

УДК 159.9+342.78-316.64

В.І. Григор'єв

## ВПЛИВ НА ЛЮДСЬКУ СВІДОМІСТЬ – ПСИХОЛОГІЧНІ ВІЙНИ

У статті розкрито деякі технології та засоби маніпулювання свідомістю, форми та методи проведення психологічної війни. Розглянуто сучасний стан психологічного протиборства, а також особливості використання інформаційного впливу.

**Ключові слова:** психологічна війна, інформація, інформаційно-психологічний вплив, психологічна установка, маніпуляція.

В.И. Григорьев

## ВЛИЯНИЕ НА ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ – ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЙНЫ

В статье раскрыты некоторые технологии и средства манипулирования сознанием, формы и методы проведения психологической войны. Рассмотрено современное состояние психологического противоборства, а также особенности использования информационного воздействия.

**Ключевые слова:** психологическая война, информация, информационно-психологическое воздействие, психологическая установка, манипуляция.

V. Grigoriev

## IMPACT ON HUMAN CONSCIOUSNESS – PSYCHOLOGICAL WARFARE

The article deals with some technology and manipulation, forms and methods of social war. The current state of psychological confrontation, and especially the use of information influence.

**Keywords:** psychological warfare, information, information-psychological influence, attitudes, manipulation.

Психологічна війна з'явилася як форма інформаційного протиборства на певній стадії розвитку засобів і методів інформаційно-психологічного впливу і в даний час являє собою найбільш соціально небезпечну форму даного протиборства, здійснюваного насильницькими засобами і способами впливу на інформаційно-психологічну сферу супротивника з метою вирішення стратегічних завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що цій проблематиці, як у зарубіжній, так і вітчизняній історіографії, присвячено чимало літератури. Список авторів та праць налічує багато десятків. Звісно, вже є чимало захищених дисертацій з цієї проблематики та певні інтелектуальні праці таких авторів, як В.Г. Крисько, В.С. Цимбалюк, В.М. Богуш, С.А. Зелінський, А.І. Марущак, А.В. Маной-

ло та ін., однак така важлива тема потребує подальшого дослідження.

Метою даної статті є виявлення специфічних принципів ведення психологічних війн, дослідження використання сучасних технологій в інформаційному просторі, способів інформаційно-психологічного впливу на свідомість населення й особистість.

Під психологічною війною прийнято розуміти діяльність органів держави, яка здійснює психологічний вплив на громадян іншої держави заради досягнення своїх політичних, а також інших, у т. ч., і військових цілей. У повсякденному розумінні психологічна війна – це стихійне, некваліфіковане використання засобів спілкування та механізмів соціально-психологічного впливу одними людьми проти інших людей з метою підпорядкування їх собі або створення

сприятливих умов для свого існування і діяльності [1].

Основними цілями психологічної війни є зміна в бажаному напрямку психологічних характеристик людей (поглядів, думок, ціннісних орієнтацій, настроїв, мотивів, установок, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв, суспільної свідомості в цілому.

У протиборстві держав це – створення інформації, яку отримує політичне та військове керівництво протиборчої сторони і нав'язування їм фальшивої або беззмістовної інформації, позбавляє можливості правильно сприймати події або поточну обстановку та приймати правильні рішення [2].

У наш час у багатьох розвинених країнах здійснюється об'єднання в одне ціле сил і засобів психологічного впливу, призначених для досягнення політичних, ідеологічних і військових цілей. Цей процес набуває різні форми, залежно від історичних традицій, політичних та економічних умов у тій чи іншій країні.

Таким чином, психологічна війна – це сукупність різних форм, методів і засобів впливу на людей із метою зміни в бажаному напрямку їхніх психологічних характеристик, а також групових норм, масової свідомості, суспільних настроїв у цілому.

Психологічна війна здійснюється шляхом застосування психологічних впливів, тобто впливів на людей, які здійснюються з метою змін ідеологічних і психологічних структур їхньої свідомості та підсвідомості, трансформації емоційних станів, стимулювання певних видів поведінки [3].

Інформаційно-психологічний вплив із метою надання впливу на психіку та поведінку військовослужбовців і населення супротивника застосовувався в збройних протиборствах у ранню епоху і у війнах рабовласницьких держав.

Наприклад, у ході війни з греками Ксеркс активно використовував для здійснення впливу на еллінів так звану «п'яту колону». У ролі «п'ятої колони» виступали жерці Дельфів, які займали персофільську позицію. Вони доводили до еллінів передбачення про неминучу поразку. Згодом, коли греки перемогли, жерці, щоб виправдатися перед сучасниками і нащадками, винайшли версію про «чудо», нібито скоєне богами, що допомогло дельфійцям

внести вирішальний внесок у перемогу над варварами [4].

