

# Технології масового інформаційного впливу

Комова Марія  
Кафедра СКІД  
НУ "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
maria.komova@gmail.com

Колбаснікова Анна,  
Коновалова Олександра  
Кафедра СКІД  
НУ "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
annakolbasnikova@gmail.com,  
ssashakonovalova@gmail.com

*The plot of the meaning «psychological impact and manipulation» as a form of covert psychological impact exists for a long period of time. The concept of psychological impact is regarded as one of variants impact overall. Main in this category based on causal changes in the psyche of the subject. There are many methods of information and psychological effects. The most important is persuasion, suggestion and propaganda.*

**Ключові слова:** information, media, information environment, national identity, the information society.

Сучасні інформаційні і телекомунікаційні технології істотно впливають на людство, на кожну сферу його життя. Користувачі мас-медіа, соціальних мереж перебувають від постійним впливом маніпулятивних технологій, використання яких набуло очевидних ознак системності. Технології інформаційного впливу визначають вибір соціальних, політичних, моральних пріоритетів споживачів інформації, корегують їхню поведінку та стиль життя [1; 2].

Тема маніпулювання свідомістю вийшла за межі наукових досліджень і розширила рамки публічної дискусії, потрапивши в поле уваги засобів масової інформації (ЗМІ). Головним об'єктом інформаційного впливу на людину є її свідомість. Ефекти впливу сприймаються свідомістю тоді, коли вони можуть бути критично нею осмислені, пропущені через фільтр оперативної пам'яті, а потім відкладені у сховищі пам'яті – підсвідомості. У мас-медіа, соціальних мережах використовується чимало

методів інформаційно-психологічного впливу, проте основними з них є методи переконання, навіювання та пропаганди [3].

Переконання має бути доступним для інтелекту об'єкта впливу, його варто здійснювати, спираючись на факти, відомі об'єктові. Найвищою фактологічною (інформаційною), насиченістю володіють, матеріали інформаційних жанрів, але й в журналістських творах цих жанрів автори можуть представляти різну кількість інформем.

Успішне застосування фактологічного принципу подання інформації в ЗМІ залежить від журналістської майстерності переконувати фактами – відбирати їх з поточної дійсності, узагальнювати, аналізувати, встановлювати їхній зв'язок і взаємозалежність, вибудовувати на їхньому фундаменті свої міркування та ідеї. За медіатекстом стоять мовні особливості журналіста, його світогляд, інтелектуальний та професійний рівень, когнітивні здібності.

Основою журналістської творчості є об'єктно-предметне, постійно змінюване різноманіття дійсності, що становить сутність фактологічного принципу подання інформації в масовій комунікації. Факт як системне явище не можна розглядати поза контекстом соціальної дійсності [4]. Журналістська майстерність виявляється у дотриманні вимог логічної і лінгвістичної системності при висвітленні фактів. Логічна системність передбачає: дотримання точності і вірогідності висвітлення фактологічної бази (посилання, свідчення, цитати; визначення місця, часу, обставин); ясності викладу (уточнення, зіставлення цитат, розповідей декількох очевидців про їхній власний досвід); ясності ситуації,

зображеної журналістом; визначеності ставлення журналіста до певного факту; наочності (врахування фактологічних деталей, сильних своєю очевидністю). Лінгвістична системність передбачає дотримання стилістики журналістських творів в ЗМІ: стислість, вивірена довжина і ритміка повідомлення, точність і простота слів і фраз.

Переконлива інформація повинна містити узагальнювальні пропозиції та логічно несуперечливі конструкції. Навіювання, навпаки, спрямовується на суб'єктів, які некритично сприймають інформацію. Особливостями навіювання можна вважати цілеспрямованість, спланованість застосування, визначеність, конкретність поведінки, тобто об'єкту необхідно дати інструкцію щодо конкретних його реакцій і вчинків, які відповідають меті впливу. Будь-який контакт містить частку навіювання або повністю будується на ньому, тому ці поняття нерозривні. Навіювання може ґрунтуватися на довірі, авторитеті, переконливості, залежати від очікувань, надій, бажань і здатне продукувати новоутворення в соціальному житті індивіда

Пропаганду слід вважати непереможною зброєю масового враження. Цей вид комунікації використовують для впливу на свідомість, щоб керувати та контролювати емоціями, почуттями, відчуттями та розумом людини. Пропагандистський вплив на свідомість людей перебуває на двох рівнях: фізичному та психологічному. При фізичному впливі пропаганда базується на емоціях, відчуттях та почуттях. За допомогою емоцій у особи може викликатися стан ейфорії, страху чи агресії. При психологічному впливі пропаганда звертається саме до розуму, для того, щоб сформувані певні соціальні доктрини, постулати і концепції - загалом всього, на що може орієнтуватися суспільна свідомість при інтерпретації реальності. Людство потерпає від пропагандистських війн, коли в інформаційному середовищі з'являється цілеспрямоване протистояння двох чи більше потужних агентів впливу. Саме у цей момент, у людській свідомості йде протистояння різних поглядів, кожен з яких може бути правильним, тим, у який особа захоче вірити.

До методів інформаційного впливу належить суспільний маркетинг, за допомогою якого з'ясовуються переконання, цінності та проблеми, які є актуальними для аудиторії впливу. Для цього

застосовується технологія сегментації електорату за певними ознаками, наприклад за віковими, соціальними, професійними, етнічними. Цю інформацію можна використати проти суперника за допомогою лав своїх прибічників. До методів можна також додати іміджеве позиціонування, яке означає певне виділення образу з поміж інших суб'єктів інформаційного простору.

Як форма інформаційного впливу може використовуватися реклама, презентуючи переваги із метою сформувані або підтримати людську обізнаність, зацікавити та залучити до споживання. Дуже часто у суспільстві застосовують агітацію - це потужний метод впливу для політичної та суспільної сфери, за допомогою роз'яснення ідеології та як наслідок спонукання громадськості до певних дій.

Маніпулювання свідомістю не втрачатиме своєї актуальності, оскільки це потужна зброя для досягнення цілей без використання військових потужностей, що особливо цікаво в умовах ведення гібридної війни чи її протидії. викорінення цілих народів. Україна саме зараз переживає повне маніпулювання свідомістю українців, а як наслідок ми маємо дезінформований, сліпий народ.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] Комова М.В. Громадська думка як результат соціальної взаємодії мас медіа і суспільства / М.В.Комова // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка. – К., 2015. – Вип. 22. – С.7 – 12;
- [2] Комова М.В. Соціальна взаємодія як засіб інформаційного впливу / М.В. Комова // (ICS-2013). - Львів-Славське: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 42-43.
- [3] Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / [В.М.Петрик, В.В.Остроухов, О.А.Штоквиш та ін.]. – К. : Росава, 2006. – С. 150-180;
- [4] Комова М.В. Сутність феномену факту та його функціонування в мас медіа / М.В.Комова // Актуальні питання масової комунікації : науковий журнал. – К., 2015. – Вип. 17. – С. 22 – 30.