

УДК 159.9:004

UDC 159.9:004

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА**THE INFORMATION PSYCHOLOGICAL IMPACT: CONCEPT AND STRUCTURE**

С. А. Голубева,
преподаватель кафедры тактики и общевойсковых дисциплин военного факультета в УО «Белорусская государственная академия авиации»;

П. А. Хмарский,
кандидат технических наук, доцент кафедры авиационных радиоэлектронных систем авиационного факультета УО «Военная академия Республики Беларусь»

S. Golubeva,
the lecturer of chair of tactics and all-military disciplines of military faculty in Establishment of education «Belarusian State Academy of Aircraft Establishment of education «Belarusian state academy of aircraft», Minsk, Belarus;

P. Khmarski,
candidate of Technical Sciences, associate professor of aviation radio-electronic systems of aviation faculty of Establishment of education «Military Academy of Republic of Belarus» Establishment of education «Military academy of Republic of Belarus», Minsk, Belarus

Поступила в редакцию 10.07.17.

Received on 10.07.17.

В статье рассмотрено понятие информационно-психологического воздействия с точки зрения двух подходов – как составляющей психологического воздействия, так и информационного. Даны определения: информационного, психологического и информационно-психологического воздействия. Показано, что информационно-психологическое воздействие осуществляется в различных формах и различными психологическими средствами и технологиями с помощью доведения специально отобранной информации, с целью преобразования или изменения психологических характеристик личности, групповых норм, общественного мнения или переживаний людей, опосредующих их деятельность и поведение.

Подробно рассмотрена и проанализирована структура информационно-психологического воздействия, которая основывается на трех взаимосвязанных между собой и последовательно переходящих друг в друга этапах: операционный, процессуальный и результативный.

Ключевые слова: психологическое воздействие, информационное воздействие, информационно-психологическое воздействие, манипулирование, средства массовой коммуникации.

The concept of information psychological impact is considered as a component of two approaches: psychological and informational influence. The article Discloses certain definitions: information, psychological and information-psychological influence. It is shown that the information and psychological impact is carried out in various forms and with various psychological tools and technologies for means of bringing a specially selected information, in order to transform or change the psychological characteristics of the individual, group norms, public opinion or people experiences that mediate their activities and behavior.

In order to determine the main stages of the provision of information and psychological impact, identify its components and the relationships between them, its structure is discussed in detail and analyzed. It is based on three interconnected and successively going into each other stages: the operational, procedural and effective.

Keywords: psychological impact, informational impact, information psychological impact, manipulation, communication media.

Введение. Благодаря постоянной информационной связи с окружающим миром, в котором человек действует как активный социальный субъект, формируется его «субъективная реальность», влияние которой не менее значимо для человека, чем влияние объективной реальности. Большинство сведений, необходимых для

своего социального поведения и жизни в обществе, человек получает под влиянием информационно-коммуникативных процессов, которые являются динамическим компонентом информационной среды. Развитие средств массовой коммуникации, постоянное увеличение объема поступающей информации привели к тому, что

информационно-психологическое воздействие (ИПВ) стало основным инструментом формирования «субъективной реальности» человека, опосредующей его деятельность и поведение.

