, В.С. Цимбалюка, М.Я. Швеця та інших авторів, феномен інформаційно-психологічного впливу ще потребує окремого вивчення. Указане обумовлює актуальність та новизну цієї статті, метою написання якої є визначення сутності інформаційно-психологічних впливів та окреслення методологічних засад їх дослідження.

Особливістю людської цивілізації є існування багатоманітних впливів, за допомогою яких суб'єкти суспільних відносин реалізують свої інтереси, створюють соціальні структури, призначені для досягнення їх цілей, формують бажаний стан поведінки індивідумів та їх груп тощо. У загальному тлумаченні вплив розуміється як дія, яку певна особа чи предмет або явище здійснюють стосовно іншої особи чи предмета; сила влади, авторитету; конотація цього терміну включає державне або інше ділове й політичне керівництво [1, с.118]. У філософських науках розуміння сутності категорії “вплив” значною мірою залежить від концептуальних підходів, у межах яких розглядається вказане поняття.

Важливою для усвідомлення сутності впливу є дихотомія “автономія–гетерономія”, у якій першим терміном позначають наявну міру незалежності будь-якого явища від зовнішньої причинної зумовленості, а другим – зовнішню зумовленість чого-небудь у будь-якому суцюзі. Розуміння цих категорій потребує відповіді на питання щодо первинності свободи чи зовнішньої зумовленості (детермінованості) свідомості та поведінки людини. До філософських течій, які визнають здатність людини бути суверенною особистістю і наголошують на цінності особистої автономії, належать персоналізм, екзистенціалізм і ті напрями філософії, що пов'язані із протестантизмом. Гетерономні тенденції виявляють позитивістські та еволюціоністські концепції; марксистське розуміння природи людини має виразний гетерономний характер. Вважається, що суспільство епохи модерну, поряд з позитивними елементами особистої автономії, породжує так званий “хибний індивідуалізм”, коли егоцентрична етика, цілераціональність та абсолютизація технократичних підходів призвели до “атомізації суспільства” – появи індивідів, не пов'язаних між собою ніякими духовними взаєминами. До того ж, продукти діяльності людей виходять з-під їхнього контролю й, набувши автономного існування, перетворюють людей на свої власні засоби. Атомізоване суспільство породило також особливе суспільне утворення – “масу”, специфіка психічних та поведінкових особливостей якої полягає в легкій навіюваності, підпаданні під зовнішні впливи – з боку засобів масової інформації, ідеологій та харизматичних лідерів [2, с. 8].

Тобто спостерігається закономірність: чим більше зростають тенденції до індивідуалізації членів суспільства, детерміновані їх прагненням до автономії, бажанням самостійно вибудувати свій особистий простір, тим більшою стає їх вразливість до зовнішніх впливів. Це може пояснюватися щонайменше двома факторами. По-перше, відмова від колективних способів відповіді на виклики часу обмежує варіанти поведінки особистості лише декількома, притаманними їй особистому досвіду. Якщо така відмова носить постійний характер, ефективність діяльності особистості не може не знижуватися. Цікавим у цьому плані є досвід Револуції Гідності: незважаючи на притаманний українській нації індивідуалізм, який формувався протягом багатьох століть, у грудні 2013 року спостерігалася масова відмова від індивідуалістського оцінювання політичної ситуації на користь пошуку спільних шляхів її зміни. При цьому соціально-демографічний портрет

учасників протистоянь був дуже близьким до характеристик соціальних груп, членам яким зазвичай притаманні риси індивідуалізму (вища освіта, успішна професійна діяльність за фахом, виконання управлінських функцій, відсутність членства у політичних партіях та громадських організаціях) [3]. Власне, саме наявність у учасників вказаних подій множини притаманних індивідуалізму стратегій самоорганізації, на нашу думку, стала однією з причин успішності громадянського суспільства у протидії владі. Безумовно, особливості впливу політичної ситуації 2013–2014 років на автономні та гетерономні тенденції в українському суспільстві потребують подальших наукових досліджень, однак, у аспекті нашого дослідження можна констатувати залежність між гнучкістю поведінки індивіда щодо рівня його автономізації та здатністю реалізовувати свої інтереси, досягати поставлених цілей. Чи підтримуємо ми доцільність силового протистояння у будь-якій політичній ситуації? Ні. Чи могло бути закріплене у ч. 5 ст. 55 Конституції України право людини і громадянина на самозахист бути реалізовано на індивідуальному рівні? Навряд чи. Чи вважаємо ми, що трансформація суто індивідуальних способів реагування з притаманною їм вразливістю у групові дозволила нашій державі зробити новий крок у розвитку демократичних відносин? Так. Чи знецінює це явище індивідуалізму як фактор цивілізаційного розвитку? Жодним чином.

