

МВД России
Санкт-Петербургский университет

*А. В. Вашкевич, О. А. Жидкова, А. А. Рожков,
В. А. Шаповал, В. А. Юренкова*

**ПСИХОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ.
ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ**

Учебное пособие

Санкт-Петербург
2022

УДК 159.99
ББК 88.5
П 86

Вашкевич А. В.

П 86 Психология воздействия. Информационно-психологическое воздействие: учебное пособие. / А. В. Вашкевич [и др.] — Санкт-Петербург : Изд-во СПб ун-та МВД России, 2022. — 148 с.

Авторский коллектив:

Вашкевич А. В. (гл. 1, 4 (в соавт.); закл.),
Жидкова О. А. (гл. 1 (в соавт.)), *Рожков А. А.* (гл. 2, 3 (в соавт.)),
Шаповал В. А. (гл. 2, 3 (в соавт.)), *Юренкова В. А.* (введен., гл. 4 (в соавт.))

ISBN 978-5-91837-633-1

В учебном пособии «Психология воздействия. Информационно-психологическое воздействие» изложен теоретический анализ современного информационно-психологического воздействия, в том числе на сотрудников органов внутренних дел. Рассмотрены вопросы становления теории и практики информационно-психологического воздействия. Подробно представлены модель негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел и способы информационно-психологической защиты сотрудников органов.

Учебное пособие предназначено для курсантов и слушателей, обучающихся в образовательных организациях системы МВД России.

**УДК 159.99
ББК 88.5**

Рецензенты:

Цветков В. Л., доктор психологических наук, профессор
(Московский университет МВД России имени В. Я. Кикотя);

Мартыросова Н. В., кандидат психологических наук
(УМВД России по Архангельской области)

ISBN 978-5-91837-633-1

© Санкт-Петербургский университет
МВД России, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ	6
§ 1. Психологическое влияние и психологическое воздействие. Понятие психологического воздействия	6
§ 2. Классификация видов психологического воздействия.....	10
§ 3. Технологии, методы и приемы психологического воздействия.....	17
§ 4. Средства и инструменты психологического воздействия	24
§ 5. Стратегии и механизмы психологического воздействия	38
Глава 2. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ	61
§ 1. Понятие и характеристика информационно-психологического воздействия	61
§ 2. Особенности психологического воздействия в информационном пространстве.....	65
§ 3. Структура информационно-психологического воздействия	68
§ 4. Теоретическая модель современного информационно-психологического воздействия	73
Глава 3. МОДЕЛЬ НЕГАТИВНОГО ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ	78
§ 1. Специфика деятельности сотрудников органов внутренних дел в современных условиях информационного общества.....	78
§ 2. Угрозы негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел.....	80
§ 3. Последствия информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел.....	84
§ 4. Виды и формы информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел.....	88
§ 5. Методы, приемы, средства и инструменты психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел.....	96

Глава 4. ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЗАЩИТА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ ОТ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ	100
§ 1. Организационно-правовые и информационные инструменты информационно-психологической защиты	100
§ 2. Правовое обеспечение информационно-психологической безопасности	107
§ 3. Анализ основных инструментов обеспечения информационно-психологической защиты	109
§ 4. Обеспечение информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел	115
§ 5. Влияние современных технологий на информационно-психологическую устойчивость сотрудников органов внутренних дел	119
§ 6. Влияние средств массовой коммуникации (информации) на информационно-психологическую устойчивость	126
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	144
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	146

ВВЕДЕНИЕ

Психологическое воздействие составляет основу эффективности многих видов деятельности, предполагающих взаимодействие субъекта с другими людьми: педагогической деятельности, менеджмента, политической деятельности, пропаганды, рекламы, маркетинга, торговли, PR, шоу-бизнеса, сервисной деятельности, а также деятельности правоохранительных органов. В то же время современное общество ставит перечисленные виды деятельности, осуществляющие психологическое воздействие, в роль объектов, на которые оказывается воздействие со стороны различных социальных и политических сил, что может иметь негативный характер и затруднять деятельность сотрудников при решении своих задач.

В контексте правоохранительной деятельности крайне важным является учет проблемных аспектов психологического воздействия и поиск ответов на следующие вопросы:

— Какие средства, приемы и методы психологического воздействия применяются в отношении сотрудников правоохранительных органов?

— Какие средства, приемы и методы психологического воздействия являются наиболее опасными в плане оказания деструктивного влияния на них?

— Какие средства, приемы и методы психологического воздействия используются сотрудниками правоохранительных органов в отношении граждан как ресурс достижения целей оперативно-служебной деятельности?

— Какие существуют риски и последствия психологического воздействия? Поддается ли оно полному контролю? Не могут ли возникнуть побочные эффекты (даже при социальной адекватности и гуманистической направленности решаемых задач)?

Глава 1

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

§ 1. Психологическое влияние и психологическое воздействие. Понятие психологического воздействия

Проблема влияния на протяжении многих лет остается одной из центральных в социальной психологии. Ей посвящены многочисленные исследования, в том числе ставшие классическими эксперименты М. Шерифа, С. Аша, С. Милграма и других ученых¹.

На общеметодологическом уровне психологическое влияние выступает в качестве системообразующей категории психологии, которая во многом определяет целевую перспективу (установление законов управления психическими явлениями) и прикладной потенциал психологической науки, обусловленный реальной применимостью выявленных законов и концепций, их применимостью в социальной практике².

А. Р. Лурия в своих лекциях по общей психологии, характеризуя практическое значение психологии, связывал влияние с тем, что «основным вопросом общественной жизни становится управление поведением человека на научных основах и учет человеческого фактора в промышленности и общественных отношениях»³. Прикладное значение психологического знания и психологических технологий ученый связывал прежде всего с такими областями, как промышленность и труд, обучение и воспитание подрастающего поколения, педагогика, медицина и, наконец, *судебная* (в современном понимании — *юридическая*) психология.

На уровне бытового сознания психологическое влияние чаще всего понимается как воздействие чего-то нематериального, например, слова на поведение человека, его мысли и чувства. Вместе с тем интуитивное понимание сущности феномена ограничивает возможности его научного исследования, хотя на определенном этапе может служить его отправной точкой.

¹ Кондратьев М. Ю., Ильин В. А. Воздействие и влияние как социально-психологические координаты межличностного взаимодействия: понятийно-терминологический аспект // Социальная психология и общество. 2013. Т. 4. № 4. С. 46–57.

² Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия : учебное пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2010.

³ Лекции по общей психологии / А. Р. Лурия. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 320 с.

Практиками и учеными используется множество различных понятий, пересекающихся, частично совпадающих или связанных иным образом с таким явлением, как «психологическое влияние». К таким понятиям можно отнести «социальное влияние», «социально-психологическое воздействие/влияние», «коммуникативное влияние/воздействие», «информационное (информационно-психологическое) влияние/воздействие», «манипулятивное влияние», «манипулирование», «манипулирование сознанием», «скрытое управление» и др.

В словаре под редакцией А. В. Петровского и М. Г. Ярошевского влияние определяется как «процесс и результат изменения индивидуумом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т. п. в ходе взаимодействия с ним». Это же определение практически повторили авторы и составители ряда психологических словарей, которые были изданы позже.

Влияние как результат могло быть включено в психологические словари ввиду наличия второго значения как языковой нормы. Например, в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова зафиксировано два значения слова «влияние»: 1. Действие, оказываемое кем-чем-н. на кого-чего-н., воздействие. 2. Авторитет, власть. *Человек с большим влиянием*. Такая многозначность в языке естественна. Но она представляется недопустимой в научном терминологическом аппарате. Поэтому целесообразно определять влияние только как процесс. Собственно, большинство современных исследователей рассматривают это явление именно как процесс.

Следующий вопрос, требующий уточнения, состоит в соотношении, обоснованности различения понятий влияния и воздействия.

