

Комунікаційні механізми психотехнік

Метою написання нашої статті є пошук зв'язку між ustalеними комунікаційними процесами в сучасному суспільстві та їх психологічним підґрунтям. Спираючись на усталене визначення психологічних мотивів комунікації, автор намагається виокремити та класифікувати психотехніки, які існують у суспільстві.

Ключові слова: психотехніка, комунікаційний процес, спілкування, технології масових комунікацій, маніпулювання, свідомість, мозок, психоемоційна сфера, культура.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Безперечним є той факт, що на початку ХХІ ст. бурхливого розвитку набули технології масових комунікацій як такі. Зв'язок одного суб'єкта з іншим чи з групою суб'єктів, які стають об'єктом, прискорився, спростився, його можливості безмежно розширилися. Безумовно, ми стаємо свідками нового етапу розвитку суспільства, пов'язаного зі змінами, що відбуваються у сфері комунікацій. Людина, її духовно-душевний світ залучені до цього процесу і, по суті, вона, людина, стоїть у центрі комунікаційного процесу навіть тоді, коли він розвинений до рівня технологій і навіть індустрій. Осмислення та пояснення процесів, які відбуваються у людині на рівні роботи органів сприйняття і продукування певних її відчуттів, дає, на наш погляд, можливість переосмислювати кількісні показники бурхливого розвитку подій та технологічних змін у якісні маркери тенденцій, сподівань, прогнозів.

Психологія і, зокрема, практична психологія покликані вивчати духовно-душевні стани людини. Психотехніка як галузь психологічної науки виникла сто років тому, і її завданням було вирішення практичних завдань культури. Поняття *культура* за ті ж сто років трансформувалось у поняття *комунікаційний процес*. Кожна подія, витвір, артефакт нині розглядаються фахівцями як повідомлення, яке має певного адресата. Свої послання і навіть місії мають і групи людей, організації та інститути. Завдання вченого, що вивчає соціальні комунікації, – дослідити цей процес, пояснити і зрозуміти його для того, щоб якимось чином усвідомити тенденції розвитку, мейнстріми, або магістральні потоки, у які направлений розвиток соціуму. Проблема, яку ми ставимо у цій статті, – це дослідження сучасного комунікаційного процесу з точки зору визначення його психотехнічних складових частин з метою отримання відповіді на питання: «Що ж таке сучасні психотехніки й які комунікаційні механізми задіяні у них?»

Мета нашої статті – дослідити комунікаційні механізми, на яких базується психотехнічний процес.

Відповідно до мети робота передбачає розв'язання таких завдань:

1. Виявити спільні ознаки, за якими можна згрупувати сучасні психотехніки, описати їх.

2. Знайти й описати феномени культурного життя соціуму, простежити задіяні в ньому комунікаційні механізми психологічного впливу.

3. З'ясувати, які комунікаційні процеси є психотехнічними, а які до них не належать.

Результати й обговорення. Спираючись на дослідження В. Штерна [1], М. Курека [2], Ф. Василюк [3], Г. Абрамової [4], М. Маклюена [5], Г. Мюнстерберга [6], А. Філатова [7], М. Єліаде [8], Е. Торчинова [9], С. Волінські [10] та інших, усталені психотехніки умовно можна поділити за морально-етичними мотивами їх використання на психотехніки впливу (маніпулювання) і психотехніки допомоги (декодування). При цьому доповнимо, що останні розрізняються за способом комунікацій: зовнішні та внутрішні. Тобто в одному випадку індивід одержує потрібну йому допомогу ззовні, від інших людей, інституцій, організацій, створених саме для цієї мети. Прикладом може слугувати звернення людини до свого товариша за порадою та співчуттям, до психолога, до авторитетної людини, якою може бути представник церкви, до ворожки, до літератури відповідної тематики тощо. В іншому випадку людина, покладаючись на власні сили, що базуються на набутому досвіді, намагається сама, за допомогою відомих їй психотехнічних засобів, допомогти собі у вирішенні тієї чи тієї проблеми. Тут прикладом можуть бути практики виходу в усі відомі змінені стани свідомості, які залежать від ритмів коливання (імпульсів) кори головного мозку. За Р. Джерардом [1, с. 42], ці стани поділяються на бета, альфа, тета і дельта й відповідають таким психофізіологічним станам, як бадьорість та розв'язання повсякденних завдань, стан розслабленості, медитативний стан, стан творчого пошуку, поверховий сон, глибокий сон тощо. Вихід у змінені стани свідомості за допомогою хімічних речовин, зокрема й природного походження, ми в цій роботі не розглядатимемо. Тож почнемо із зовнішніх комунікаційних психопрактичних процесів, які оточують людину від самого народження і супроводжують усе життя.