Информационно-психологическому воздействию и смежным с ним понятиям посвящено множество отечественных и зарубежных публикаций. В учебном пособии В. А. Янчука [1], с позиции разработанного им интегративно-эkleктического подхода, рассмотрено понятие и структура социально-психологического воздействия, а также существующие подходы к его описанию. В работах В. П. Шейнова [2; 3] представлена единая интегративная модель, описывающая механизмы реализации психологического воздействия на всех ее этапах – от замысла до полученного результата. В многочисленных работах В. Л. Маришук и Л. В. Маришук особое внимание уделено отдельному виду ИПВ – педагогическому воздействию, в частности на его примере обоснованы необходимые составляющие для формирования убежденности и показано, путем модификации закономерности Йеркса-Додсона, в каких случаях эмоциогенные воздействия перестают давать эффект и их следует прекращать либо менять содержание и форму выражения [4]. В исследованиях лаборатории информационно-психологических технологий А. Н. Потерягина особое внимание уделено понятию, классификации видов и анализу известных технологий ИПВ [5]. В работах А. В. Манойло рассмотрены и проанализированы технологии ИПВ как инструмента социального управления в системе государственной информационной политики [6]. В работах специалистов Института проблем управления им. В. А. Трапезникова Российской академии наук (Д. А. Новиков, В. В. Цыганов, С. Н. Бухарин, А. И. Чхартишвили, И. А. Агеев, В. Н. Бурков, В. А. Бородин и др.) с использованием подходов теории автоматического управления рассматриваются и анализируются модели информационного влияния, управления и противоборства [7]. В исследованиях Т. С. Кабаченко проведен анализ различных вариантов психологического воздействия, представлена их классификация и типизация [8]. Множество зарубежных исследований (J. French, B. Raven, P. Neil, M. Van Leenwen, D. Levy, B. Collins G. MacDonald и др.) направлено на изучение типов реакции адресата на различные виды ИПВ и последующее построение описательных моделей состояния и поведения адресатов и инициаторов воздействия [2].

Несмотря на серьезные успехи в области исследования ИПВ, в настоящее время есть ряд нерешенных задач и проблем, среди которых следует выделить:

1. Существование множества различных определений как ИПВ, так и смежных с ним понятий, что зачастую у многих авторов приводит к подмене одних понятий другими, несущих в себе отличия друг от друга, а иногда и противоречия.

2. Отсутствие единой классификации видов ИПВ.

3. Отсутствие четких критериев, позволяющих отнести ИПВ к негативному, деструктивному, нейтральному или позитивному.

4. Недостаточная изученность возможных последствий негативного ИПВ. Особый интерес представляет выявление факторов, влияющих на степень подверженности негативному ИПВ в различных условиях.

Данная публикация является первой в запланированном цикле статей, посвященных вопросам теоретического и экспериментального исследования ИПВ.

Цель настоящей статьи – рассмотрение понятия и анализ структуры ИПВ. Для достижения указанной цели решены следующие задачи: рассмотрено понятие ИПВ и его связь со смежными терминами; определена сущность позитивного, негативного, деструктивного ИПВ; представлена и проанализирована структура ИПВ.

Основная часть

Понятие информационно-психологического воздействия. Информационно-психологическое воздействие рассматривается как составляющая психологического воздействия (первый подход), так и информационного (второй подход). Под психологическим воздействием понимается «социально-психологическая активность одних людей, осуществляемая в различных формах и различными средствами и направленная на других людей и их группы с целью преобразования или изменения психологических характеристик личности (ее взглядов, мнений, отношений, ценностных ориентации, настроений, мотивов, установок и стереотипов поведения), групповых норм, общественного мнения или переживаний людей, опосредующих их деятельность и поведение» [9]. Очевидно, что именно применение психологических средств делает воздействие психологическим. С точки зрения этого подхода, ИПВ рассматривается как способ оказания влияния на психику человека (отдельных индивидов и группы), осуществляемое посредством целенаправленного доведения информации (коммуникации) с целью склонения объекта к заданным изменениям, благоприятным для субъекта воздействия [5]. Говоря о средствах ИПВ, в данном случае выделяют пять основных групп факторов влияния (средств) [10]: вербальные, невербальные, а также средства, направленные на стимулирование разных модальностей восприятия информации, регулирование мотивационно-потребностной сферы и привлечение к совместной деятельности.