Воздействие — это целенаправленный перенос движения и информации от одного участника взаимодействия к другому. Как следует из определения, воздействие присутствует как в физическом мире, так и в информационно-психологическом пространстве, отличие заключается лишь в том, что в последнем случае обязательно присутствие взаимодействующих субъектов (коммуникатора и реципиента).

Если мы воспользуемся толковыми словарями и попытаемся установить, что же такое воздействие, в том числе и психологическое, то обнаружим, что под этим подразумевается «действие, направленное на кого-либо, что-нибудь, с целью добиться чего-нибудь» (толковый словарь С. И. Ожегова).

Г. А. Ковалев под воздействием понимает «процесс... который реализуется в ходе взаимодействия двух и более равноупорядоченных систем и результатом которого является изменение в структуре (пространственно-временных характеристиках), состоянии хотя бы одной из этих систем»¹.

В этой ситуации шагом вперед является определение, которое сформулировано М. Ю. Кондратьевым и В. А. Ильиным: «Воздействие — осознанный и целенаправленный процесс, суть которого заключается в оказании влияния одного из участников совместной деятельности и общения на другого»².

Все авторы словарей, приводя определение психологического влияния, различают направленное и ненаправленное влияние. В первом случае субъект четко осознает цель своего влияния на личность другого человека, выступающего объектом влияния. При ненаправленном влиянии его субъект не только не ставит перед собой цели каким-либо образом изменять поведение установки, ценности объекта, но может вообще не подозревать, что оказывает какое-либо влияние на другого. При сравнении приведенного определения воздействия и представлений о направленном влиянии обнаруживается их смысловое совпадение.

Таким образом, *психологическое воздействие — это направленное (целенаправленное) влияние*. Воздействие — это разновидность влияния, выделяемая по признаку наличия целеполагания субъекта влияния.

Воздействие считают *психологическим*, когда оно имеет внешнее по отношению к адресату (реципиенту) происхождение и, будучи отраженным им, приводит к изменению психологических регуляторов конкретной активности человека (Т. С. Кабаченко)»³.

Т. С. Кабаченко рассматривала проблематику психологического воздействия в контексте профессиональной деятельности представителей так называемых воздейственных профессий, где целью взаимодействия выступают:

- управление активностью других людей;
- удовлетворение потребностей других людей;

¹ URL: <https://www.dissercat.com/content/psikhologicheskoe-vozdleistvie-teoriya-metodologiya-praktika> (дата обращения: 27.03.2022).

² Кондратьев М. Ю., Ильин В. А. Указ. соч. С. 46.

³ URL: http://213.182.177.142/kafedr/31.Uridicheskoj_psixolog/psy_vozd/lekcii/1/t1.htm (дата обращения: 22.03.2022).

— формирование, развитие, упорядочение, изменение психологической сущности другого человека (например, педагогическая деятельность, лечебная, круг управленческих профессий, идеологическая деятельность, религия, искусство, а также деятельность специалистов, реализующих различные коммуникативные технологии).

Под психологическим воздействием автор понимала внешнее по отношению к адресату (реципиенту) воздействие, которое, будучи отраженным им, приводит к изменению психологических регуляторов конкретной активности человека. При этом речь может идти как о внешне ориентированной, так и внутренне ориентированной активности. Результатом этого может быть изменение степени выраженности, направленности, значимости для субъекта различных проявлений активности, в целом возможность развивать целенаправленную активность.

Психологическое воздействие может рассматриваться как *процесс*, приводящий к изменению психологического базиса конкретной активности, и как *результат* (собственно изменения).

В общих чертах психологическое воздействие — это изменение психологического состояния человека, его мыслей, чувств, действий (поведения), его личностно-смысловых образований (установок, мнений, целей, оценок и др.) под действием другого человека или группы людей¹.

На разработку концепции психологического воздействия и его средств наибольшее влияние оказали социально-психологические теории когнитивного направления: теория каузальной атрибуции (Ф. Хайдер, С. Шехтер), теория когнитивного соответствия (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Ч. Осгуд, П. Танненбаум), теория когнитивного диссонанса (Л. Фестингер).

Таким образом, психологическое воздействие — это целенаправленное влияние на психику человека (состояние, мысли, чувства и действия) с помощью различного рода средств.

Понятия «психологическое влияние» и «психологическое воздействие» рассматриваются как общее и частное, а именно: второе является разновидностью первого. Иными словами, влияние является родовым понятием по отношению к воздействию.

¹ Корягина Н. Л. Социальная психология. Теория и практика : учебник для бакалавров. Москва : Издательство Юрайт, 2017. С. 99–103.

§ 2. Классификация видов психологического воздействия

Виды психологического воздействия весьма разнообразны, авторами приводятся различные классификации видов воздействия, в определенной степени совпадающие или не соотносящиеся друг с другом. Часто при перечислении видов психологического воздействия происходит подмена понятий, в процессе которой вместо видов приводятся методы, приемы, средства психологического воздействия.

Приведем наиболее универсальную классификацию, являющуюся обобщенной позицией различных авторов (см. рис 1, 1.2, 1.3). Для описания видов воздействия следует определить значимые характеристики самого воздействия, которые будут использованы в качестве критериев.



Рис. 1. Классификация видов психологического воздействия

По характеристике субъекта (действующего начала) психологическое воздействие, понимаемое как процесс, может иметь место как со стороны *одушевленного* действующего начала (человека, группы людей), так и *неодушевленного*, а именно факторов, имеющих иную природу, в том числе и социальную (государство, общественные структуры, конкретные организации). Следовательно, психологическое воздействие может быть межличностным, социальным, государственным и т. п.

По способу взаимодействия виды воздействия подразделяются на *субъект-объектное*, *субъект-субъектное*. В первом случае ис-

точник воздействия, выступая в роли субъекта, оказывает одностороннее влияние на объект. Во втором случае имеет место взаимовлияние двух взаимодействующих субъектов.

По количественному показателю объекта психологического воздействия можно выделить *индивидуальное, групповое, организационное и массовое воздействие*.

Психологическое воздействие может осуществляться на различных уровнях как индивидуальной психики (сознательном и бессознательном), с опорой на механизмы ощущения, восприятия, внимания, воли, порождения речи; закономерности памяти, мышления, мотивационно-потребностной сферы и т. д., так и на социально-психологическом уровне (например, заражение, групповое давление, феномен лидерства, методы активного социально-психологического обучения и проч.).

Каждый из этих вариантов воздействия будет иметь свою специфику в силу различия тех ресурсов и арсенала доступных к применению средств и приемов, которыми они располагают. Индивидуальное воздействие направлено на конкретного человека и призвано решить определенную психологическую задачу.

По признаку наличия интенции выделяют произвольное и непроизвольное воздействие.

Воздействие может быть произвольным, когда действующая сторона предполагает, что вызван определенный психологический эффект, или, другими словами, имеет интенцию оказать воздействие на кого-либо (человека, группу, общество в целом).

Психологическое воздействие может быть непроизвольным, когда заранее возможные его результаты не планируются. Примером подобного стечения обстоятельств может быть принятие юридической нормы, которая, по идее, должна оптимизировать жизнедеятельность общества в определенной сфере и иметь положительный эффект, но, будучи осмыслена населением в контексте его жизненных интересов, способна спровоцировать переживание, приводящее как раз к противоположному результату (например, разочарование, потеря смысла деятельности, недоверие). Понятно, что чиновники заранее не планируют возникновение подобных изменений в настроении граждан. Непроизвольное воздействие бывает связано с неадекватным использованием цветов в рекламе (в связи с символической функцией цвета, с жестами, различно трактуемыми в различных культурах), в связи с неадекватным осознанием реципиентом интен-

ции партнера по взаимодействию, когда информирование воспринимается как иное коммуникативное намерение, например, как попытка воздействовать на самооценку («хотел унижить» или «хотел продемонстрировать свою власть»). Из этого следует, что активный субъект, произвольно оказывающий конкретное психологическое воздействие на кого-либо, является частным случаем в практике психологического воздействия¹.

