

Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2018. № 2 (69). С. 17–22.

2. Подшивайлов Ф. М. Поиск синергетических эффектов взаимодействия системообразующих параметров академической одарённости. *Актуальні проблеми психології* : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Київ : Фенікс, 2019. Т. XII. Психологія творчості. Випуск 26. С. 262–276.

Пророк Н. В.,

*доктор психологічних наук, старший науковий співробітник
Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України*

ДО ПИТАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ

Ми живемо в інформаційному суспільстві, у якому значно збільшується роль інформації та інформаційних технологій, розширюється коло людей, зайнятих цими технологіями і виробництвом інформаційних продуктів і послуг, смартфони перебирають когнітивні функції мозку, дедалі глибше розповсюджується Інтернет та інформаційні віруси (які для досягнення своїх цілей використовують тисячі суб'єктів інформаційного простору). Відповідно до особливостей сучасного світу відбулися і технічні, технологічні, інституційні зміни й у освітньому просторі. Отже, прихід цифрової ери поставив учасників освітнього процесу перед новими викликами. Онлайн вже можна не тільки інформувати й розважати. Диверсифікація джерел інформації, збільшення кількості технічно опосередкованих комунікацій, охоплення навчального простору засобами масової інформації, телебаченням та Інтернетом розширили можливості серйозних маніпуляцій із суспільною та індивідуальною свідомістю та агресивного нав'язування певних стереотипів, культурних стандартів тощо. Чудовими інструментами маніпуляцій стали фейки, ботоферми, персональні дані (які акумулюються та використовуються за допомогою технологій Bigdata), соціальні мережі (зокрема, за допомогою лідерів громадської думки), SEO (оптимізація для пошукових систем), інтернет-реклама, «віртуальні знання» (які неможливо помацати й перевірити), тренери й коучі, психологи й шарлатани (які

вийшли в онлайн і стали учасниками інформаційного середовища) тощо. Як наслідок, інформаційне поле в окремих його векторах стало абсолютно маніпулятивним (наприклад, яскраві «сміттєві» ЗМІ чи сайти із шок-контентом). Змістовий моніторинг телепростору України дає змогу визначити особливості психологічного впливу на людину сучасних інформаційних продуктів. Ким би не були маніпулятори (політики, бізнесмени, генерали), основне завдання, яке вони ставлять перед тими, хто його виконує в інформаційному полі, – змінити наші думки і нашу поведінку у потрібному їм руслі. Наприклад, рекламисти виконують задачу – сформувати в людини потребу, якої у неї немає, і продати їй те, про що вона вчора і не замислювалася. Більшість із нас не розуміє, у які тенета ми вже давно попали. А тим часом вигадана віртуальна реальність (яку неможливо перевірити за допомогою органів відчуття і нашого розуму) стає чудовим живильним середовищем, у якому маніпуляція щодня нарощує свою силу і розширює формати. Тут неймовірні можливості. І поки ми занурюємось у цифрову еру, нами не тільки маніпулюють, а й безжально отупляють. У сферу всебічного задурманювання вкидають величезні гроші і ретельно приховують тонкощі своєї діяльності. Тому про наслідки інформаційного маніпулювання ми тільки починаємо замислюватися.

Між тим, вивчення особливостей впливу на людину (зокрема, і психологічних механізмів впливу) сучасних інформаційних продуктів потребує аналізу низки складних і неоднозначних проблем. Нагадаємо, що певний інформаційний вплив відбувається у будь-якій цілеорієнтованій міжособистісній комунікації (освіті, вихованні, релігії, менеджменті тощо). Щодо гібридної війни, то інформаційний вплив у її межах визначається як «...цілеспрямоване виробництво і розповсюдження спеціальної інформації, яка здійснює безпосередній вплив (позитивний чи негативний) на функціонування й розвиток інформаційно-психологічного середовища держави, психіку та поведінку політичної еліти, населення» [3, с. 33]. В умовах інформаційної війни майже кожен медіапродукт сусідньої держави-агресора – це спеціально відібрані медіаповідомлення чи сконструйована (штучна) реальність, які не відображують реальний світ, а несуть

ретельно відібрані (з певними цілями) уявлення про нього [1; 2]. Адже основні психологічні цілі цієї війни (як у своїй країні, так і в інших) – одурманювати, отупляти, створювати керовану, некритичну людину, що перебуває у полоні нав'язаних стереотипів, зручних уявлень, жахливих оман.

Важливо зауважити, що встановлення факту причиново-наслідкового зв'язку між інформаційним продуктом (текстом, інструкціями, аудіо/відео сюжетом, інтерв'ю тощо) і психологічним ефектом впливу (подальшими діями людей, роздмухуванням міжнаціональної ворожнечі, нанесенням шкоди іміджу країні тощо) не має однозначного рішення. Визначити наявність впливу, який нас цікавить, важко, адже поведінка людей детермінована нелінійно і неоднозначно, і всякий вплив інформаційних продуктів опосередкований психологічними процесами сприйняття, розуміння і прийняття рішень [4, с. 216]. Науковці наголошують, що самі по собі інформаційні продукти стають поштовхом, основою для дії лише за умови, що у людини є вже сформовані механізми спонукання (механізми мотивації). Тому говорити про вплив інформаційних продуктів можна лише в модальності можливого [там само].

Але, зокрема, і на основі інформаційних продуктів, як на могутніх інструментах впливу на людину, формується ставлення людей до навколишнього світу. Отже, вивчення особливостей психологічного впливу інформаційних продуктів цифрової ери, особливостей захисту проти «промивання мізків» є актуальними задачами сучасної психології.

Література

1. Грачев Г. В. Манипулирование личностью. Москва : Эксмо, 2003. 384 с.
2. Давидюк М. Як працює путінська пропаганда. Київ : Смолоскип, 2016. 188 с.
3. Зеленін В. В. По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни: навчальний посібник. Том перший. НЛП ХХ століття. 2-ге вид., випр. та доп. Київ : Люта-справа, 2015. 384 с.
4. Экспертиза в современном мире: от знания к деятельности / под ред. Г. В. Иванченко, Д. А. Леонтьева. Москва : Смысл, 2006. 454 с.