

СТРУКТУРА ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ

У статті подано аналіз структури явища інформаційно-психологічного впливу. Зіставлено різні версії складових цієї дефініції, уточнено сутність використаних формулювань у комунікативному аспекті. Конкретизовано терміни, часто вживані як синонімічні, скореговано понятійну базу.

Ключові слова: інформаційно-психологічний вплив, структура, комунікація, соціально-комунікативні технології, маніпуляція.

I. Вступ

Актуальність дослідження зумовлено тим, що інформаційно-психологічний вплив як явище сьогодні як ніколи набуває вражаючих масштабів. У зоні ураження – як психіка окремо взятих осіб, так і ментальність цілих народів. Перша зброя, до якої вдаються “сильні світу цього”, – інформація. Завдяки їй будують бізнес, підвищують конкурентоспроможність, розпалюють етнічну, расову, релігійну та інші види нетерпимості, збуджують патріотичні настрої, створюють імідж держав на світовій арені, підбурюють або придушують активність мас тощо.

Проблема, якій присвячено дослідження, полягає в тому, що серед науковців немає однозначного розуміння структури інформаційно-психологічного впливу (далі – ІПсВ) як явища. Так само, як і єдності у трактуванні терміна ІПсВ. Цю проблему розглядають наразі такі науковці, як: О. Андрєєва, Ю. Бондар, В. Василіук, Н. Грицяк, Є. Гуцал, М. Дмитренко, Я. Жарков, С. Климчук, В. Ліпкан, О. Литвиненко, І. Лук'янець, Г. Почепцов, П. Прибудько, А. Рось, Ю. Рубан, О. Соснін, В. Цимбалюк, М. Швець та ін. Проте за рядом напрямів залишаються прогалини та невирішені суперечності, зокрема, щодо самого розуміння інформаційно-психологічного впливу, його складових.

II. Постановка завдання

Мета статті – проаналізувати підходи науковців до структури інформаційно-психологічного впливу в процесі комунікації; окреслити поняття суб'єктів, об'єктів, цілей, методів та спрямованості досліджуваного явища.

Для досягнення зазначеної мети поставлено такі завдання:

- визначити роль і сутність інформаційно-психологічного впливу;
- розглянути основні підходи до визначення структурних елементів досліджуваного явища;
- надати характеристику кожній складовій інформаційно-психологічного впливу.

III. Результати

Для нашого дослідження доречним буде формулювання інформаційно-психологічного впливу, запропоноване М. Андріановим. Інформаційно-психологічний вплив – це розповсюдження (передавання) інформації, орієнтоване на зміну психології та поведінки об'єкта впливу, нерозривно пов'язане зі смисловим або комунікативним аспектом спілкування. При цьому категорія “інформація” може включати практично все, що завгодно: уявлення, ідеї, інтереси, настрої, почуття тощо. Основними цілями ІПсВ є: формування певних правових поглядів, переконань, ціннісних орієнтацій, ідеологій, уявлень і соціальних ідентичностей. Це досягається донесенням до людей тієї інформації, яка відповідає завданням впливу, а також наданням її в тому вигляді та обсязі, які найбільше підходять для сприйняття й зумовлюють найбільший ступінь її впливу на об'єкти впливу [1].

В. Куліков в інтегративній структурі психологічного впливу (будемо вважати інформаційно-психологічного, оскільки розглядаємо ІПсВ як психологічний вплив, який реалізується за допомогою інформації) виокремлює: 1) суб'єкт впливу; 2) об'єкт впливу; 3) цілі впливу; 4) дії в структурі впливу; 5) результати впливу [2].

Фахівці з теорії комунікації [3] формулюють компоненти структури впливу, спираючись на лінійну модель комунікації американського соціолога Г. Лассуела. Вона передбачає наявність у структурі впливу п'яти компонентів: суб'єкта, об'єкта, змісту, засобів та результату.

Сучасний вітчизняний дослідник В. Петрик у структурі інформаційно-психологічного впливу зазначає такі складові: об'єкти впливу, методи впливу, спрямованість впливу та мета (реакція, поведінка) [4].

Для реалізації завдань нашого дослідження будемо розкривати структуру ІПсВ за такими компонентами: суб'єкти впливу, об'єкти, цілі, методи та спрямованість.