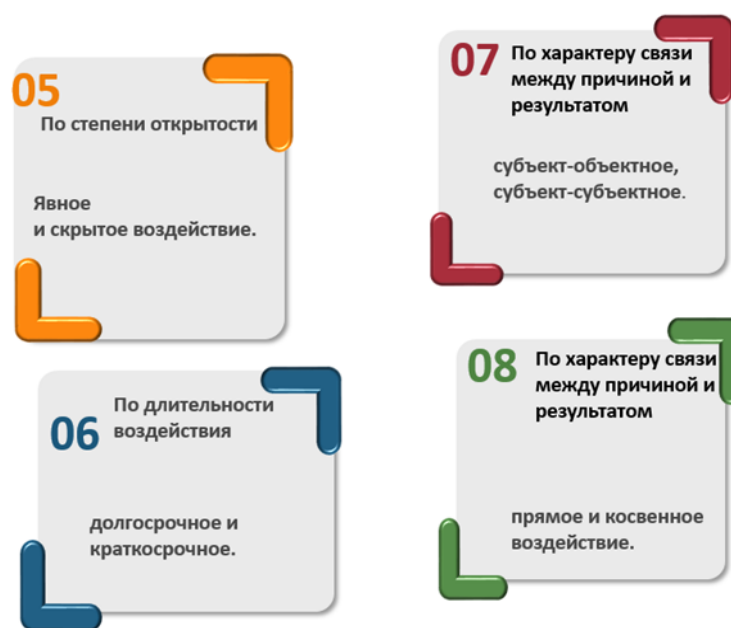


Рис. 1.2. Классификация видов психологического воздействия

По степени открытости выделяют явное и скрытое воздействие.

«Психологическое воздействие может осуществляться явно, когда этот факт не маскируется, более того, на нем может фиксироваться внимание. Примером служит деятельность гипнотизера, оратора, актера, рекламная кампания и т. п. В других случаях факт воздействия, его источник маскируются. Самый яркий пример в этом контексте приемы психологической войны и так называемые манипулятивные технологии. Они всегда реализуют скрытое воздействие»².

«Явное же реализует технология модификации поведения. Еще в глубокой древности сложилась практика, когда, располагая определенными ресурсами, распоряжаясь ими, некто, наделенный полномочиями удовлетворять потребности других людей или узурпировавший это право, определяет их удовлетворение условием выполнения зависими-

¹ URL: <https://studfiles.net/preview/6701847/> (дата обращения: 22.03.2022).

² Нарушения психологической безопасности в контексте активности профессионала. URL: <http://referati.info/projects/project-30861.html> (дата обращения: 22.03.2022).

ми от него людьми определенных требований. Эта модель — удовлетворение потребностей в обмен на требуемое поведение — широко применяется и в организационной практике»¹.

По длительности может быть долгосрочное и краткосрочное воздействие.

Еще одним параметром, отличающим один вариант воздействия от другого, является его краткосрочность или длительное применение. Наличие возможности оказывать длительные воздействия — важный ресурс воздействующей стороны. Вместе с тем нельзя утверждать, что краткосрочное, единичное воздействие всегда менее эффективно, чем долгосрочное. Часто можно услышать фразу: «Этот случай изменил всю мою жизнь!» Следовательно, все дело в обеспечении высокой субъективной значимости единичного краткосрочного воздействия.

По характеру связи между причиной и результатом выделяют прямое и косвенное воздействие.

Кроме уже рассмотренных видов психологического воздействия можно указать на возможность существования прямого и косвенного воздействия. Косвенное воздействие не ориентировано на конкретных людей в конкретный момент времени, но касается определенной ситуации. Изменение поведенческого стереотипа возможно как следствие изменения, например, экономической ситуации, в которой люди осуществляют свою деятельность. Совсем другое дело, когда изменение экономического поведения становится следствием конкретной рекламы. Здесь прослеживается прямая связь между побудительной причиной и последующим результатом изменения поведения. Регулирование экономического поведения посредством рекламы — прямое воздействие.

Анализ роли прямого и косвенного психологического воздействия и их взаимосвязи представлен в классическом исследовании Г. Мюнстерберга, который писал: «Мы можем при этом различать прежде всего прямые и косвенные влияния, но это деление не должно быть неправильно понято. Под косвенными влияниями мы понимаем те социальные влияния, которые воздействуют на индивидуума через посредство социальной среды. Если мы воздействуем на душевную жизнь среднего человека, повышая общий уровень морали и правосознания, образования и религиозности во всем народонаселении, то жизнь социальной среды становится причиной перемен в индивидууме. Если мы позволим газетам помещать захватывающие сообщения

¹ URL: <http://sitesito.narod.ru/fipsi/manipul/kabachenko.doc> (дата обращения: 22.03.2022).

об уголовных процессах и таким образом допустим, чтобы в слабых душах вырос в силу подражания импульс к преступлению, то в этом случае душевная жизнь личности будет подвергнута воздействию посредством социальных учреждений»¹.

«Равным образом мы можем пробуждать более чистые импульсы, например, путем украшения города. Иными словами, в самых разнообразных формах социальная среда может быть использована для определенных целей влияния на индивидуума, только в этом случае мы будем говорить о социальном воздействии. Количество лиц, на которых простирается влияние, не составляет какого-либо принципиального значения. Пытаемся ли мы в простом разговоре подействовать на сознание одного только лица или мы хотим повлиять на собрание в несколько сот человек, произнося публичную речь, возбуждающую в умах новые мысли, или, наконец, мы высказываем свои взгляды печатно и благодаря спорам в газетах воздействуем на миллионы, на целую нацию, — между этими случаями в сущности нет никакого психологического различия. Действие на каждое отдельное лицо, которое слышит или читает речь, есть в конце концов прямое влияние одной личности на другую. Часто влияние будет зависеть лишь от точки зрения наблюдателя. Относить же данный случай воздействия к прямым или косвенным влияниям, сводить ли его к личным или социальным факторам — право самого наблюдателя. Писатель передовой статьи в газете имеет влияние на души читателей, и это влияние очевидно прямое, от пишущего к читающим. Но тот, кто служит прогрессу социальной культуры, повышая уровень прессы, оказывает косвенное влияние на читающую газеты массу. С его точки зрения, вся организация газеты, включая и действующего в его интересах писателя передовых статей, есть только вспомогательное средство и промежуточный член между его реформаторским устремлением и нуждающимся в реформе вкусом к политическому чтению. Школьный учитель оказывает прямое психическое влияние на учеников; начальство, устанавливающее те или иные правила относительно образования и условий подбора учителей, относительно предметов и методов преподавания, оказывает на школьную молодежь косвенное влияние, для которого деятельность преподавания является только промежуточным звеном. Художник, создающий памятник, прямым путем воздействует на фантазию зрителя; но те, кто заботится об украшении города путем сооружения памятников, воздействуют на городское население косвенно. Влияние скульптора для

¹ Цит. по: Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия : учебное пособие. Санкт-Петербург, 2010.

них только орудие, которым они пользуются»¹. Социальная среда в своей основе богата достойными подражания образцами и исполненная их ценностью, проникнутая духом гармонии и душевного согласия, оживленная духовными интересами и подчиненная духу справедливости и любви к красоте. Такая социальная среда создает у каждой нормальной личности совершенно иную психофизическую установку, чем внутренне пошлое, эротическое, вульгарное, низменно настроенное общество».

В этом отрывке Г. Мюнстерберг выразительно иллюстрировал мысль о том, что прямое воздействие часто выступает элементом косвенного. Ясно, что косвенное воздействие может быть, как произвольным, так и непроизвольным.

К прямым методам воздействия руководителя на подчиненных относят убеждение, принуждение, внушение и требование поведения по образцу, основанному на подражании. Косвенные (опосредованные) социально-психологические методы руководства характеризуются тем, что они опосредуются благодаря тому, что специально организуются условия деятельности и поведения личности и коллектива. Именно эти методы чаще всего применяются при управлении человеческими ресурсами. К ним относят «личный пример», «ориентирующую ситуацию», «использование символов и ритуалов», «изменение или сохранение ролевых элементов» и т. д.².