С точки зрения второго подхода базовым понятием является «информационное воздействие», под которым понимается направленный информационный контакт с целью управления поведением его объекта – личности [7]. Информационное воздействие подразделяется на инфор-

мационно-психологическое, информационно-силовое и информационно-энергетическое, отличие которых заключается в используемых средствах и последствиях. Информационно-психологическое воздействие подразумевает плановое воздействие на психику и поведение человека, направленное на его сознание и подсознание (интеллектуальную, рационально-волевою и эмоционально-чувственную сферы личности). Цель ИПВ заключается в стимулировании или укреплении у личности отношения и поведения благоприятных для целей субъекта такого воздействия. Информационно-психологическое воздействие включает действия по доведению до личности специально отобранной информации, влияющей на ее эмоции, отношения, цели, рассуждения и поведение, формирует прогнозируемые мнения и взгляды, мировоззренческие нормы и установки, поведенческие реакции. При оказании ИПВ на личность используются различные адаптивные и фундаментальные архетипы, гипноз, нейролингвистическое программирование, семантические и синтаксические психотехнологии, обман [7].

Таким образом, объединяя указанные выше подходы, получим, что **информационно-психологическое воздействие – это целенаправленное воздействие на психику человека (отдельных индивидов и группы), осуществляемое психологическими средствами, путем доведения специально отобранной информации (коммуникации) с целью склонения объекта к заданным изменениям, благоприятным для субъекта воздействия.**

Специально организованное ИПВ может носить как конструктивный (формирующий индивидуальное и общественное сознание в целях мобилизации психологических возможностей объекта воздействия для решения созидательных задач), так и деструктивный (разрушающий систему социальных установок (аттитюдов), представлений, отношений объекта воздействия) характер. Разработка методики оценки деструктивности и конструктивности ИПВ на личность и группу является актуальной научной и практической проблемой и будет подробно рассматриваться в последующих работах.

Более широким по отношению к деструктивному ИПВ является понятие негативного ИПВ – это воздействие информацией на личность или группу лиц, осуществляемое с использованием специальных средств и методов воздействия на психику человека и приводящее к негативным последствиям для личности, общества и государства [11]. Любое деструктивное ИПВ является негативным, однако, не каждое негативное ИПВ является деструктивным. В противовес негативному ИПВ, рассматривают позитивное, которое способствует удовлетворению потребностей и достижению целей личности, общества и государства.

Для анализа любого ИПВ и определения его характера, необходимо подробно рассмотреть его структуру, то есть все его этапы, компоненты и взаимосвязи между ними.

Структура информационно-психологического воздействия. Проведенный анализ существующих способов описания ИПВ позволил разработать собственную структуру ИПВ (рисунок), которая учитывает и дополняет модель социально-психологического воздействия, синтезированную с позиции теории коммуникации в работе В. А. Янчука [1], и интегративную модель психологического воздействия В. П. Шейнова [2; 3].

Первой отличительной особенностью разработанной структуры ИПВ является наглядное представление в ней трех взаимосвязанных между собой и последовательно переходящих друг в друга этапов ИПВ: операционного, процессуального и результативного. *Операционный этап* заключается в определении целей, объектов воздействия, подготовке и планировании реализации ИПВ. *Процессуальный этап* заключается в принятии или отвержении объектом оказываемого на него воздействия. *Результативный этап* представляет собой ответные реакции объекта воздействия.

Продолжительность и сложность *операционного этапа* существенно зависят: от выбранного объекта ИПВ (в роли которого могут выступать как отдельные индивиды, так и социальные группы) и от возможностей субъекта ИПВ. *Источник*