У результаті вивчення наукових праць, присвячених дослідженню феномена інфо-

рмаційно-психологічного впливу, автор дійшов висновку про відсутність узгодженої позиції щодо визначення поняття “суб’єкти ІПсВ”. Адже категорія “суб’єкти” межує з терміном “об’єкти” в площині вивчення інформаційно-психологічного впливу. У межах нашого дослідження суб’єктом доцільно ідентифікувати сторону, яка впливає. Відповідно об’єкт – сторона, що зазнає впливу [5]. Але варто зазначити, що цей поділ умовний, адже в процесі соціального обміну особистість, установа чи держава, з одного боку, стають об’єктом впливу, а з іншого – впливають на інших, тож можуть бути і суб’єктами, і об’єктами водночас.

В. Бутранець до суб’єктів інформаційно-психологічного впливу зараховує органи влади та управління держав, їх союзів і коаліцій, підрозділи спеціальних служб та органи спеціальних психологічних операцій, структурні підрозділи державних органів безпеки, промислові й торгові корпорації, організації терористичної, націоналістичної та радикальної релігійної спрямованості, регіональні еліти, лідерів організованої злочинності, спільноти й індивідів, що використовують методи інформаційно-психологічного впливу для досягнення поставлених цілей.

Велику увагу вивченню суб’єктів інформаційно-психологічного впливу приділено в працях російського науковця А. Манойла [7]. До суб’єктів ІПсВ інформаційно-психологічного впливу він зараховує:

- держави, їх союзи та коаліції;
- міжнародні організації;
- недержавні незаконні (у тому числі незаконні міжнародні) збройні формування та організації терористичної, екстремістської, радикальної політичної, радикальної релігійної спрямованості;
- транснаціональні корпорації;
- віртуальні спільноти;
- медіа-корпорації [7].

Отже, держави, їх союзи та коаліції, як одні з найпотужніших суб’єктів інформаційно-психологічного впливу, характеризуються наявністю стабільних інтересів в інформаційному просторі. Аби ці інтереси підтримувати, названі суб’єкти вдаються до таких заходів: формування власного інформаційного простору (державного, союзного або коаліційного відповідно), інтегрованого в глобальний інформаційний простір; контроль за належним функціонуванням інформаційного простору; розробка відповідної нормативно-правової, концептуальної, ідеологічної бази, яка регламентує прецеденти участі в ІПсВ, визначає основні принципи та форми участі суб’єкта в процесі впливу; створення спеціальних структурних підрозділів (як у складі силових структур, так і в складі цивільних державних установ), основним призначенням яких постає здійснення інформаційно-психологічного впливу; розробка різноманітних інструментів ІПсВ. А в

разі неможливості винаходу останніх власними силами, придбання їх (у легальний або нелегальний спосіб) за кордоном.

Український дослідник Ю. Рубан пропонує іншу класифікацію суб’єктів ІПсВ [8]. Зокрема, що стосується держав, як учасниць інформаційно-психологічного впливу, він розрізняє їх на суб’єктів та об’єктів. Тож, за визначенням науковця, суб’єктами ІПсВ можна вважати лише розвинені країни або країни, які в ході модернізації досягли значних успіхів та освоїли останні досягнення постінформаційних суспільств.

В. Бутранець об’єктами інформаційно-психологічного впливу називає індивідуальну та масову суспільну свідомість (підсвідомість), населення протидержавних сторін і міжнародну громадськість, центри прийняття управлінських рішень та системи формування громадської думки, особовий склад і співробітників державних органів системи безпеки, щодо яких навмисно здійснюються операції, акції, заходи інформаційної боротьби [6].

Ю. Рубан до об’єктів ІПсВ також включає держави, яким притаманні відносна політична відкритість і включеність у глобальні процеси обміну капіталами та інформацією; етнічна, расова, конфесійна, ідеологічна строкатість; слабкі та/або нерозвинені політичні інститути та інститути сектору безпеки [8]. Тож через свою ослаблену позицію такі країни стають ціллю (а значить, об’єктом) інформаційного впливу з боку гравців, що домінують на міжнародній політичній арені.

В. Петрик поділяє об’єкти ІПсВ на дві категорії: суспільну (громадська думка) та індивідуальну (свідомість окремої людини) свідомість [13]. Дослідник зазначає, що саме на них сконцентований безпосередній інформаційний деструктивний вплив у межах заходів ІПсВ. Натомість, українська дослідниця І. Панова ціллю номер один вважає індивідуальну свідомість: “Головним об’єктом негативного інформаційного впливу є свідомість людини, оскільки саме вона зумовлює людську діяльність (або бездіяльність), і саме через неї проявляється дисфункціональний вплив на групу і масову свідомість. Інформаційно-психологічна безпека людини розглядається як такий стан захищеності її психіки від впливу різноманітних інформаційних чинників, при якому надійно функціонує особистий механізм психологічної адаптації, тобто забезпечується адекватне інформаційне сприйняття навколишнього світу і самого себе як суб’єкта інформаційних відносин” [14].