Окремо хочемо зосередити увагу на процесі **отримання знань**, який, на нашу думку, прокладає місток між впливом та допомогою, тобто в проце-



сі отримання знань індивід спроможний усвідомити вплив і розшифрувати його як необхідний для допомоги власному розвитку.

Психотехніки впливу першого порядку, назвемо їх так, ми спостерігаємо тоді, коли один індивід, спілкуючись (комунікуючи) з другим індивідом, намагається домогтися від першого виконання своїх намірів чи своїх програм. Перший у цьому випадку – суб'єкт впливу, другий – об'єкт впливу. Це може відбуватися за допомогою вербальних засобів, таких як мова зі всіма напрацьованими механізмами відкритого та прихованого впливу, та невербальних, таких як поведінка (рухи, жести, хода, танок тощо), зовнішній вигляд (вираз обличчя, вираз очей, макіяж, зачіска, нігті, одяг, взуття та все це, об'єднане в образ), допоміжні аксесуари, предмети, символи, формування намірів і постановка цілей (цей процес внутрішній і стосується самопрограмування суб'єкта впливу). Отже, **мова**. Формування усного та письмового мовлення в поєднанні з техніками поведінки як засобу впливу дуже добре описує нейролінгвістичне програмування (НЛП), створене й поширене наприкінці ХХ ст. завдяки працям Р. Бендлера, Д. Гріндера, Ф. П'юселіка, Г. Бейтсона [12]. НЛП дуже добре доводить те, що мозок – це осередок програм, які в ньому діють. За експертною думкою Р. Докінза [13], чимало з цих програм не є власними програмами індивіда – це такі собі віруси, імплантовані в роботу мозку з метою впливу. Зауважимо, що метою цього дослідження є суто технічний (практичний) бік психопрограмування і в жодному разі не морально-етичний її аспект. Тож відповіді на питання, хто програмує та для чого, нас не мають цікавити хоча б із міркувань збереження конструктивності. Отже, програмування мозку за допомогою мови. Вивчаючи теорію соціальних комунікацій, логічно можна дійти думки, що мова взагалі була винайдена як засіб впливу на навколишнє середовище з метою його створення. Тобто весь матеріальний світ, яким ми його бачимо, чуємо, відчуваємо, створений за допомогою мови як засобу зв'язку між людьми, а отже, засобу зовнішніх комунікацій. Зауважимо, що для спілкування з духами природи, богами, землею, космосом перші жителі планети мову не використовували. Вона знадобилася тільки тоді, коли постало завдання створити комфортний для існування світ. Люди, «воліючі духи» планети, отримали мову як знаряддя створення світу, в якому їм було б добре жити. Мова передовсім поєднувала для примноження зусиль в опануванні довкілля. Потреби зростали – від безпеки та продовження роду до самовираження, вершиною використання мови як способу семантичного самовираження людини ми вважаємо літературу і поезію як окремий ритмічний її вимір. Перші літературні артефакти нашої планети не дійшли до