Другим фактором, який обумовлює підвищену вразливість членів автономізованого постіндустріального суспільства до зовнішніх впливів, є жорстка конкуренція між їх трансляторами, яка, у свою чергу, змушує постійно вдосконалювати способи та методи своєї діяльності. Середньостатистичний член суспільства відчуває впливи, спрямовані на зміну або підтримання певних варіантів його поведінки, щонайменше від кількох десятків суб'єктів, до яких, зокрема, належать представники вищих органів держави, формування (призначення) членів яких залежить від електоральної активності громадян; міжнародні організації, цілі діяльності яких пов'язані з розвитком демократії, попередженням порушень прав та свобод людини і громадянина, створенням умов для мирного розв'язання міжнародних та внутрішніх конфліктів, забезпеченням сталого економічного розвитку; представники виробників та реалізаторів товарів і послуг; професійні групи, специфіка діяльності яких передбачає наявність певних інформаційних меседжів, призначенням яких є формування бажаної поведінки як їх членів, так і інших учасників суспільних відносин тощо.

Спробуємо виокремити ознаки інформаційних впливів. По-перше, це цілеспрямованість. Усі суб'єкти інформаційних впливів намагаються досягти однієї мети – формування бажаної поведінки індивіда. При цьому цілі деяких з них не перетинаються (наприклад, формування електоральної, споживчої та професійної поведінки в певних випадках може здійснюватися без особливих суперечностей між суб'єктами впливу, якщо кожен з них має свою обмежену сферу інтересів). Проте усередині кожної групи суб'єктів такі цілі можуть значно диференціюватися (як це відбувається під час виборчих або рекламних кампаній, наприклад). Ознака цілеспрямованості може бути наявна, навіть якщо цілі на вербальному рівні не усвідомлюються (наприклад, у родинних сценаріях виховання жертвовної або агресивної поведінки).

По-друге, інформаційні впливи завжди несуть у собі певне повідомлення, призначене наблизити поведінку індивіда до бажаної. Як ми вже писали вище, кримінологи знаходять інформаційний зміст навіть в актах фізичної агресії батьків по стосовно своїх дітей, із чим не можна не погодитися. Певні складнощі виникають під час з'ясування сутності категорії “повідомлення”, яке, на жаль, у вітчизняній