В. Петрик проаналізував дослідження вітчизняних фахівців і систематизував структуру об’єктів ІПсВ. Таким чином:

1) загальні об’єкти (правопорядок, нормальне функціонування органів влади та управління, мобілізаційна готовність і боєздатність збройних сил, органів безпеки та правоохоронних структур, налагоджені зов-

нішньополітичні зв'язки, міжнародний авторитет держави);

2) спеціальні об'єкти (суспільство загалом та окремі його верстви, прошарки, групи осіб, окремі їх представники. Це може бути той чи інший етнічний або соціальний прошарок або навіть специфічні групи осіб, наприклад, представники маргінальних елементів, зокрема засуджені, безпритульні, сектанти, політизовані радикали з числа націоналістів, анархістів тощо);

3) об'єкти розвідувальних спрямувань (засоби масової інформації та комунікації, інформаційні агентства; незалежні аналітичні центри та дослідні установи, які постійно висвітлюють ситуації, котрі виникають у державі, регіоні та світі, здійснюють аналіз і прогнозування можливого перебігу подій, тенденцій у різних суспільно-політичних, геополітичних, гео економічних та геостратегічних процесах; відповідні підрозділи міністерств, відомств або інших органів державного управління, на які покладається обов'язок налагодження і підтримання зв'язків із громадськістю та інформування останньої щодо діяльності зазначених установ, а також інші об'єднання громадян, які виступають від імені своїх членів).

Останні являють собою політичні партії та блоки; громадські організації; профспілки тощо, які певним чином впливають на політичні процеси в державі.

Отже, основними об'єктами деструктивного інформаційного впливу є:

1) ідеологічно-психологічне середовище суспільства, пов'язане з використанням інформації, інформаційних ресурсів та інформаційної інфраструктури для здійснення впливу на психіку й поведінку людей;

2) інформаційні ресурси, які розкривають духовні, культурні, історичні, національні цінності, традиції, надбання держави, нації в різних сферах життя суспільства;

3) інформаційна інфраструктура, тобто абсолютно всі проміжні ланки між інформацією та людиною;

4) система формування суспільної свідомості (світогляд, політичні погляди, загальноприйняті правила поведінки тощо);

5) система формування громадської думки;

6) система розроблення та прийняття політичних рішень;

7) свідомість та поведінка людини.

Автор доходить висновку: головним об'єктом ураження залишається людина, прихований вплив на яку здійснюється через її нервову систему та психіку, здебільшого на підсвідомому рівні. При цьому використовують подвійну психобіологічну природу інформації. Так, "комфортна" на рівні психобіологічного сприйняття інформація може спричинити шкоду на психосоціальному рівні чи навпаки, "цікава" – призвести до неусвідомлюваних психобіологічних негараздів, стимулюючи девіантну поведінку осо-

би, та руйнувати позитивні соціальні тенденції в суспільстві [14].

О. Манойло поділяє об'єкти ІПсВ на три категорії. Це система соціальних, політичних та психологічних відносин інформаційного суспільства. Дослідник зазначає, що об'єктом може стати будь-який компонент чи сегмент інформаційно-психологічного простору. Зокрема, масова та індивідуальна свідомість, соціально-політичні системи й процеси, інформаційна інфраструктура, інформаційні та психологічні ресурси [15]. Під останніми автор, зокрема, розуміє систему цінностей суспільства, її стійкість щодо зовнішніх або внутрішніх деструктивних впливів, психічне здоров'я громадян [7].

Цілі інформаційно-психологічного впливу визначають характер цього процесу та методи, завдяки яким його буде здійснено, вони залежать від інтересів суб'єктів. Як зазначає В. Бутранець, головна мета – це закріплення чи зміна поведінки об'єкта, його ставлення до певних подій, процесів у всіх сферах діяльності, у тому числі факторів інформаційного впливу з боку конкурента [6].