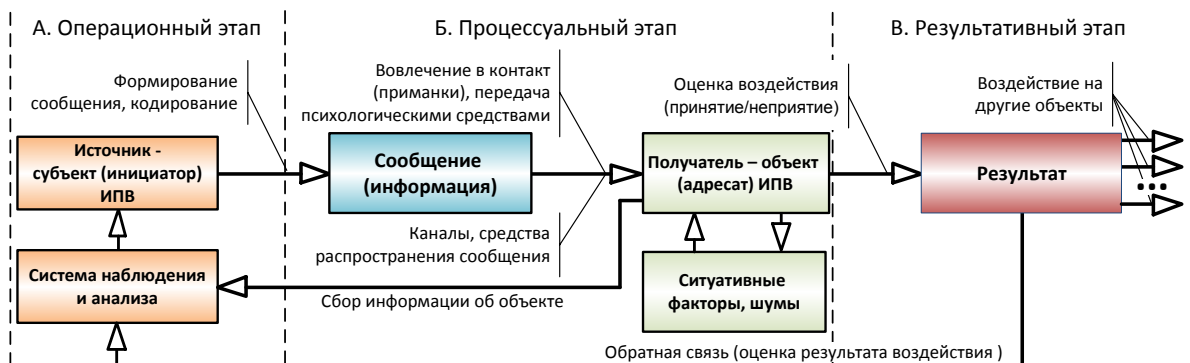


Рисунок – Обобщенная структура информационно-психологического воздействия

(*субъект, инициатор*) ИПВ – человек (или группа), организующий и реализующий систему действий, направленных на изменение системы социальных установок (аттитюдов), представлений, отношений, поведения и т. п. личности или группы (объектов ИПВ) для достижения поставленной цели. Группа, осуществляющая ИПВ, в свою очередь может состоять из заинтересованных лиц и агентов влияния. В роли агентов влияния могут выступать, в том числе, недавние объекты ИПВ, изменившие свое поведение в соответствии с целями субъектов ИПВ и ставшие сами субъектами ИПВ. Ключевые особенности субъектов ИПВ: численный состав (индивид, малая группа, организация, сообщество и т. п.), материально-технические возможности, системы ценностей и цели ИПВ.

Второй отличительной особенностью предлагаемой структуры ИПВ от известных является наличие *системы наблюдения и анализа*, позволяющей принимать и обрабатывать данные об объекте, на основе чего разрабатываются стратегии ИПВ и формулируется план воздействия, включающий в себя [6]: определение и характеристику объектов; сегментацию целевых аудиторий; стратегию и тактику сообщения. Под *сообщением* понимается специально отобранная информация, передаваемая источником посредством кодов. Код может быть вербальным, невербальным, визуальным, музыкальным или какой-либо другой модальности [1]. При разработке сообщений необходимо учитывать характеристики и функции информационных воздействий и систем коммуникаций [6]. Знания психофизиологических основ обработки, восприятия и воздействия смысловой и чувственной информации на человека, правильный выбор мишеней воздействия и «приманок», тщательный отбор и структурирование информации, определенная последовательность ее предъявления, позволяют сформировать сообщение таким образом, чтобы оно достигло максимального эффекта [6–8]. В зависимости от характеристик и функций сообщения, а также располагаемого бюджета выбираются различные средства распространения (каналы) ИПВ: радио, телевидение, газеты, журналы, интернет и др. Стратегия сообщения регламентирует создание, тестирование и размещение сообщений. Тактика сообщения определяет тон, форму, алгоритм и ситуацию подачи сообщения.

При планировании ИПВ особое внимание уделяется выбору мишеней воздействия и «приманок», необходимых для вовлечения адресата в контакт и создание благоприятного фона и стимулов, побуждающих адресата к заданным изменениям, благоприятным для субъекта воздействия [2]. Побуждение к заданным изменениям может достигаться за счет суммарного результата влияния приманок, фоновых факторов, воздействия на мишени, либо за счет использования специальных приемов и технологий ИПВ – подталки-

вание к включению нужного психологического механизма у адресата (внутреннее побуждение), а также прямая актуализация желаемого мотива, подходящее распределение ролей (позиций), задание сценариев, включение адресата в соответствующую деятельность или референтную для него группу, подпороговое воздействие и т. п. [3].

Канал (путь следования сообщения) включает возможные искажающие влияния шумов и ситуативных факторов. Максимальный эффект от ИПВ на выбранную целевую аудиторию достигается благодаря интеграции различных средств коммуникации.

В качестве *получателя (объекта, адресата)* воздействия могут выступать отдельные индивиды, социальные группы и более широкие общности, например, общества и сообщества. При организации воздействия на них учитываются индивидуальные и групповые особенности, присутствующие им в связи со спецификой используемых способов или средств [1; 8]. Например, в случае внушающего воздействия на личность учитывается уровень внушаемости личности, в случае убеждающего воздействия – интеллектуальные способности и склонность к рациональному обоснованию [1]. В случае группового воздействия, в качестве детерминант эффективности воздействия могут выступать [1]: внушаемость (склонность к безотчетному, некритическому принятию мнения группы), конформность (склонность к демонстрации солидарности с группой при внутреннем разногласии с ней), неконформность (склонность к отстаиванию собственной позиции вне зависимости от мнения группового большинства) и негативизм (склонность к отрицанию всего во имя самоутверждения).