Рис. 1.3. Классификация видов психологического воздействия

¹ Там же.

² Там же.

По характеру контакта между субъектом и объектом воздействия выделяют непосредственное и опосредованное воздействие.

Если мы вспомним разнообразные ситуации, в которых проявляется психологическое воздействие, то можно отметить различие между ними еще по одному параметру — наличию непосредственного или опосредованного контакта между взаимодействующими сторонами. Примером того и другого типа взаимодействия могут быть различные мероприятия рекламной кампании, такие как презентация (непосредственное взаимодействие) и сообщение в электронных средствах массовой информации (опосредованное взаимодействие).

По характеру последствий (результатов) выделяют конструктивное и деструктивное воздействие.

При конструктивном воздействии субъект воздействия действует в интересах объекта, производя положительный эффект (рис. 2).

Деструктивное воздействие связано с причинением ущерба и разрушительным воздействием на объект.



Рис. 2. Критерии конструктивного воздействия

Если говорить об обществе как об объекте воздействия, то для выявления характера любого влияния важно наличие четко определенных, легитимных целей и задач. Соотношение любого акта влияния с этими целями позволит определить степень конструктивности или деструктивности воздействия. Например, если принять, что актуальной задачей является профилактика совершения правонарушений и преступлений,

то некоторые акты информационно-психологического воздействия органов государственной власти и отдельных сотрудников полиции на общество могут быть оценены как деструктивные, поскольку приводят к формированию и закреплению противоправного поведения¹. Термин «манипуляция сознанием» традиционно используется в значении массового воздействия.

По отношению к этическим нормам, принятым в социуме, Е. В. Сидоренко, например, различает цивилизованное и варварское психологическое влияние.

По степени осознанности субъектом влияния своих действий можно выделять осознанное и неосознанное влияние.

По признаку используемых средств можно выделить следующие виды воздействия:

— психофизическое — преднамеренное или непреднамеренное воздействие психических и физических факторов информационной или энергетической природы на психические, физические, физиологические и химические процессы в различных биосистемах и среде их обитания;

— психофармакологическое — психологическое воздействие с использованием различных препаратов;

— информационно-психологическое воздействие — психологическое воздействие, которое осуществляется посредством передачи (доведения, сообщения) объекту влияния определенной информации».

Предложенная классификация видов психологического воздействия не является исчерпывающей.

§ 3. Технологии, методы и приемы психологического воздействия

Для лучшей дифференциации феноменологии психологического воздействия необходимо дать характеристику ряду понятий, вводимых для обозначения различных по сложности вариантов воздействия: технологии воздействия, методу воздействия, приему воздействия.

Технология воздействия. В общем виде, «технология воздействия может быть определена как алгоритм решения психологических задач, приводящий к определенному социальному эффекту» (Т. С. Кабанченко)².

Технология воздействия осуществляется в рамках выполнения профессиональных задач не только через различные методы уголовно-

¹ Там же.

² Там же.

правового, административного или силового принуждения, но и с использованием средств и приемов психологического воздействия, как бы включенных в технологию профессиональной деятельности, а также в форме специальных технологий, таких как манипуляция поведением, моделирование поведения или его модификация.

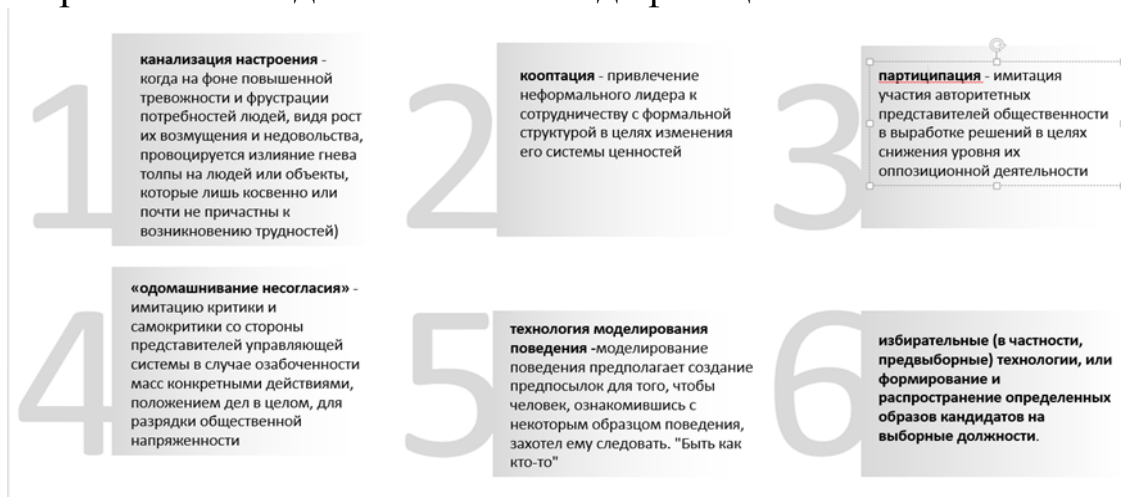


Рис. 3. Технологии психического воздействия

К числу хорошо известных технологий (рис. 3) можно отнести следующие:

1. Канализация настроения — осуществляется посредством нескольких приемов:

1.1. «ложное ориентирование», когда внимание оппонентов по конфликтному взаимодействию привлекается к субъекту, будь то конкретное лицо или группа, косвенно связанному с предыдущим неблагоприятным развитием событий;

1.2. «смещение фокуса внимания», когда этот субъект выдвигается перед оппонентами как единственный виновник в неблагоприятном развитии событий;

1.3. «разжигание групповых предрассудков», во время которого формируется отрицательный образ этого «подставленного» под удар субъекта, для того чтобы с меньшей вероятностью возникли в будущем сдерживающие тенденции;

1.4. «канализация массовых чувств», когда провоцируются публичные действия, выражающие «законно возникшее» негативное отношение к этому субъекту. После подобной публичной расправы инцидент считается на какое-то время исчерпанным.

2. Кооптация.

3. Партиципация.

4. Одомашнивание несогласия.

5. Технология моделирования поведения. Технология моделирования поведения опирается в своем современном варианте на теорию социального научения Дж. Роттера. Моделирование поведения предполагает создание предпосылок для того, чтобы человек, ознакомившись с некоторым образцом поведения, захотел ему следовать. «Быть как кто-то», «поступать в определенной ситуации следующим образом» и т. п. — вот те конструкты сознания, которые становятся определяющим моментом многих поступков людей даже в ситуации снижения или отсутствия социального контроля, когда они существуют как бы вне поощрений или санкций. Такое целенаправленное и сознательное использование этой технологии встроено в профессиональную деятельность многих профессионалов, например, в деятельность специалистов по профилактической медицине при пропаганде здорового образа жизни, в практику рекламы, в структуру выборных технологий. Элементы технологии моделирования поведения могут быть встроенными в структуру профессиональных технологий или проявиться как побочный, хотя иногда и очень желательный эффект. Не исключаются случаи его стихийного возникновения, результаты которого с большим трудом поддаются социальному контролю и коррекции. Владение ораторскими приемами, авторитетность в кругах национальной элиты и чиновников, личная привлекательность для широких кругов граждан и т. п. — те характеристики профессионального политика, которые не только облегчают решение определенных профессиональных задач, но и ориентируют людей в отношении определенных моделей поведения»¹.

6. Избирательные (в частности, предвыборные) технологии.

Отдельные технологии, например, «канализация настроения», сложились давно и применяются представителями различных культур. Кроме того, могут встречаться технологии, аналогов которым в современной жизни найти сложно (шаманизм, изгнание бесов). Технологии формирования образа и избирательные технологии — более поздний феномен культуры, возникший в связи с наличием определенных общественных условий. В целом можно сделать вывод, что определенные технологии являются откликом на наличие устойчивой общественной потребности, а реализация технологии связывается с получением некоторого социального эффекта.

¹ Там же.