нас через відомі обставини, а от писемність дала змогу задіяти ще один із органів чуття людини – зір. Комунікаційний процес розширився за межі акустичного каналу передачі інформації та ввібрав у себе ще й візуальний. Почали з'являтися попередники візуальноорієнтованих дослідників простору і часу. Згодом з'явилася технологія Йоганна Гутенберга, яка уможливила процес множення світло-тіньових відбитків, і таких дослідників стало у тисячі разів більше. Люди почали читати, відкриваючись потоку інформації та вмикаючи за допомогою органів чуття уяву – чи не найпотужніший інструмент створення світу. Друковане слово створило світ масових вірувань, принципів, законів життя, світ колективної реальності. Цей світ розвивається і, намагаючись поглянути на себе вже з космосу, запускає перший штучний супутник Землі. З появою нових технологічних можливостей злетіти над Землею та подивитися на неї з висоти світ знову змінюється. Світ змінився від світла і тіні друкарського відбитка до багатовимірності мультимедіа. М. Маклюен дійшов висновку, що мова сама собою є колективно використовуваною маскою енергій, які посилюються актом писання, а згодом і актом публікації. Кожна людина і світ загалом, за його професійними висновками, намагаються розпізнати і скинути всі маски. Інформаційні технології є рушієм цього процесу [5, с. 10]. Технологічні доміанти змінюються в інформаційному просторі, тож мова поступово втрачає всеохопну владу над людським мозком. Людина намагається сприймати навколишній світ за допомогою інших органів чуття, вона починає переживати дійсність. Сьогодні медіа – це емоції, це сміх, сльози, жахи, хвилювання, вболівання, співчуття і співпереживання. Сьогодні інформаційний масаж уже тренує психоемоційну сферу людини. Тепер до уяви, мальованої мозком, додалися емоції, які продукують почуття та відчуття проживання дійсності. Виниклі технології навпередки намагаються створити штучну реальність, яка давала б відчуття, максимально наближене до реального життя. Доведеним є той факт, що під час перегляду кінофільму органи і системи людини реагують на емоції та переживання таким самим чином, як і в реальних, життєвих ситуаціях, якби вони мали місце в житті цієї людини. Тобто змодульовану (віртуальну) реальність і дійсність індивід на рівні фізіології сприймає однаково. Нервова система однаково напружується та продукує одні й ті самі гормони в організм людини. Ми проживаємо одні й ті самі стани з тією різницею, що за одиницю часу в реальному житті ми не можемо пережити таку кількість емоцій і, відповідно, станів, як за час отримання одного мультимедійного масажу. Ми знову маємо справу з «тиражуванням» масок енергій, але енергій іншого, значно потужнішого характеру.



Технологічний (грец. «техно» + «логія». – сукупність методів і прийомів впливу, а також процесів, що супроводжують цей процес) підхід породив психотехнології – **психотехніки впливу другого порядку**. Сукупність прийомів, засобів, зокрема технічних, а також супроводжувальні процеси, об'єднані заради досягнення певної мети впливу, – це психотехнологія. Психотехнології, як правило, використовують більш ніж одну техніку і спрямовані здебільшого не на одну людину. Технології, направлені на «душу» з метою досягнення певної мети, бачимо у вихованні, освіті, бізнесі, культурі, релігії, політиці тощо. Деякі вчені, серед них Е. Когай з Курського державного університету РФ [14], називають активну комунікаційну стратегію маніпулятивною, на відміну від пасивної (презентаційної) та інтерактивної (конвенційної) [14, с. 1]. При цьому для презентації основним засобом є послання, для конвенції – діалог. Якщо розкривати цю думку далі, то вся активна однобічна комунікаційна діяльність є маніпулятивною за своєю суттю. Тобто дидактична система освіти, активні маркетингові стратегії у бізнесі, в тому числі й у бізнесі культурних індустрій, форма спілкування церкви з віруючими, активні політичні комунікаційні стратегії є психотехнологіями. В усіх цих випадках існує однобічний потік інформації, спрямований на учня, споживача, виборця. Стаючи споживачем інформації, людина в цих процесах підпадає під вплив психотехнологій, які є основою комунікаційних стратегій впливу. Інакше кажучи, спілкуючись, ми впливаємо, а мова спілкування не обмежується розробленими комунікаційними стратегіями – вона народжує нові й нові комунікаційні механізми. У галузі середньої освіти відповіддю на технологічний вплив є стан здоров'я випускників середніх шкіл. За даними МОЗ України станом на кінець 2005 р., 85 % із них мають ті чи ті хронічні захворювання. Психосоматичні процеси, які відбуваються в людському організмі, що розвивається, заганяють або, як кажуть психологи, «скидають» невіршені проблеми вглиб цього організму. Так реагує психіка дитини на інформаційний пресинг сучасного освітнього процесу в середній школі [15, с. 33]. Причина, як вважають фахівці, – відсутність зворотних комунікацій та неможливість уплинути ані на сам освітній процес, ані на його результат. Водночас мало хто з видатних постатей ХХ ст. був відмінником, або «золотим медалістом» у школі. І якщо взяти собі за мету дослідити мету використання психотехнологій початкової та середньої освіти, то можна дійти певного висновку щодо того, кого виховує середня школа, але це не є предметом нашого дослідження. Далі – маркетинг, визначений одним із його теоретиків Ф. Котлером як «задоволення потреб у спосіб обміну» [16, с. 47]. Тобто гроші міняються спожив-