науці інформаційного права ще не набуло достатнього висвітлення. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про використання електронних повідомлень у міжнародних договорах визначає повідомлення як будь-яку заяву, декларацію, вимогу, сповіщення або прохання, включаючи оферту та акцепт оферти, які потрібно зробити сторонам або які вони вирішують зробити у зв'язку з укладенням або виконанням договору. Утім, указана дефініція може бути використана лише у вузькому аспекті міжнародно-правового регулювання [4]. У науці державного управління “повідомлення” в аспекті комунікативного простору мається на увазі інформація, підготовлена до трансляції відповідними комунікативними каналами (зокрема, за допомогою простих і складних семіотичних форм) [5, с. 68]. На думку російських фахівців у сфері інформаційних війн І.М. Панаріна та Л.Г. Панаріної, інформаційне повідомлення – це соціальна інформація про минуле, теперішнє та майбутнє, на підставі якої формується громадська думка [6, с. 136]. Недоліком цього визначення, на нашу думку, є використання ознаки “інформаційне” для терміну, що визначається (на наше переконання, неінформаційних повідомлень не існує), а також визначення досліджуваного поняття через категорію “інформація”, яка значно ширше за змістом і розуміння якої включає кілька десятків концептуальних підходів. На нашу думку, найбільш вдалим є підхід В.Г. Пилипчука і О.П. Дзьобаня, які, аналізуючи праці Н. Вінера, доходять висновку, що повідомлення є формою інформації, при цьому єдність форми (повідомлення) і змісту (включеність свідомості у процес отримання, осмислення та використання повідомлення), їх нероздільність, а також одночасність, здавалося б, різних процесів (передача повідомлення та його отримання з одночасною обробкою і використанням) впливають із властивостей та функцій людської свідомості. Ці об'єднані в єдиний ланцюг передачі, отримання, обробки, оцінки, зберігання і використання інформації процеси становлять інформаційний процес [7, с. 11]. Отже, повідомлення, на нашу думку, слід розуміти як форму інформації. Інформацію в цьому випадку ми розуміємо у значенні ст. 1 Закону України “Про інформацію” як будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. Заслужує на увагу також підхід до співвідношення категорій “інформація” і “повідомлення”, який сформувався в інформатиці, згідно з яким відповідність між інформацією і повідомленням, за допомогою якого вона передається, не є взаємно однозначною. Одна і та сама інформація може передаватися за допомогою різних повідомлень. Наприклад, повідомлення про затримку рейсу, що передається в аеропорту на різних мовах, містить одну й ту саму інформацію, при цьому повідомлення є різними. І, навпаки, одне й те саме повідомлення може містити різну інформацію. Повідомлення “над всією Іспанією безхмарне небо” було сприйнято більшістю радіослухачів як частина метеозведення. І лише небагато хто знав, що це умовний сигнал до початку фашистського заколоту в Іспанії в 1936 році [8, с. 34].

Використання категорії “повідомлення” для з'ясування сутності інформаційного впливу дозволяє використати напрацьовану в інформатиці класифікацію повідомлень, яка здійснюється, зокрема, за критерієм виду повідомлення (текстові, числові, графічні, звукові, умовні сигнали, спеціальні, комбіновані) та за способом сприйняття (візуальні, звукові, тактильні, нюхові, смакові, комбіновані). Попри деяку незвичність застосування цієї класифікації у правовому контексті, зауважимо, що суспільні відносини й у цій сфері вже випереджають своє правове регулювання: так, інформаційний вплив на нюхову систему активно використовується у маркетингових стратегіях, наприклад, шляхом дезодорування повітря в закладах торгівлі ароматами кориці, ванілі тощо, які



справляють необхідний для збільшення кількості нерациональних покупок вплив на сигнальні системи організму людини (технології нейромаркетингу). Слід також зауважити, що невербальні повідомлення на сьогодні активно досліджуються в межах семіотики – науки, що досліджує властивості знаків та знакових систем. Так, у роботі Г.Є. Крейдлина “Невербальна семіотика” зроблено спробу узагальнити, систематизувати і з’ясувати сутність невербальних повідомлень [9, с. 211].

По-третє, інформаційний вплив не може розглядатися як лінійний процес. Він має, щонайменше, чотириступеневу структуру і складається зі стадій: а) отримання повідомлення; б) співвіднесення його з ціннісно-мотиваційною та когнітивною сферами особистості, позицією референтної групи; в) вироблення особистої реакції на вплив шляхом заперечення, підкорення/згоди, ідентифікації та інтерналізації (останні досить детально описані Г. Кельманом [10, с. 59]); г) зміна поведінки особистості. Четверта стадія є факультативною та настає в тому випадку, якщо особиста реакція на вплив не була пов’язана із запереченням змісту повідомлення.