Методы воздействия. Любая технология осуществляется через различные мероприятия, действия, которые могут растянуться на значительный отрезок времени. Каждый конкретный шаг реализации технологии обеспечивает решение определенной психологической задачи, например, привлечение внимания, формирование определенного образа, формирование определенных социальных установок, нагнетание определенного негативно окрашенного состояния или, наоборот, ослабление напряженности, побуждение активности или ее блокировка. Задачи могут реализоваться в отношении психических процессов, мотивов деятельности, установок, состояний и прочих психологических феноменов, обеспечивающих активность человека. В отношении конкретных феноменов могут решаться различные задачи, например, в отношении мотивации можно решать задачу изменения места конкретного мотива в иерархии мотивов конкретной деятельности, формировать новые мотивы и т. п.»¹.

Итак, *метод психологического воздействия* — это способ решения определенной психологической задачи.

Сам термин «метод воздействия» привязан к определенной психологической задаче.

Группы методов психологического воздействия в зависимости от способов решения психологической задачи включают в себя следующие (рис. 4):



Рис. 4. Группы методов психологического воздействия в зависимости от способов решения психологической задачи

¹ Там же.

К первой группе относятся факторы, обеспечивающие ориентировку в действительности (субъективные модели действительности). Ко второй — факторы, обеспечивающие исходное побуждение к определенной активности. Мишенью воздействия в данном случае являются побудители активности: потребности, интересы, склонности, идеалы. К третьей группе относятся факторы, влияющие на реализацию возникшего побуждения к конкретной поведенческой реакции (своего рода психологические шлюзы либо способствующие реализации активности в ее определенном воплощении, либо препятствующие этому). Регуляторы активности включают в себя смысловые, целевые и операциональные установки, групповые нормы, самооценку, мировоззрение, убеждения, верования. К четвертой группе относятся фоновые факторы (состояние сознания и функциональные состояния). Мишенью воздействия являются психические состояния: фоновые, функциональные, эмоциональные и т. п.

Указанное основание классификации, реализуя целостный подход к рассмотрению феномена активности, служит одним из оснований классификации методов и приемов психологического воздействия.

В. А. Баришполец классифицирует «методы информационно-психологического воздействия с точки зрения физической сущности, принципов и механизмов следующим образом: убеждение и суггестивные методы; информационно–техногенные; психотропные (фармакологические); феноменологические (экстрасенсорное целительство, кожное зрение, телекинез, ясновидение и др.); комбинированные — комбинации вышеперечисленных»¹.

На фоне неисчерпаемого множества потенциальных психологических задач, стоящих перед субъектом воздействия, перечень методов психологического воздействия чрезвычайно велик и предполагает множество различных оснований для их классификации. Более подробно методы психологического воздействия будут приведены при описании специфики информационно-психологического воздействия на сотрудников полиции.

Приемы воздействия. Метод воздействия может быть реализован посредством различных приемов. По сути прием есть реализация метода воздействия в конкретных условиях.

¹ Баришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. № 2.

Различные технологии воздействия реализуются путем применения определенных методов воздействия, включающих в себя множество приемов.

Также существуют классификации приемов воздействия (рис. 5).

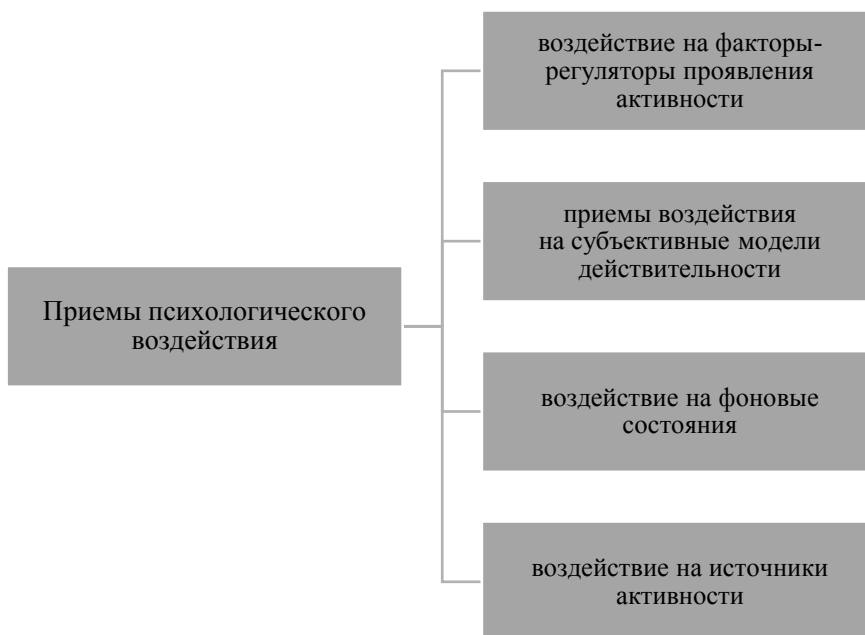


Рис 5. Классификации приемов воздействия по Т. С. Кабанченко

— оптимизация подачи исходной информации; построение образа действительности (методы воздействия на субъективные модели действительности);

— формирование новых источников активности, управление процессами смыслообразования; изменение побудительной функции мотивов (воздействие на источники активности);

— создание и изменение диспозиций личности; управление через групповые феномены; формирование образа «Я» (воздействие на факторы-регуляторы проявления активности);

— дестабилизация состояния сознания, формирование искомых психических состояний, разрядка психической напряженности (воздействие на фоновые состояния).

Решение задачи изменения чьих-то взглядов будет осуществляться различно в зависимости от того, насколько новые взгляды противоречат существующим, каковы отношения между взаимодействующими субъектами, в каком состоянии находится субъект, в отношении которого решается эта задача. Рассматривая вопрос о связи метода и приемов воздействия, приведем рекомендации, обеспечивающие, по мнению специалистов в области ораторского искусства,

привлечение внимания аудитории к определенному содержанию. К их числу относятся указания на возможность иного интонирования конкретного отрывка текста, использование риторических вопросов, а также жестов, фиксирующих ударение на конкретном содержании. В некоторых случаях дополнительные неожиданные примеры, сравнения, метафоры также бывают вполне уместны¹. В этом случае решение одной и той же психологической задачи (привлечение внимания аудитории) обеспечивается различными приемам.

Особо следует обратить внимание на алгоритм как связующее начало и в структуре приема, и в технологии воздействия. В некоторых случаях принято говорить, что нужно «ковать железо, пока оно горячо», а в других, что лучше «потянуть канитель», т. е. действовать медленно, с расстановкой.

Алгоритм — это не только последовательность, сочетание, но и динамические показатели осуществления воздействия.

Получение конкретного психологического эффекта может рассматриваться с точки зрения используемых средств, особенностей приема воздействия, состава психологических задач, которые решались, а в случае наблюдаемого социального эффекта и технологии его возбуждения.

Таким образом, совокупность средств и инструментов воздействия, объединенных определенным алгоритмом их применения, направленных на решение определенной психологической задачи в конкретных условиях выступают как *прием воздействия*.

Способы решения определенной психологической задачи, т. е. множество конкретных приемов, образуют *метод психологического воздействия*.

Алгоритм решения психологических задач, приводящий к определенному социальному эффекту, образует *технология воздействия*.

Алгоритм как связующее начало и в структуре приема, и в технологии воздействия — это не только последовательность, сочетание, но и динамические показатели осуществления воздействия.

Получение конкретного психологического эффекта может рассматриваться с точки зрения используемых средств, особенностей приемов воздействия, состава психологических задач, которые решаются, а в случае наблюдаемого социального эффекта — как *технология достижения эффекта воздействия*².

¹ Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия : учебное пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2010.

² Там же.

Все перечисленные термины обозначают то, посредством чего в процессе воздействия возникает некоторый психологический эффект и в совокупном виде образуют такое понятие, как «*психотехника*» и «*психотехнология*».

Психотехника — система взаимосвязанных операций, направленных на изменение состояний, мотиваций, установок у личности, на которую оказывается воздействие¹.