вачем на товари та послуги, які йому, як він сам вважає або думає, що вважає, потрібні. Суть використовуваної технології маркетингу в бізнесі полягає в тому, що все населення (ринок) поділяється на групи (цільові аудиторії), а кожну групу бере в коло уваги того чи той сегмент бізнесу і веде за допомогою комунікаційних стратегій до вершини «рекламної піраміди», де відбувається жадана дія – покупка. Потім ця дія має повторюватися. Етапи комунікаційної стратегії маркетингу: інформування, подання знання про товар/послугу, формування схильності до певного товару/послуги, формування наміру купити, покупка. Для проходження цього шляху розробляють так звані комунікаційні стратегії, які охоплюють усе населення і задіюють рекламні звернення, PR-активність, активність із просування, розповсюдження, стимулювання, нестандартні заходи, які часто стосуються культурно-спортивної сфери. Це й формує, по суті, наш інформаційний простір, створений як наслідок психотехнологічного впливу в суспільстві споживання. Цікаво, що за даними підручника з маркетингу, одні й ті самі технології використовуються для створення, виведення на ринок та просування всіх без винятку товарів, послуг, особистостей, політичних та релігійних поглядів. Тобто в сучасному світі все це стало товаром, людський мозок – воротами до ринку. Людина – ринком. У підручнику Ф. Котлера так і написано: «Ринок – це покупці...» [16, с. 54]. Отже, маркетинг є психотехнологією суспільства споживання.

Але, якщо все пов'язане з усім у світі згідно з парадоксом ЕПР (Енштейн, Подольський, Розен), то кожна дія, а тим більше технологія як ланцюжок дій, має призвести до відповіді, тобто до зворотного боку використання технології, або до «рівноваги», згідно з другим законом термодинаміки. Якщо однією з форм відповіді дитини на сучасний виховний процес є або фізична хвороба, або агресія, жорстокість, насильство, то «майдани» та інша активність електорату – ймовірно, одна з форм відповіді у діалозі «влада – народ». Детально комунікаційні механізми керування свідомістю електорату на прикладі влади Росії та США дослідив Г. Почепцов [17]. На його думку, процес впливу на свідомість населення відбувається постійно. Інша пара – «церква – віруючі» – теж підходить у своєму діалектичному розвитку до наступного кроку. Уперше в історії католицизму Папа Римський добровільно зрікся престолу, а ЗМІ поширили чутки про те, що Ватикан – банкрут. Духовний лідер світу – фінансовий банкрут, кошти якого «вкрадені» самими панотцями. Цей месидж не може не призвести до відповідних зрушень у настроях вірян.

Висновки та перспективи подальших розвідок.

Отже, враховуючи розглянуті джерела та подальші розмірковування, можна дійти деяких вис-



новків. По-перше, про те, що психотехніка – це майстерність комунікаційного процесу, яка базується на морально-етичному рівні його учасників та соціально-політичних завданнях чи замовленнях. З цього випливає другий висновок про те, що усталені психотехніки умовно можна поділити на три великі групи: психотехніки впливу, психотехніки допомоги (декодування) і, нарешті, інтерактивні психотехніки співтворчості (креативні). Моральні та етичні засади є, на наш погляд, чи не єдиними критеріями, які формують технічні завдання для процесу впливу на душевний стан людини в комунікаційному процесі. Третій висновок, якого ми можемо дійти, – психотехнічний процес у своєму розвитку підіймається його учасниками на рівень технологій та виробництв (індустрій).