По-четверте, феномен інформаційного впливу включає дві складові: інформаційно-психологічну та інформаційно-технічну (кібернетичну). Спробу визначити сутність інформаційних впливів у аспекті вказаної дихотомії зроблено в навчальному посібнику “Сугестивні технології маніпулятивного впливу” за редакцією Є.Д. Скуліша [11, с. 234]. Інформаційний вплив у ньому визначений як організоване цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів та технологій для внесення деструктивних змін у свідомість особистості, соціальних груп чи населення (корекція поведінки), у інформаційно-технічну інфраструктуру об’єкта впливу та (чи) фізичний стан людини. Інформаційний вплив автори поділяють на інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний впливи. Інформаційно-технічний вплив – це вплив на інформаційно-технічну інфраструктуру об’єкта з метою забезпечення реалізації необхідних змін у її функціонуванні (призупинення роботи, несанкціонований доступ до інформації та її перекручування (спотворення), програмування на певні помилки, зниження швидкості оброблення інформації тощо), а також вплив на фізичний стан людини. Інформаційно-психологічний вплив – це вплив на свідомість та підсвідомість особистості й населення з метою внесення змін у їхню поведінку та світогляд. Його базовими методами вчені вважають переконання й навіювання. Щодо останнього хотілося б звернути увагу на те, що серед базових методів не названо приклад, особливість якого як різновиду соціального впливу полягає у здатності і природному прагненні людського індивіда переймати чужий досвід шляхом наслідування позитивних зразків діяльності та поведінки [12, с. 101]. Додамо, що саме приклад значною мірою детермінує зміст інформаційних впливів батьків на дитину, розповсюдження корупційних діянь (якщо керівник і колеги працівника систематично отримують незаконну вигоду, його ставлення до допустимості такої поведінки переважно змінюється) тощо. Крім того, викликає заперечення авторське трактування інформаційного впливу в загальному розумінні як такого, що справляє виключно деструктивні зміни. Формування будь-якої особистості відбувається завдяки інформаційним впливам з боку батьків чи осіб, що їх заміщують, навчальних закладів, інших суб’єктів, і, якщо б всі такі впливи були деструктивними, людська популяція припинила б своє існування.

О.Г. Радзієвська надає таке визначення: “інформаційно-психологічний вплив – це цілеспрямована дія інформації на свідомість та психіку людей (особистостей, груп) усвідомленого або неусвідомленого характеру за допомогою переконання,

психологічного переформування або сутестії для формування певної системи уявлень, із метою зміни світоглядних та психологічних структур їхньої свідомості й підсвідомості, трансформації їхніх емоційних станів, стимулювання відповідних типів поведінки” [13, с. 198]. Зробимо декілька зауважень щодо такої дефініції. По-перше, відповідно до базових положень загальної психології, поняття свідомості та психіки не можуть вживатися як рівнозначні, свідомість є вищою формою розвитку психіки. По-друге, термін “психологічне переформування” є ненауковим за своїм змістом і суперечить базовим положенням як загальної психології, так і психології розвитку: формування особистості здійснюється відповідно до певних закономірностей, і будь-яке “переформування” є категорично неможливим. По-третє, авторкою не враховано, що неусвідомлене являє собою сукупність інстинктів, інтуїції та автоматизмів, отже, ніякого світогляду у підсвідомості не може бути. Хоча, безумовно, сама спроба дати визначення інформаційно-психологічного впливу в межах науки інформаційного права має сприйматися позитивно.

Складнощі, пов’язані з визначенням інформаційно-психологічних впливів, на нашу думку, зумовлені намаганням дослідників охопити їх дією всі, без винятку, психічні процеси, у тому й числі ті, що знаходяться в зоні несвідомого. Не відкидаючи можливості впливу на неусвідомлювані мотиви та підпорогове сприйняття, зауважимо, однак, що вивчення відповідних процесів у межах психологічних наук видається досить складним, а в межах правової науки – узагалі неможливим через відсутність відповідного інструментарію, який дозволяв би отримувати достовірні та надійні результати досліджень. Чи означає це знецінення нами неусвідомлених мотивів людської діяльності? Ні. Однак кожна наука має використовувати притаманні їй методи наукового пізнання, формування системи яких є складним і тривалим процесом, завершення першої стадії якого дозволяє стверджувати, що ми маємо справу саме з наукою, а не із сукупністю емоційних реакцій чи поетичних метафор окремих суб’єктів. І ці методи мають використовуватися для дослідження предмета та об’єкта саме цієї науки. Отже, якщо йдеться про правову науку взагалі й науку інформаційного права зокрема, слід брати до уваги, що її об’єктом є регульовані правом суспільні відносини. Таким чином, дослідження інформаційних впливів у науці інформаційного права може охоплювати лише ті їх аспекти, які знаходять прояв у суспільних відносинах і регулюються (або мають регулюватися) правовими нормами. Зрозуміло, що функціонування сфери інстинктів, неусвідомлених мотивів та підпорогового сприйняття, на щастя, правовими нормами не регулюється. Досліджуючи особливості інформаційно-психологічного впливу в межах науки інформаційного права, ми можемо достовірно оцінювати виключно поведінку суб’єктів суспільних відносин у аспекті її правомірності і неправомірності, і, за певних обмежень, у контексті управлінських процесів, – ефективності чи неефективності.