«Все психотехники, будучи элементами, подсистемами психики, а также и закономерностями ее функционирования и развития, существуют и работают внутри нас. Социум или сам субъект могут оказаться в ситуации, когда вольно или невольно они используют психотехники как инструменты (средства, орудия), приводящие к глубинным изменениям психики, возникновению некоторых психических новообразований»² (позапное формирование умственных действий, по П. Я. Гальперину).

§ 4. Средства и инструменты психологического воздействия

Средства психологического воздействия представляют собой то, посредством чего осуществляется само воздействие и могут быть весьма разнообразны.

Средства психологического воздействия — это конкретные объекты материального и нематериального мира, а также предметы духовной культуры, в том числе искусственно созданные, предназначенные для организации процесса психологического воздействия и достижения целей воздействия.

Современные средства психологического воздействия представлены в первую очередь средствами массовой информации: пресса, телевидение, радио, интернет, а также мессенджеры и социальные сети, продукция киноиндустрии, индустрии компьютерных игр, технологии виртуальной реальности, IT-технологии и т. п. Также средствами психологического воздействия могут быть предметы повседневного обихода широкого пользования с соответствующими информационными надписями или символизмом (одежда, посуда, спортивный инвентарь и т. п.).

К средствам психологического воздействия относятся стимулы, ориентированные на различные анализаторы — информацию, вос-

¹ Там же.

² Гальперин П. Я. Общий взгляд на учение о так называемом поэтапном формировании умственных действий, представлений и понятий / подг. к печати М. А. Степановой // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1998. № 2. С. 3–8.

принимаемую человеком в различных модальностях: визуальные стимулы (цвет, свет, голографические проекции и т. п.); звуковые стимулы (устная речь, музыка, ритмы); температурные раздражители; запахи; мультимодальные гештальты (средства, включающие в себя комбинации различных стимулов) (рис. 6).

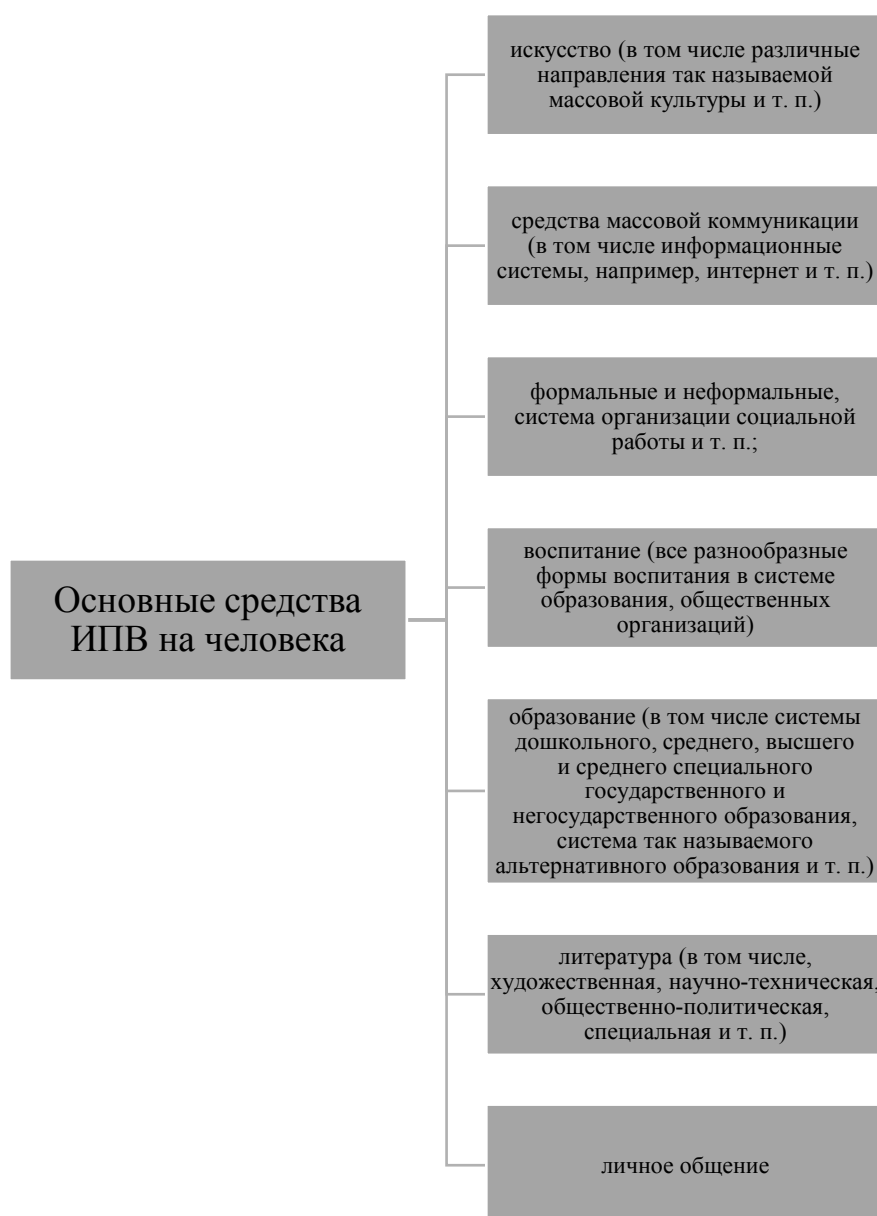


Рис. 6. Основные средства информационно-психологического воздействия (ИПВ) на человека по Г. В. Грачеву и И. К. Мельник¹

¹ Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. Москва, 2013. 236 с.

К средствам психологического воздействия Т. С. Кабанченко также относит деятельность (воздействие осуществляется посредством вовлечения субъекта (группы) в специальным образом организованную деятельность).

Средства психологического воздействия можно условно разделить по вектору «человек – человек» и «техника – человек».

Вектор «человек – человек» представлен языковыми средствами воздействия и невербальными компонентами коммуникации.

К вербальным средствам воздействия относится язык. «Слово производит эффект не только в силу особенностей звучания или графики начертания, но и в силу совершенно иных причин. Рассматривая вербальное воздействие, имеют в виду как лингвистические, так и паралингвистические механизмы»¹, порождающие те или иные особенности восприятия языка². Значение и смысл слова могут различаться в восприятии разных людей и оказывают разное воздействие (влияют такие характеристики как уровень самооценки, широта опыта, интеллектуальные способности, особенности характера и типа личности).

Невербальные компоненты коммуникации (интонация, особенности мимики и пантомимы, жесты, позы, движения) и паравербальные характеристики речи (тембр основы и динамические характеристики речи) приобретают знаковый характер и могут целенаправленно использоваться для воздействия на настроение, поведение, степень доверия собеседника.

Вектор «техника – человек» представлен разнообразными средствами воздействия, являющимися результатами достижений научно-технического прогресса: современные гаджеты и коммуникационные приборы и электронная техника, генераторы специальных излучений: акустические системы (инфразвук, ультразвук), оптические системы (инфракрасный, ультрафиолетовый диапазон), генераторы электромагнитных излучений (СВЧ- и КВЧ излучение); биорезонансные системы (приборы, вступающие в резонанс с биоритмами работы мозга), синтезаторы крупномасштабных голографических эффектов в атмосфере и т. д.

Также к средствам воздействия относятся различные фармакологические средства и психотропные вещества: психолептики, психоаналептики, психодислептики, психоделики, токсические и наркотические средства.

¹ Кабанченко Т. С. Указ. соч.

² Кабанченко Т. С. Указ. соч.

Средствами психологического воздействия могут выступать продукты питания, вода, строительные материалы, содержащие в себе сведений любовь токсические вещества, отравляющие организм, притупляющие мышление, снижающие ясность сознания или действующие возбуждающим образом, расходуя энергию человека.

К *инструментам психологического воздействия* мы относим перечень возможных способов, посредством которых может осуществляться психологическое воздействие.

Инструменты воздействия сами по себе и не относятся к конкретной ситуации и конкретным целям, являясь универсальными способами, которые могут применяться в рамках различных приемов и методов воздействия.