Результатом деятельности субъекта ИПВ, являются изменения каких-либо особенностей личности объекта, его сознания, подсознания и поведения. Перестройка системы социальных установок (аттитюдов), представлений, отношений, поведения и т. п. личности или группы под влиянием ИПВ может быть различной как по широте охвата затрагиваемых аспектов, так и по стойкости их изменений [6].

Наличие обратной связи, идущей от результата к *системе наблюдения и анализа*, является **третьей отличительной особенностью** предлагаемой структуры ИПВ. Обратная связь (положительная или отрицательная) – неотъемлемая часть любой эффективной системы автоматического управления, позволяющая использовать информацию о состоянии объекта для выработки корректирующих команд управления [12]. Субъект воздействия сравнивает задающую команду (цель или установка ИПВ, желаемое состояние объекта) с сигналами обратной связи и определяет рассогласование (ошибку управления) – разницу между заданным и фактическим состоянием объекта. Если рассогласование равно нулю, то никаких корректирующих команд

управления не требуется. Если разница есть, то субъект формирует управляющую команду, которая стремится свести рассогласование к нулю. Такие системы управления называют *замкнутыми* – вся информация об объекте управления передается по замкнутому контуру. Управление без использования обратной связи (*системы программного управления или разомкнутые системы*) возможно в том случае, когда инициатор не получает никакой информации о реальном состоянии адресата и реализуется по заранее рассчитанной программе. Однако такой подход не позволяет гарантировать, что цель ИПВ будет достигнута. Решение задачи синтеза эффективной структуры ИПВ возможно только для замкнутых систем и заключается в рациональном использовании сигналов обратной связи для подавления действий внешних возмущений (ситуативных факторов и шумов) и обеспечения быстрых и качественных переходных процессов на основе одного из известных методов оптимизации [12]. При синтезе эффективной структуры ИПВ необходимо учитывать модифицированную В. Л. Марищуком закономерность Йеркса-Додсона, позволяющую определить в каких случаях ИПВ перестает давать эффект и его следует прекращать либо менять содержание сообщения и форму его выражения [4].

Заключение

Таким образом, проведенное исследование, посвященное изучению понятия и разработке

структуры ИПВ, позволило сделать следующие выводы:

1. Информационно-психологическое воздействие – это целенаправленное воздействие на психику человека (отдельных индивидов и группы), осуществляемое психологическим средствами, путем доведения специально отобранной информации (коммуникации) с целью склонения объекта к заданным изменениям, благоприятным для субъекта воздействия.

2. Специально организованное ИПВ может носить как конструктивный (формирующий индивидуальное и общественное сознание в целях мобилизации психологических возможностей объекта воздействия для решения созидательных задач), так и деструктивный (разрушающий систему социальных установок (аттитудов), представлений, отношений объекта) характер.

3. Предлагаемая авторами статьи структура ИПВ, основывается на теории коммуникации и состоит из трех взаимосвязанных между собой, последовательно переходящих друг в друга, этапов: операционном, процессуальном и результативном.