На підставі викладеного вище ми можемо сформулювати поняття інформаційно-психологічного впливу як цілеспрямованого поширення інформаційних повідомлень або їх сукупності з метою досягнення бажаного стану поведінки суб’єктів суспільних відносин. При цьому правомірні інформаційно-психологічні впливи, на наше переконання, можуть регулюватися правом лише в аспекті ефективності управлінських процесів у певній сфері (наприклад, щодо досягнення цілей вищої освіти). Відповідно, інформаційно-психологічні впливи батьків на формування особистості дітей, кандидатів у депутати – на електорат, виробників товарів та послуг – на споживачів, якщо вони не переслідують протиправної мети, перебувають поза межами вивчення науки інформаційного права. Дослідження таких впливів може здійснюватися в межах психологічних,

соціологічних, економічних наук, які мають для цього відповідний інструментарій. Неправомірним інформаційно-психологічний вплив стає за двох умов: якщо суб'єкт впливу порушує правові приписи під час поширення певних повідомлень (наративів) та/або якщо метою впливу є неправомірна поведінка об'єкта впливу. Якщо за результатами досліджень інших наук будуть достовірно встановлені фактори, які впливають на неправомірність поведінки суб'єктів і об'єктів інформаційного впливу, завданням права має стати пошук правових способів мінімізації негативних наслідків ситуації, що склалася. І, навпаки, встановивши випадки неправомірної поведінки, причини якої неможливо з'ясувати за допомогою правової методології, фахівці у сфері інформаційного права можуть ініціювати міждисциплінарні комплексні дослідження із залученням фахівців інших наук.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Буцел. Київ, Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
2. Філософський енциклопедичний словник / редкол.: В.І. Шинкарук (голова); НАН України, Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди. Київ: Абрис, 2002. С. 8.
3. Обличчя Євромайдану (соціальний портрет учасників протестів). URL: <http://infolight.org.ua/content/oblichchya-ievromaydanu-socialniy-portret-uchasnikiv-protestiv> (дата звернення: 01.11.2017).
4. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про використання електронних повідомлень в міжнародних договорах від 23.11.2005. URL: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995\\_e71](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995_e71) (дата звернення: 02.11.2017).
5. *Дрештак В.М.* Інформаційний, комунікативний, семіотичний простори державного управління: спільне, відмінне та особливе. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2012. № 2 (8). С. 65–69.
6. *Панарин И.Н., Панарина Л.Г.* Информационная война и мир. Москва: Олма-пресс, 2003. 384 с.
7. *Пилипчук В.Г., Дзьобань О.П.* Феномен інформації: історико-правові та філософські аспекти. Інформація і право. 2015. № 1. С. 5–14.
8. *Степанов А.Н.* Информатика: Учебник для вузов. Санкт-Петербург, 2015. 720 с.
9. *Крейдлин Г.Е.* Невербальная семиотика. Москва: Новое литературное обозрение, 2002. 581 с.
10. *Kelman H.C.* Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*. 1958. № 2(1). P. 51–60.
11. *Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф.* та ін. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / за заг. ред. Є.Д. Скулиша. Київ: ЗАТ "ВПОЛ", 2011. 248 с.
12. *Татенко В.* Соціальна психологія впливу: монографія. Київ: Міленіум, 2008. 214 с.
13. *Радзівєвська О.Г.* Проблеми негативних інформаційних впливів на дитину в Україні в умовах збройного протистояння. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія "Право". 2017. № 42. С. 197–200.

Отримано 06.11.2017