Инструменты психологического воздействия включают: гипноз, пропаганду, дезинформацию, манипуляцию, мифы, слухи, шантаж, лоббизм, игры, стратагемы, НЛП (нейролингвистическое программирование), тренинговые технологии (аутотренинг, гетеротренинг), и т. д.

Гипноз является первым исторически сложившимся методом управления поведенческой деятельностью человека в измененном состоянии сознания. Сам термин «гипноз» был введен английским хирургом Дж. Брейдом в 1843 г. в честь древнегреческого бога сна Гипноса как определение искусственно вызываемого сна. В настоящее время гипноз утратил мистические черты и активно применяется в медицине, спорте, криминалистике, бизнесе, театрально-сценической деятельности, религии, военном деле, обучении, на эстраде и других областях жизни людей.

Гипнотическое воздействие осуществляется путем информационного взаимодействия гипнотизера и гипнотизируемого человека, который готов к восприятию информации в обход критических барьеров личности, ее усвоению, переработке и реализации в деятельности. Проникновение в подсознание гипнотизируемого семантического (смыслового) содержания внушения достигается за счет исходящей от гипнотизера информации. В традиционном *классическом гипнозе* гипнотизер погружает человека в сон и подает ему прямые внушения-команды. Характерной особенностью гипноза является возможность наступления глубокой, так называемой парадоксальной фазы торможения, когда слабый раздражитель (например, слово) действует эффективнее сильного (например, боли), при этом наблюдается высокая внушаемость, что может быть использовано в различных целях. Эксперименты, проводимые на добровольных испытуемых,

показали, что в парадоксальной фазе гипноза человеку можно внушить, что раскаленная монета является холодной и человек при ее прикосновении не испытывает боли, у него не остается ожога.

Кроме классического гипноза существует *эриксоновский гипноз* — по имени М. Эриксона (1901–1989), американского врача психиатра и психотерапевта. Данный вид гипноза отличается от классического тем, что у него отсутствует необходимость усыплять собеседника, укладывать его на кушетку и только потом проводить внушение. Во время проведения сеанса гипноза клиент находится в сознании, никуда «не отключается» и контролирует все, что происходит. Гениальность достижения Эриксона заключается в том, что он определил: каждый человек время от времени впадает в непроизвольный транс, каждый человек имеет такую же потребность в трансе, как и во сне. С его точки зрения, транс — это особое состояние сознания, при котором человек размышляет. И задача состоит в том, чтобы использовать эту способность человека погружаться в транс, оставаясь как бы бодрствующим.

В настоящее время все методы внушения в измененном состоянии сознания, программирующие психику человека, часто называют обобщенным термином — «кодирование».

*Пропаганда*¹ — (лат. propaganda — подлежащее распространению) распространение политических, философских, научных, художественных знаний (идей) и другой информации в обществе в целях формирования у людей определенного мировоззрения — обобщенной системы взглядов на окружающий мир, место и роль в нем человека, на отношение людей к объективной реальности и к друг другу, а также соответствующих этому идеалов и убеждений, принципов познания и деятельности, ценностных ориентаций.

Целью пропаганды можно считать оказание воздействия на общественное мнение для формирования определенных теоретических установок, стереотипов, моделей поведения, необходимых субъекту воздействия. При этом воздействие производится на определенную целевую аудиторию или на социум в целом с помощью подбора информационных блоков, где основную смысловую нагрузку несет, как правило, вербальная информация, дополняемая образной информацией. Задача ее состоит в формировании эмоционального фона, повышающего эффективность восприятия объектом предоставляемой ему информации. Проявления явной пропаганды — распространение ли-

¹ Баришполец В. А. Указ. соч.

стовок на территории, подлежащей воздействию, звуковое воздействие записанной ранее информацией. «Ярчайшим примером скрытой пропаганды является использование данного информационно-психологического воздействия при формировании мифа «американской мечты»¹. Во всех средствах массовой информации и при помощи индустрии развлечений велась не только явная, но и скрытая пропаганда. Не озвучивая явных целей напрямую, людям показывали, как хорошо живется при соблюдении всех «формальностей» и «ритуалов» американского образа жизни².

«Проводимая пропаганда во время перестройки сумела оторвать сознание граждан СССР от здравого смысла и житейской мудрости, заставила их поверить в ряд химер, которые зачастую противоречили очевидным фактам и элементарному знанию. Идеологи перестройки представили советским людям Запад за образец жизнеустройства, что было на самом деле социальным мифом.

Одним из основных направлений информационно-психологического воздействия на общественное сознание была выработка соответствующих метафор идеологами перестройки. Такие метафоры, как «наш общий европейский дом», «нельзя перепрыгнуть пропасть в два прыжка» (по поводу радикального перехода к капитализму), «нельзя быть немножко беременной» (по поводу рыночной экономики), «надо жить по средствам» и др. просто завораживали всех. Сегодня на основе анализа всех происшедших изменений можно утверждать, что согласие граждан на все изменения было получено не благодаря свободному волеизъявлению, а в результате манипуляции их сознанием.

Дезинформация — целенаправленная передача заведомо ложной (искаженной) информации, не соответствующей первоисточнику. Однако известно, что искажения информации могут быть случайными и преднамеренными. В качестве преднамеренного искажения можно понимать ситуацию, когда источник на основе первоначальных сведений создает некую новую конструкцию, которая не соот-

¹ Долгов М. И. Классификация информационно-психологических воздействий и оценка степени их угроз для общественного сознания // Общество: политика, экономика, право. Краснодар: ХОРС, 2016. С. 47–52.

² Классификация информационно-психологических воздействий и оценка степени их угроз для общественного сознания. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-informatsionnopsihologicheskikh-vozdeystviy-i-otsenka-stepeni-ih-ugroz-dlya-obshchestvennogo-soznaniya> (дата обращения: 22.03.2022).

ветствует первоначальной, но может быть принята за нее, что должно ввести объект в заблуждение. Некоторые современные исследователи вносят в содержание понятия «дезинформация» еще ряд дополнительных моментов. Под дезинформацией иногда понимают не столько часть коммуникативных процессов, сколько метод или способ доведения искаженной, не соответствующей первоисточнику информации. А. Даллес считал, что дезинформацию можно считать специальным методом введения противника в заблуждение относительно своих возможностей и намерений. По мнению А. И. Дорониной, под дезинформацией следует понимать способ маскировки, который реализуется с помощью преднамеренного распространения ложных сведений об объектах, их составе и деятельности, а также имитацию деятельности в соответствии с этими сведениями. На основании изложенного можно сделать вывод, что цель дезинформации состоит в том, чтобы обыграть противника и взять над ним вверх, ввести его в заблуждение, навязать ему превратное, искаженное и просто ложное представление о реальной действительности¹.



Рис. 7. Модель порождения дезинформации по Г. В. Грачеву, И. К. Мельнику²

¹ Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. Москва : Изд-во РАГС, 1998.

² Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия.

Дезинформирование, по сути, становится разновидностью обмана, поскольку включает в себя использование заведомо ложных данных и сведений. Грани между обманом и дезинформированием бывает очень трудно различить. В экономических, военных и политических областях одновременно проводятся мероприятия по дезинформированию путем распространения «личных мнений» информированных высокопоставленных представителей власти и организации регулярных «утечек» закрытых сведений¹.

Видами дезинформирования являются:

- распространение ложной информации, слухов, формирование иллюзий;
- организация «утечки» конфиденциальных сведений;
- преувеличение тех или иных событий и фактов, распространение противоречивых сообщений.

Мероприятия по дезинформированию осуществляются:

- по единому замыслу, с согласованием мероприятий между собой;
- с тщательным согласованием пропорций правды и лжи (при максимальном использовании правдоподобной информации);
- с обязательным и умелым сокрытием истинных намерений, целей и задач, решаемых собственными силами (сторонниками).

Дезинформирование широко применяется во всех видах психологических операций. Основным инструментом дезинформирования в психологических операциях обычно являются средства массовой информации – печать, радио, телевидение.