До однієї з перших спроб узагальнити накопичений досвід щодо впливу на супротивника у вигідному для себе плані можна віднести відомий трактат з військового мистецтва китайського полководця Сунь Цзи, який 500 р. до н. е. обґрунтував основні способи та методи впливу на ворога:

«розкладайте все гарне, що є в країні вашого супротивника»;

«залучайте видних представників вашого противника в злочинні підприємства»;

«підривайте їхній престиж і виставляйте в потрібний момент на ганьбу громадськості»;

«використовуйте співробітництво найбільш підлих і мерзотних людей»;

«розпалюйте сварки і зіткнення серед громадян ворожої країни»;

«підбурюйте молодь проти старих»;

«заважайте всіма засобами діяльності уряду»;

«бороніть всіма засобами оснащення, забезпечення і наведення порядку в збройних силах»;

«сковуйте волю противника безглуздими піснями і музикою; знецінюйте всі традиції і богів ваших ворогів»;

«посилайте жінок легкої поведінки з тим, щоб доповнити справу розтління»;

«будьте щедрі на пропозиції та подарунки для покупки інформації та спільників, не економте ні на грошах, ні на обіцянках, оскільки вони приносять великі дивіденди» [5].

У рабовласницький період досвід ведення бойових дій був узагальнений в Індії у вигляді «Законів Ману», в яких поряд із чисто військовими питаннями викладалися моральні основи війни. Відповідно до однієї з рекомендацій «Законів Ману» воюючої сторони, слід було активно «заохочувати до заколоту тих з військ противника, хто схильний до цього».

Подальший розвиток військового мистецтва незмінно супроводжувався вдосконаленням форм інформаційно-психологічного впливу. До II ст. відноситься використання такого самостійного прийому інформаційно-психологічного впливу, як проголошення справедливого характеру війни зі своєї сторони і несправедливого з боку супротивника [6].

Із приходом християнства (а на Сході – ісламу), щодо психологічного впливу, значну роль став відігравати релігійний фактор. Особливо це проявилось в ході ідейного обґрунтування хрестових походів. Офіційною метою цих походів, організованих феодалними державами Європи і Папою Римським, було звільнення «Гробу Господнього» в Єрусалимі. Ця версія задовольняла необхідність замаскувати істинні загарбницькі цілі світських і церковних керівників, їхнє прагнення оволодіти легендарними багатствами Сходу. Поряд зі стратегічною лінією церковної пропаганди, вони зображували агресивні війни як війни священні, в ході хрестових походів відпрацьовувалися прийоми, які згодом стали типовими для психологічної війни. До них можна віднести дискредитацію супротивника шляхом поширення версії про їхні звірства, розпалювання розбіжностей між державами Сходу і т. ін.

Не менш активно використовували канони релігії і мусульманські завойовники, що тримали своїх підданих у стані перманентної «священної війни» (джихад, газават), в ході якої догми непримирності до іновірства вживалися з тактичними хитрощами. Тим, кого прагнули звернути в мусульманство, обіцяли різні привілеї, включаючи звільнення від податків або рабства [7].

У феодальний період свого розвитку набув метод пропагандистської фальсифікації. Зокрема, для обґрунтування претензій на управління частиною Римської імперії в канцелярії римського папи Стефана III (VIII ст.) був підготовлений документ про «донації» (дарі). У ньому подавалася як справжня версія про те, що ще в IV ст. папа Сильвестр зцілив від прокази римського імператора Костянтина, який перетворив недавно ще гнане християнство в державну релігію. «Вдячний за викування Костянтин підтвердив права римського єпископа як глави християнської церкви і передав йому верховну владу над містом Римом, Італією і західними провінціями імперії, а сам пішов у свою нову столицю Візантію (Константинополь)» [8].

Об'єктами впливу в ході психологічної війни завжди є люди.

Форми психологічної війни – це способи реалізації психологічного впливу, що визначають внутрішній зміст і зовнішні атрибути

психологічної війни. Основними формами психологічної війни є усна мова, вплив друкованими та образотворчими засобами, методами радіо і телебачення, в т. ч. інтернету.

Психологічні впливи поділяються на кілька видів, одним з яких є інформаційно-психологічний вплив.

Інформаційно-психологічний вплив – це вплив словом, інформацією. Мета впливу – формування певних ідеологічних (соціальних) ідей, поглядів, уявлень, переконань; які викликають у людей позитивні або негативні емоції, почуття і навіть бурхливі масові реакції [9].

Серед найбільш поширених прийомів психологічної війни фахівці виділяють три основні.