4. Замкнутая структура (использующая сигналы обратной связи) ИПВ является более эффективной, чем разомкнутая, а ее оптимизация возможна за счет введения системы наблюдения и анализа, позволяющей формировать корректирующие управляющие воздействия для достижения требуемого результата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Янчук, В. А. Введение в современную социальную психологию : учеб. пособие для вузов / В. А. Янчук. – Минск : АСАР, 2005. – 800 с.
2. Шейнов, В. П. Интегративная модель психологического воздействия / В. П. Шейнов // Психологический журнал. – 2011. – № 1–2. – С. 27–32.
3. Шейнов, В. П. Психологическое влияние / В. П. Шейнов. – Минск : Харвест, 2011. – 640 с.
4. Марищук, Л. В. Психология : учеб. пособие / Л. В. Марищук, С. Г. Ивашко, Т. В. Кузнецова ; под науч. ред. Л. В. Марищук. – 2-е изд. – Минск : Витпостер, 2016. – 778 с.
5. Лаборатория информационно-психологических технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://labipt.com/Понятие-и-виды-информационно-психоло/>. – Дата доступа: 24.05.2016.
6. Манойло, А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : монография / А. В. Манойло. – М. : МИФИ, 2003. – 388 с.
7. Цыганов, В. В. Информационные войны в бизнесе и политике: Теория и методология / В. В. Цыганов, С. Н. Бухарин. – М. : Академ. проект, 2007. – 336 с.
8. Кабаченко, Т. С. Методы психологического воздействия : учеб. пособие / Т. С. Кабаченко. – М. : Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.
9. Крысько, В. Г. Психология и педагогика: вопросы – ответы / В. Г. Крысько. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 366 с.
10. Психология влияния [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psy-navigator.ru/2012-01-22-20-53-30/25-sensornie-sredstva-vliyanija.html>. – Дата доступа: 22.04.2017.
11. Макаров, В. Е. Политические и социальные аспекты информационной безопасности / В. Е. Макаров. – Таганрог, 2015. – 349 с.
12. Теория оптимизации систем автоматического управления / под ред. К. А. Пупкова. – М. : Изд. МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2004. – 744 с.

REFERENCES

1. Yanchuk, V. A. Vvedeniye v sovremennuyu sotsialnuyu psikhologiyu : ucheb. posobiye dlya vuzov / V. A. Yanchuk. – Minsk : ASAR, 2005. – 800 s.
2. Sheynov, V. P. Integrativnaya model psikhologicheskogo vozdeystviya / V. P. Sheynov // Psikhologicheskii zhurnal. – 2011. – № 1–2. – S. 27–32.
3. Sheynov, V. P. Psikhologicheskoye vliyaniye / V. P. Sheynov. – Minsk : Kharvest, 2011. – 640 s.
4. Marushchuk, L. V. Psikhologiya : ucheb. posobiye / L. V. Marishchuk, S. G. Ivashko, T. V. Kuznetsova ; pod nauch. red. L. V. Marishchuk. – 2-ye izd. – Minsk : Vitposter, 2016. – 778 s.
5. Laboratoriya informatsionno-psikhologicheskikh tekhnologiy [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://labipt.com/Понятие-и-виды-информационно-психоло/>. – Data dostupa: 24.06.2016.
6. Manoylo, A. V. Gosudarstvennaya informatsionnaya politika v osobykh usloviyakh : monografiya / A. V. manoylo. – M. : MIFI, 2003. – 388 s.
7. Tsyganov, V. V. Informatsionnyye voyny v biznese i politike: Teoriya i metodologiya / V. V. Tsyganov, S. N. Bukharin. – M. : Akadem. proyekt, 2007. – 336 s.
8. Kabachenko, T. S. Metody psikhologicheskogo vozdeystviya : ucheb. posobiye / T. S. Kabachenko. – M. : Pedagogicheskoye obshchestvo Rossii, 2000. – 544 s.
9. Krysko, V. G. Psikhologiya i pedagogika: voprosy – otvety / V. G. Krysko. – M. : YuNITI-DANA, 2004. – 366 s.
10. Psikhologiya vliyanija [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://psy-navigator.ru/2012-01-22-20-53-30/25-sensornie-sredstva-vliyanija.html>. – Data dostupa: 22.04.2017.
11. Makarov, V. Ye. Politicheskiye i sotsialnyye aspekty informatsionnoy bezopasnosti / V. Ye. Makarov. – Taganrog, 2015. – 349 s.
12. Tepriya optimizatsii system avtomaticheskogo upravleniya / pod red. K. A. Pupkova. – M. : Izd. MGTU im. N. E. Baumana, 2004. – 744 s.