1. Штерн В. Дифференциальная психология и ее методические основы / В. Штерн. – М. : Наука, 1998. – 333 с. – (Памятники психологической мысли).
2. Курек Н. С. История ликвидации педологии и психотехники / Н. С. Курек. – М. : Алетейя, 2004. – 336 с.
3. Василюк Ф. Е. От психологической практики к психотехнической теории // Московский психотерапевтический журнал. – 1992. – № 1. – С. 15–33.
4. Абрамова Г. С. Введение в практическую психологию / Г. С. Абрамова. – М. : Москов. психотерапевтическая акад., 1994. – 237 с.
5. Маклюэн Г. М. С появлением спутника планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры: (In Medias res. Конкурс «Галактика Маклюэна» : сборник лучших работ молодых учёных к столетию Герберта Маршалла Маклюэна (1911–1980)) [Электронный ресурс] / Г. М. Маклюэн ; [пер. с англ. В. П. Терин]. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2011. – URL: <http://www.rsacs.org/?q=ru/node/62>. – (Канадская б-ка).
6. Мюнстерберг Г. Основы психотехники. Первая общая часть / Г. Мюнстерберг ; [пер. с нем. под ред. и

с предисл. Б. Н. Северного и В. М. Экземплярского]. – М. : Русский Книжник, 1924. – 136 с.

7. Филатов А. А. Школа актерского мастерства К. Станиславского и буддийские психотехники // Пятое Торчиновские чтения. Философия, религия и культура стран Востока : тезисы докл. научн. конф., 6–9 февр. 2008 г. – С.Пб : Факультет философии и политологии СПбГУ, 2009. – С. 586–596.
8. Элиаде М. Йога: бессмертие и свобода / М. Элиаде. – С.Пб : Центр «Петербургское Востоковедение», 2004. – 279 с.
9. Торчинов Е. А. Религии мира: опыт запредельного. Психотехника и трансперсональные состояния / Е. А. Торчинов. – С.Пб : Центр «Петербургское Востоковедение», 1997. – 384 с.
10. Wolinsky S. H. Quantum Consciousness. The Guide to Experiencing Quantum Psychology® / Stephen H. Wolinsky. – Connecticut : Bramble Books, 1993. – 198 pp.
11. Gerard V. R. Change Your DNA, Change Your Life! / Robert V. Gerard. – California : Oughten House Foundation, Inc. Coarsegold, 2000. – 128 pp.
12. Grinder J. Frogs into Princes: Neuro Linguistic Programming / John Grinder and Richard Bandler. – UT. : Real People Press, 1979. – 194 p.
13. Докинз Р. Вирусы мозга // Химия и жизнь. – 2005. – №10. – С. 50–55.
14. Козай Е. А. Стратегия позиционирования российских регионов (Работа подготовлена при поддержке РГНФ в рамках проекта № 12-03-00426а.) [Электронный ресурс] // Энциклопедия знаний. – URL: <http://www.pandia.ru>.
15. Доброденчук И. Н. Новые дети и «современная» система образования / И. Н. Доброденчук, Е. П. Григорьева // Наши дети и новый уровень сознания : материалы науч.-практ. конф., 21–26 сент. 2006 г. – К., 2006. – С. 33.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1991. – 734 с.
17. Почепцов Г. Г. Комунікативні майданчики на рівні країни чи сім'ї як механізм управління свідомістю [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов. – URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/17313>.

Подано до редакції 17. 05. 2014 р.

Yakushev Oleksiy. Communication mechanisms of psychotechniques.

The purpose of writing of the article is to search for a connection between well-established communication processes in the today's society and their psychological background. Based on the established definition of psychological motives of communication, the author tries to distinguish and classify the psychotechniques which exist in the society.

Keywords: psychotechniques, communication process, communication, technologies of mass communication, manipulation, consciousness, brain, psycho-emotional sphere, culture.

Якушев А. В. Коммуникационные механизмы психотехник.

Целью написания нашей статьи является поиск связи между принятыми коммуникационными процессами в современном обществе и их психологической основой. Опираясь на существующее определение психологических мотивов коммуникации, автор пытается выделить и классифицировать психотехники, которые существуют в обществе.

Ключевые слова: психотехника, коммуникационный процесс, общение, технологии массовых коммуникаций, манипулирование, сознание, мозг, психоемоциональная сфера, культура.