ІПсВ спрямовано на індивідуальну або суспільну свідомість інформаційно-психологічними або іншими засобами, що викликає трансформацію психіки, зміну поглядів, думок, відносин, ціннісних орієнтацій, мотивів, стереотипів особистості з метою впливу на її діяльність і поведінку. Кінцевою його метою є досягнення певної реакції, поведінки (дії або бездіяльності) особистості, яка відповідає цілям ІПсВ [4].

Група дослідників І. Більовський, В. Кулажський та В. Козачок характеризують суб'єкт впливу як маніпулятора. Вони зазначають, що стосовно противника інформаційно-психологічний вплив має деструктивний характер. Тож метою ІПсВ є завдати противникові шкоди в його інтелектуальній, духовній та емоційно-вольовій сферах діяльності. А це призведе і до суттєвих матеріальних збитків [16].

Д. Думанський, розглядаючи ІПсВ як засіб відстоювання політичних інтересів, метою інформаційно-психологічного впливу називає "зміну культурної і навіть етнічної самоідентифікації великих груп людей для включення їх у психокультуру агресора або досягнення інших цілей. Досягається це засобами пропаганди у широкому розумінні цього слова. Хоча особа або соціальна група має тенденцію до збереження своєї позиції, ухиляючись від усього, що суперечить її поглядам, це, однак, не рятує її від ціннісної переорієнтації внаслідок кваліфікованого застосування супротивником інформаційно-психологічних засобів" [17].

В. Петрик базовими методами інформаційно-психологічного впливу називає переконання та навіювання [18].

Переконання звернене до власного критичного сприйняття дійсності. В. Петрик наводить алгоритми впливу цього прийому:

- логіка переконання повинна бути доступною інтелекту об'єкта впливу;
- переконання необхідно здійснювати, спираючись на факти, відомі об'єкту;
- переконувальна інформація повинна містити узагальнювальні пропозиції;
- переконання має складатися з логічно несуперечливих тез;
- факти, що повідомляються, повинні бути відповідним чином емоційно забарвлені [18].

Вітчизняна дослідниця Л. Орбан-Лембрик, яка вивчала переконання як спосіб впливу, зазначає, що такий метод усуває фільтри на шляху інформації до свідомості та почуттів об'єкта ІПсВ [20].

Учена поділяє переконання на пряме й непряме: "Передумовою прямого способу є зацікавленість реципієнта в інформації, зосередженість його уваги на логічних, правдивих, очевидних аргументах. За непрямого способу переконання реципієнт стає підвладним випадковим чинникам, наприклад привабливості комунікатора. Більш аналітичний, стійкий і менш поверховий прямий спосіб переконання. Ефективнішим є його вплив на установки і поведінку індивіда. Сила і глибина його залежать і від переконуючої комунікації – сукупності заходів, спрямованих на підвищення ефективності мовного впливу. На її основі здійснюють прикладні дослідження особливостей комунікативного впливу, розробляють експериментальну риторику, аналізують основні та допоміжні елементи переконання, складові переконуючого комунікативного впливу" [20].

На противагу переконанню В. Петрик наводить навіювання як метод впливу. Чимало дослідників ще називають його сугестією. В. Різун наводить таке визначення цього терміна: "Сугестія, або навіювання (від лат. *suggestio, suggero* – навіюю, раджу), – це природний процес впливу однієї людини на іншу за допомогою прохання, переконання, доведення, аргументування, наказу тощо, що має на меті змінити установки, ціннісні орієнтації, поведінку людини" [18].

Л. Орбан-Лембрик поділяє навіювання за змістом та результатом впливу на позитивне (етичне) і негативне (неетичне). Перше застосовують у багатьох сферах соціальних відносин як засіб активізації групової діяльності: виробничої, навчальної тощо. Останнє застосовують як інструмент маніпуляції свідомістю індивіда, групи [20].

З огляду на механізм реалізації розрізняють пряме і непряме, навмисне і ненавмисне навіювання. Пряме навіювання полягає в заклик до певної дії, який сугестор передає як наказ, вказівку, розпорядження, заборону. За непрямого навіювання комунікатор приховує справжній зміст інформації. Розраховане воно на некритичне сприймання повідомлення, для чого використовують не наказові, а оповідні форми. Навмисне

навіювання є цілеспрямованим, свідомо організованим психологічним впливом (сугестор знає мету, об'єкт впливу, відповідно добираючи його прийоми). Ненавмисне навіювання не має спеціальної мети і відповідної організації [20].