Насамперед, це психологічний тиск. Це багаторазове повторення однієї й тієї само помилкової тези, посилення на авторитети в поєднанні з різними спекуляціями (починаючи від спотворення цитат і закінчуючи посиленнями на неіснуючі джерела); маніпуляція («гра») цифрами і фактами для створення видимості об'єктивності та точності; тенденційний підбір ілюстративного матеріалу з акцентом на ефект «драматизація впливу»; застрашливі «наочні ілюстрації» пропагандистських поглядів і позицій та інші аналогічні прийоми, розраховані на створення емоційного дискомфорту і нейтралізацію здібності людини раціонально оцінювати надану інформацію. Саме за такими принципами здійснюється подача світовими ЗМІ інформації про Лівію, Ірак, Іран, Сирію.

По-друге, непомітне проникнення в свідомість. Це реклама свого способу життя, поширення «бажаних» цінностей і стандартів масової культури через музику, розважальні телепрограми, кінофільми, через моду і т. ін.

Нарешті, третій прийом – це приховане порушення та спотворення законів логіки. Сюди відносяться підміна тез, хибна аналогія, висновок без достатньої підстави, підміна причини слідством, тавтологія і т. ін. Психологічна війна такого роду найбільш ефективна по відношенню до малоосвічених верств суспільства, що не завжди здатні слухати раціональні аргументи і схильні занадто багато приймати на віру [10].

Як правило, інформаційно-психологічний вплив здійснюється через засоби масової інформації.

До засобів масової комунікації, крім ЗМІ (телебачення, преса, радіо, інтернет і т. ін.), відносяться також кінематограф, театр, всі видовищні заходи та література, відеофільми, комп'ютер, різні види реклами, відео- і звукозапис тощо, за допомогою чого можна впливати на масову аудиторію.

Засоби масової інформації включають у себе розширений арсенал способів впливу на психіку індивіда і мас із метою впровадження в підсвідомість психологічних установок і формування стереотипів поведінки в несвідомій психіці.

На інформацію, що надходить із зовнішнього світу, частково впливає сама людина, а також середовище проживання, яке формує спрямованість її думок у спектрі певних знань.

Інформація, що надходить із навколишнього світу, з часом буде перероблена із задіяних глибинних шарів несвідомого, а також знаходиться в несвідомому архетипі та стереотипі поведінки, і далі ця інформація перейде у свідомість у вигляді виникнення у людини певних думок і як результат – здійснення відповідних вчинків.

За допомогою подібного роду впливу відбувається психологічна обробка не окремого індивіда, а індивідів, що об'єднані в маси. Якщо яка-небудь інформація надходить за допомогою засобів масової комунікації (телебачення, кіно, інтернет, газети, журнали та ін.), то така інформація неодмінно цілком осідає в психіці індивіда. Осідає незалежно від того, встигла свідомість обробити хоча б частину подібної інформації, або не встигла. Запам'ятав індивід інформацію, що надходить у його мозок, або не запам'ятав. Сам факт наявності подібної інформації вже говорить про те, що така інформація назавжди відкладалася в його пам'яті, в його підсвідомості.

У французькій монографії «Психологічна війна» (1954) вказується на місце ролі преси: «У пропаганді йдеться вже аж ніяк не про те, щоб відкрито писати в газеті або говорити у радіопередачі, що саме, згідно з бажанням пропагандиста, індивід повинен думати, чому він повинен вірити. Фактично проблема ставиться так: змусити того чи іншого думати про те чи інше, точніше, змусити певну групу людей діяти певним чином. Як цього досягають? Людям не говорять прямо: «Дійте так, а не інакше», – але знаходять психологічний трюк, який викликає

відповідну реакцію. Цей психологічний трюк називають стимулом. Як бачимо, пропаганда, таким чином, вже не має нічого спільного з поширенням ідей. Ідеться тепер не про те, щоб поширювати ідеї, а про те, щоб поширювати «стимули», тобто психологічні та психоаналітичні трюки, які викликають певні дії, певні почуття, певні містичні пориви» [11].

Таким чином, виділяють три рівні впливу на психіку:

1) посилення існуючих у свідомості людей потрібних установок, ідеалів, цінностей, норм; закріплення цих елементів свідомості в світогляді і життєвих установках;

2) приватні та малі зміни поглядів на ту чи іншу подію, що впливає на позицію й емоційне ставлення людини до конкретного явища;

3) корінна, кардинальна зміна життєвих установок на основі повідомлення драматичних відомостей і незвичайних нових даних.

Реалізація перших двох установок досягається за допомогою маніпулювання в короткий період часу, а третій рівень, що характеризує собою кардинальну зміну установок у моделях поведінки мас, стає можливим у результаті тривалого впливу на психіку [12].

