

АСПЕКТИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА МАСИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Зорін М.Т.

Науковий керівник – ст. викладач Жидкова О.О.

Харківський національний університет радіоелектроніки
(61166, Харків, пр. Науки, 14, каф. філософії, тел. (057) 702-14-65)

e-mail: matvii.zorin@nure.ua

The material discusses the psychological aspects and processes that occur under the influence of the media. A person becomes the most vulnerable in the conditions of the information society, when various information technologies become an integral part of the implementation of the functions of managing society. In order to resist the misinformation and manipulations that various manipulators skillfully use, a person must correctly filter information, think critically, analyze, pay attention to information sources.

На початку ХХІ століття вже сама інформація почала використовуватися як зброя. Маніпулювання масовою свідомістю, використання різних засобів і технологій, інформаційно-психологічного впливу на людей стало досить звичайним явищем у повсякденному житті, у економічній конкуренції та політичній боротьбі. Тому тема дослідження різних аспектів психологічного впливу на маси в інформаційному суспільстві, є вкрай актуальною.

Якщо ви гадаєте, що приймаєте власні рішення і ніхто не керує вашими діями, то це не зовсім так. З одного боку, маніпуляція свідомості в інформаційному суспільстві – це програмування думок і прагнень мас, їхніх настроїв і навіть психічного стану з метою забезпечити таку поведінку, яка потрібно тим, хто володіє засобами інформації. З іншого – це прихований вплив, факт якого не повинен бути помічений об'єктом, над яким проводять маніпулятивні дії.

Окрім контенту, який ми отримуємо добровільно, левову частку інформації наш мозок вбирає підсвідомо: через радіо, стрічку в Instagram або ж рекламні білборди. Щоб встояти перед дезінформацією та маніпуляціями, яку вміло застосовують засоби масової інформації та розповсюджується за допомогою соцмереж, інших комунікаційних каналів, людина повинна правильно фільтрувати інформацію, критично мислити, аналізувати, звертати увагу на джерела інформації, на власників медіа, «бо по мірі збільшення усвідомлення маніпуляція зменшується» [1].

Щоб не стати жертвою маніпуляції, потрібно бути обізнаним в основних методах і прийомах нав'язування чужої думки. Серед таких механізмів можна виділити:

– принцип соціального доведення. Особливо ефективно цей принцип працює, коли людина знаходиться в заплутаній і складній ситуації, і у неї немає часу, щоб зробити виважене рішення. У той час, коли Ви

розмірковуєте, наприклад, яку модель нового гаджета обрати, вирішальними факторами стають відгуки і рейтинг або інша дрібниця, створена маркетологами;

– принцип групового підкріплення. Відповідно до цього принципу, при багаторазовому повторенні одного і того ж твердження всередині будь-якої групи, її члени з часом приймуть це твердження за істину. Вважається, що люди вірять у майже у будь-які ідеї, цінності, доктрини, якщо вони ідентифікують себе з цією групою. Той, хто контролює знання й уміло використовує у своє розпорядження потужний інструмент володарювання та впливу. Яскравим прикладом є стереотипи, легенди і міфи, як переходять з покоління з покоління;

– мотивація страхом. Відомо, що страх – це найпотужніша людська емоція. Якщо сильніше тиснути на клієнта, погратися з його нервами, то в кінцевому рахунку він погодиться на будь-які послуги, тільки щоб уникнути небажаного стресу;

– позитивне підкріплення. Як зазначив один австрійський психолог і невролог З. Фрейд в одній із своїх робіт, у якій сказано про принцип задоволення, тобто позитивне підкріплення, що прагнення людини отримувати позитивні емоції штовхає його на виконання дій, які підкріплюють їх і таким чином асоціюються із задоволенням [2].

Тому сьогодні, щоб не потрапити під маніпулятивні дії з боку усіляких компаній, рекламних агентів, засобів масової інформації, Інтернету і бути «медіа грамотною людиною», слід дотримуватися наступних правил.

По-перше, не вірити привабливим зображенням. Створювати їх набагато простіше, ніж ,наприклад, якісний товар.

По-друге, не вірте відео. Можна створити будь-який контент різного ступеня переконливості при достатній кількості бюджету та довірливості глядачів.

По-третє, не зважайте на наявність великої кількості посилань на джерела інформації. Їх наявність – спосіб додати ваги міркуванням автора. Оскільки у більшості людей не вистачає часу для їх перегляду, інколи вони можуть створювати лише ілюзію обґрунтованості.

Перелік посилань

1. Шостром Э. Человек-манипулятор (внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации) [Электронный ресурс] / Э. Шостром // Режим доступа: <http://www.psylib.org.ua/books/shost01/index.htm>. – Загл. с экрана.

2. З. Фрейд Психология масс и анализ человеческого «Я». – Москва: Азбука – 2016. – 192 с.