Що ж щодо спрямованості інформаційно-психологічного впливу, скористаємося даними, які наводить професор В. Крисько. Він вирізняє такі сфери психіки окремої людини, груп людей і суспільної свідомості в цілому, на які чиниться ІПсВ:

- потребово-мотиваційна (знання, переконання, ціннісні орієнтації, потяги, бажання);
- інтелектуально-пізнавальна (відчуття, сприйняття, уявлення, уява, пам'ять і мислення);
- емоційно-вольова (емоції, почуття, настрої, вольові процеси);
- комунікативно-поведінкова (характер і особливості спілкування, взаємодії, взаємовідносин, міжособистісного сприйняття).

Науковець доходить висновків: "Якщо психологічний вплив скерований насамперед на потребово-мотиваційну сферу людей, то його результати позначаються передусім на спрямованості та силі спонукань (потягів і бажань). Коли під прицілом виявляється емоційна сфера психіки, то це позначається на внутрішніх переживаннях, а також на міжособистісних стосунках. Поєднання впливів на обидві названі сфери дає змогу впливати на вольову активність людей і таким способом управляти їхньою поведінкою. Вплив на комунікативно-поведінкову сферу (специфіку взаємин і спілкування) дає змогу створювати соціально-психологічний комфорт і дискомфорт, змушувати людей співпрацювати або конфліктувати з оточенням. У результаті психологічного впливу на інтелектуально-пізнавальну сферу людини змінюються в потрібний бік її уявлення, характер сприйняття інформації, яка надходить і, в підсумку, з'являється її "картина світу" [21].

IV. Висновки

На основі аналізу праць українських і зарубіжних науковців у статті розкрито структуру інформаційно-психологічного впливу за синтетичним набором складових. Оскільки на сьогодні немає єдиного підходу до окреслення структури ІПсВ, наголошено на компонентах, що найбільше відповідають завданням дослідження, таких як: суб'єкти впливу, об'єкти, цілі, методи та спрямованість.

Особливо різняться думки науковців з приводу поділу складових структури ІПсВ на категорії "суб'єкти" та "об'єкти". Останні здебільшого нерідко називають "суб'єктами" і навпаки. У межах цього дослідження ідентифіковано суб'єктом сторону, яка впливає; відповідно сторону, яка зазнає впливу, – об'єктом. Цей поділ умовний, адже в процесі соціального обміну особистість, установа чи держава, з

одного боку, стають об'єктом впливу, а з іншого – впливають на інших, тож можуть бути і суб'єктами, і об'єктами водночас.

Однією з найважливіших цілей інформаційно-психологічного впливу більшість науковців називає зміни в поведінці об'єкта. При цьому мета впливу визначається якостями суб'єкта. Якщо останній є маніпулятором, то метою ІПсВ будуть деструктивні зміни в поведінці об'єкта, на який здійснюється вплив.

Серед найпоширеніших методів ІПсВ – переконання та навчання. Перший передбачає аргументоване й логічно витримане доведення істинності того чи іншого положення, думки, оцінки. Другий являє собою форму безпосереднього психічного впливу, пов'язану з ослабленням свідомого контролю; виступає як стійкий компонент повсякденного спілкування або як спеціально організований вид комунікації, розрахований на некритичне сприйняття інформації.

Інформаційно-психологічний вплив спрямований на індивідуальну та суспільну свідомість. Сама категорія “спрямованість” межує з категорією “об'єкти” в цьому контексті вивчення структури ІПсВ.