Ще в першій половині 1930-х рр. нацистськими теоретиками пропаганди сформульовано основні принципи ефективного впливу на маси:

– доцільність уникати складних, заплутаних, штучних смислових конструкцій;

– увесь пропагандистський продукт повинен бути максимально примітивним і спрощеним, чорно-білим, без напівтонів;

– необхідно чітко визначити мету й орієнтуватися на певні соціальні групи людей;

– необхідно гнучко реагувати на аргументи опонентів і своєчасно попереджувати їх, не залишаючи каменя на камені від альтернативних поглядів і точок зору;

– ефективним є пропагандистський продукт, який впливає на емоції, а не лише апелює до розуму;

– тексти повинні бути логічно продуманими, але не обов'язково логічно викладеними;

– набір тез повинен обмежуватися кількома фразами, які варіюються та повторюються в різних інтерпретаціях [12].

З огляду на вищевикладене, інформаційно-психологічна безпека повинна стати одним із найважливіших завдань державної політики, тому необхідно встановлювати державні гарантії захисту людини від неусвідомлених деструктивних інформаційних впливів.

Отже, психологічна війна як реальний політико-психологічний процес спрямована на підризу масової соціальної бази політичних опонентів, на руйнування впевненості в правоті та здійсненності ідей противника, на ослаблення психологічної стійкості, морального духу, політичної, соціальної та всіх інших видів актив-

ності мас, що знаходяться під впливом опонентів. Кінцевою метою психологічної війни є поворот масової свідомості та масових настроїв від задоволеності та готовності підтримувати опонентів, до невдоволення і деструктивних дій щодо їх. Досягнення такої мети може виражатися в різних формах: від підготовки і провокування масових виступів для повалення політичного режиму до порушення інтересу до соціально-політичних та ідеологічних конструкцій альтернативного характеру.

Проблема безпеки в інформаційно-психологічній сфері є актуальною і затребуваною в сучасних умовах.

### **Використана література**

1. Крысько В.Г. Секреты психологической войны / В.Г. Крысько. – Минск, 1999. – 148 с.
2. В.С. Цимбалюк. Основи інформаційного права України : навч. посіб. / В.С. Цимбалюк, В.Д. Гавловський, В.В. Гриценко. – К. : Знання, 2004. – 274 с.
3. Богуш В.М. Інформаційна безпека держави / В.М. Богуш, О.К. Юдін. – К. : МК-Прес, 2005. – 432 с.
4. Геродот. История. В 9-ти кн. / Геродот. – Л., 1972 – С. 26.
5. Конрад Н.И. Сунь Цзы. Трактат о военном искусстве / Н.И. Конрад. – М., 1980. – С. 43.
6. Гуань Чжун. «Троецарствие». Т. 1 / Чжун Гуань. – М. : Госиздат, 1954. – С. 71.
7. Зелинский С. А. Современные психотехнологии манипулирования / С.А. Зелинский. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/zln0.htm>. – Заголовок з екрана.
8. Черняк Е.Б. Химеры старого мира / Е.Б. Черняк. – М., 1970. – С. 10.
9. Марущак А.І. Інформаційне право: регулювання інформаційної діяльності : навч. посіб. / А.І. Марущак. – К. : Скіф, 2008. – 334 с.
10. Ольшанский Д.М. Основы политической психологии / Д.М. Ольшанский. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 496 с.
11. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – М., 2000. – С.148.
12. Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания / Д.А. Волкогонов. – М. : Воениздат, 1983. – 288 с.
13. Цибулькин В.В. СС-Аненербе: розсекречені файли / В.В. Цибулькин, І.П. Лисюк. – К., 2010. – 288 с.

### **References**

1. Krysko V.H. (1999). Secrets of psychological warfare. Mynsk [in Bilorus].
2. Tymbaliuk V.S. (2004). Basics of rights informatiynogo Ukraine. Kyiv : Znannia [in Ukrainian].
3. Bohush V.M. (2005). Informatiyna bezpeka powers. Kyiv: MK-Pres [in Ukrainian].
4. Herodot. (1972). Story: In the 9-book. Leninhad [in Russian].
5. Konrad N.Y. (1980). Sun Tzu. A treatise on the art of war. Moskva [in Russian].
6. Huan Chzhun. (1954). Three Kingdoms. Moskva: Hosyzdat [in Russian].
7. Zelynskyi S. A. Modern psycho-manipulation. Retrieved from: <http://psyfactor.org/lib/zln0.htm> [in Russian].
8. Cherniak E.B. (1970). Chimera old world. Moskva [in Russian].
9. Marushchak A.I. (2008). Information Law: Regulation of Information. Kyiv: Skif [in Ukrainian].
10. Olshanskyi D.M. (2001). Foundations of Political Psychology. Ekaterynburh : Delovaia knyha [in Russian].
11. Kara-Murza S. (2000). Manipulation of consciousness. Moskva [in Russian].
12. Volkohonov D.A. (1983). Psychological warfare: subversive activities of imperialism in the public consciousness. Moskva: Voenydat [in Russian].
13. Tsybulkyn V.V.(2010). SS-Anenerbe: declassified files. Kyiv [in Ukrainian].