Список використаної літератури

- Андрианов М. С. Злоупотребление свободой массовой информации при освещении проблем преступности / М. С. Андрианов // Уголовное право. – 1999. – № 2. – С. 150.
- Куликов В. Н. Прикладное исследование социально-психологического воздействия / В. Н. Куликов // Прикладные проблемы социальной психологии. – Москва : Наука, 1983. – С. 158–172.
- Москаленко В. В. Психологія соціального впливу : навч. посіб. / В. В. Москаленко. – Київ : Центр навчальної літератури, 2007. – 448 с.
- Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність): монографія / Я. М. Жарков, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін. – Київ : Віпол, 2013. – 248 с.
- Об'єкт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%94%D0%BA%D1%82>.
- Бутранец В. К. Информационное противоборство: понятие, субъекты, цели / В. К. Бутранец // Государственное управление и право. – 2008. – № 3 (28). – С. 104–109.
- Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях: монография / А. В. Манойло. – Москва : МИФИ, 2003. – С. 281.
- Рубан Ю. Г. Україна як суб'єкт і об'єкт сучасних міжнародних інформаційних воєн [Електронний ресурс] / Ю. Г. Рубан // Національна безпека і оборона. Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 2 (11). – Режим доступу: http://old.niss.gov.ua/book/Str-Pryor/11_2009/1.pdf.
- Віртуальні спільноти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B0.
- Дзюндзюк В. Б. Віртуальні співтовариства: потенційна загроза для національної безпеки [Електронний ресурс] / В. Б. Дзюндзюк // Державне будівництво. – 2011. – № 1. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua>.
- Туронко С. Г. Субкультура Интернет-сообществ / С. Г. Туронко // Культура России как её стратегический ресурс: сб. науч. тр. – Москва : Междунар. ун-т, 2004. – Вып. 2. – С. 208–221.
- СМИ и политика : учеб. пособ. / под ред. Л. Л. Реснянской. – Москва, 2007. – С. 44.
- Петрик В. М. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи / В. М. Петрик // Юридичний журнал [Електронне видання]. – 2009. – № 5. – Режим доступу: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3222>.
- Панова І. В. Захист від впливу інформації, що є шкідливою для особи, як принцип інформаційного права / І. В. Панова // Український юридичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://radnuk.info/pidrychnuku/admin-pravo/493-stetsenko/21503i.html>.
- Манойло А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны : монография / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. – Москва : Горячая линия – Телеком, 2003. – 541 с.
- Роль інформаційно-психологічного впливу в інформаційній боротьбі / І. Більовський, В. Кулажський, В. Козачок // Соц. психологія. – 2006. – № 1. – С. 162–170.
- Думанський Д/ Інформаційно-психологічна боротьба як системний виклик сучасності / Д. Думанський // Молода нація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://moloda-naciya.smoloskyp.org.ua/?p=210>.
- Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / Петрик В. М., Остроухов В. В., Штоквиш О. А. та ін. – Київ : Росава, 2006. – 208 с.
- Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. – Київ : Просвіта, 2008. – 260 с.
- Соціальна психологія : посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – Київ : Академвидав, 2003. – 446 с.
- Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько. – Москва : Харвест, 1999. – 448 с.

Стаття надійшла до редакції 19.09.2015.

Немцева О. А. Структура информационно-психологического влияния

В статье осуществлен анализ структуры явления информационно-психологического влияния. Сопоставляются разные версии составляющих данной дефиниции, уточняется суть использованных формулировок в коммуникационном аспекте. Автор конкретизирует термины, часто используемые как синонимические, корректирует понятийную базу.

Ключевые слова: информационно-психологическое влияние, структура, коммуникация, социально-коммуникационные технологии, манипуляция.

Nemceva O. The Structure of Phenomenon Information and Psychological Impact

In the article the analysis of structure of phenomenon information and psychological impact. The different versions of the components of this definition are contrasted, clarifies the nature of formulations used in the communication aspect. The author specifies terms are often used as synonyms, corrects a conceptual framework.

Based on the works of local and foreign scientists an author reveals the mean of the concept of information and psychological impact. This article enlightens structure information-psychological influence on a range of synthetic components. Because of sources studied no single approach to defining the structure of information and psychological impact, the author dwells on the components most appropriate objective of this study. Among of them are the agents of influence, objects, goals, methods and orientation. Especially different opinions of scientists about the components division structure of information-psychological influence in category "subjects" and "objects". Last mostly often called "agents" and vice versa. For the purposes of this study, the author identifies the subject side which is affected. According side which is exposed is object. This division is conditional, because in the process of social exchange person, institution or government, on the one hand, are subject to influence, and on the other, influencing others, so there may be subjects and objects simultaneously. One of the major purposes of information and psychological influence most scholars call changes the behavior of the object. This influence is determined by objective qualities of the subject. If the last is the manipulator, the goal of information-psychological influence will destructive changes in the behavior of the object to which an impact. Among the most common methods of information and psychological impact are persuasion and suggestion. The first involves reasoned and logical aged bring the truth of a situation, opinions, estimates. The second is a form of direct psychological impact associated with the weakening of conscious control; it acts as a component of everyday spontaneous or organized as special type of communication for the uncritical perception. Information and psychological impact aimed at individual and social consciousness. The category of "orientation" borders on the category of "objects" in this context, to study the structure of information-psychological influence.

Key words: information and psychological impact, structure, communication, social-communicational technologies, manipulation.