Нюансы в применении дезинформации, правды и обмана были разъяснены в частности, в Британской энциклопедии (1922 г., том 2): «Правда ценна только тогда, когда она действенна. Полная правда вообще излишня и почти всегда способна привести к заблуждениям. Использовать правду возможно лишь частично. Хотя правда не является необходимой для успеха пропаганды, но из этого однако не должно вытекать, что те лица, которые занимаются пропагандой, являются сознательно бесчестными людьми. Безусловно, в работе по воздействию на общественное мнение принимают участие люди, ко-

¹ Рошупкин В. Г. Информационно-психологическое противоборство и обеспечение информационной безопасности : учебное пособие. Самара : Изд-во Самарского университета, 2018. 92 с.

торые порой безразлично относятся ко всяким доказательствам или считают, что цель оправдывает средства. Но чем больше делается призывов к чувствам, пусть это будет патриотизм или алчность, гордость или жалость, тем более заглушается чувство критики. Подозрительность, которую возбуждает всякая явная пропаганда, уменьшает ее эффективность; из этого следует сделать вывод, что большая часть работы должна проводиться незаметно»¹.

Манипуляция (от *фр.* manipulation) в политике рассматривается в следующих двух основных значениях, как: 1) махинация; 2) система психологического воздействия, ориентированная на внедрение иллюзорных представлений. Манипуляция, согласно определению Е. Л. Доценко, — это такой «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями». Современные исследователи рассматривают манипуляцию как особый вид информационно-психологических воздействий, реализуемый в процессе межличностного общения и имеющий ряд специфических особенностей, которые позволяют отделять его от пропаганды, дезинформации и прочего. Манипуляция рассматривается разными авторами и как определенный вид влияния (воздействия), и как прием или средство воздействия. Однако в широком смысле манипуляция является инструментом, который может применяться в рамках отдельных приемов или технологий воздействия на сознание. Манипуляцией принято называть скрытое воздействие, преследующее односторонние интересы. Основные черты манипуляции представлены на рис. 8.

¹ Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия.



Рис. 8. Основные черты манипуляции

Манипуляция определяется как воздействие, требующее значительного мастерства и знаний, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции. По мнению Г. И. Грачева и И. К. Мельника, манипуляция предполагает сокрытие истинных целей действий, суть которых заключается, как правило, в получении односторонней или большей выгоды для инициатора этих действий. При этом используются приемы, маскирующие истинные цели и побуждающие совершать действия, выгодные для инициатора их применения. Фактически главным условием при манипуляции является то, что объект не понимает, что им манипулируют. Объект при манипуляции не осознает причин, побудивших его к принятию решения, фактически считает принятое решение своим собственным.

Скрытое воздействие является наиболее опасным для индивидуума и общества именно по причине того, что это воздействие тщательно маскируется и действует на объект воздействия незаметно для него. Говоря о том, что скрытое воздействие самое опасное, имеем в виду, что его очень сложно обнаружить и, следовательно, весьма проблематично эффективно ему противодействовать. Например, в массовых информационных процессах наиболее широко и активно используется такая манипулятивная технология, как создание и распространение образов. Суть ее в том, что в зависимости от целей и конкретных задач формируются и распространяются заранее сконструированные образы или имиджи (англ. image от лат. imago —

мысленный образ, икона, подобие) конкретных лиц, фирм и организаций, идей, программ, товаров и т. п., которые, как правило, неадекватно отражают реальные существенные их характеристики и таким образом дезориентируют людей, на которых направлено информационно-психологическое воздействие. Распространенной манипулятивной технологией является техника мифов («рынок», который сам все организует и решит все экономические проблемы).

Мифы. Для древнего человека миф был попыткой дать ответ на такие глобальные вопросы, как возникновение наиболее важных явлений природы, животных и человека, происхождение и устройство мироздания в целом. В современном понимании миф — это обобщенное представление о действительности, сочетающее нравственные и эстетические установки, соединяющее реальность с продуктом воображения (например, общество всеобщего равенства), замещающее и вытесняющее подлинное знание действительности.

Любое кардинальное изменение социальной системы опирается на введение новой мифологии. Мифотворчество стало неотъемлемой частью политики. В настоящее время социальные и политические мифы совершенно свободно входят в нашу действительность, принимая разнообразные формы. В 1985–1991 гг. произошла замена системы мифов коммунизма («от каждого по возможности, каждому по потребности») на систему мифов демократии и капитализма (в каждой семье по две «Волги»).

Основной характеристикой мифа является то, что он призван сформировать определенное представление о чем-либо и всегда рассчитан на конкретный результат психологического воздействия, которым может быть:

- действие;
- изменение характера действия;
- формирование или изменение взглядов на событие, или явление;
- бездействие как активная позиция;
- отсутствие результата, когда это является целью.

Слухи являются специфическим видом информации, спонтанно становящимся достоянием широкой аудитории. Слухи представляют собой социальное явление, в основе которого может лежать деятельность преследующего свои цели отдельного человека, группы людей, социальных общностей, различных институтов государственного и общественного управления. В целях оказания информационно-психологического воздействия на общественное сознание слухи мо-

гут распространяться умышленно. Использование слухов в интересах информационно-психологического воздействия — это, по сути, распространение информации, выгодной источнику. Слухи являются мощным средством информационно-психологического воздействия, поэтому их распространение, как правило, хорошо подготовлено.

Шантаж — это создание условий, при которых объект шантажа ставится в ситуацию, в которой отказ от выполнения условий, поставленных субъектом воздействия, может реально повлечь наступление неприемлемых для объекта последствий¹. Таким образом, шантаж является инструментом воздействия, в процессе которого объект воздействия принуждают совершить определенное действие, ставя его перед выбором: либо он выполнит все требования шантажирующего, либо порочащая его информация будет представлена определенным лицам. Шантаж становится весьма сильным и опасным оружием именно из-за неприемлемости для объекта возможных последствий, это есть основа шантажа. Еще одна опасность шантажа заключается в том, что часто объект лишен возможности перепроверить правдивость угроз со стороны субъекта. Нередко объект понимает гипотетичность угроз, однако совершает действия, выгодные субъекту, поскольку нет реальной возможности получить информацию о том, что субъект блефует.

Лоббирование представляет собой комплекс различных приемов и методов воздействия на властные структуры с целью достижения определенной цели. Лоббирования может проводиться в пользу стратегий решения частных социальных или глобальных проблем, отдельных социальных и политических сил, отдельных стран и регионов. Лоббизм может выступать в качестве инструмента психологического воздействия на групповое, массовое и общественное сознание для создания необходимых установок в отношении предмета лоббирования.

К инструментам психологических воздействий можно отнести также игры и стратагемы.

Под *игрой* в социальных отношениях Э. Берн понимает «серию последовательных дополняющих скрытых транзакций, приводящих к четко определенному предсказуемому исходу». Во время скрытой транзакции участник чаще всего притворяется, поскольку создает видимость, что делает что-то одно, используя это как «приманку»,

¹ Бобылева О. М. Шантаж как элемент информационно-психологического воздействия. URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015009058> (дата обращения: 21.10.2021).

а в действительности совершает совсем другое. Наиболее часто встречающейся разновидностью «игр» в социальной среде является блеф.

Все игры предполагают «приманку» и работают по следующей «формуле»: Крючок + Клев = Реакция → Переключение → Смущение → Расплата («Выигрыш») Крючок — скрытое, обычно невербальное психологическое послание одного игрока другому.

Например, игра «Соблазн», «Насилие» или «Динамо». В ходе этой игры некая девушка всем своим видом и поведением показывает свою сексуальную доступность, как бы забрасывает крючок. Клев — «заглатывание» крючка. Некий молодой человек улавливает ее приглашение к игре, то есть клюет и попадает на ее крючок; реакция — он начинает к ней приставать, будучи подсознательно уверенным в ее доступности. Переключение — она ему отказывает, он берет ее силой. Смущение — она: «Почему он меня изнасиловал?», он: «Что случилось, почему она хотела отказать?» Расплата — она в больнице, он в тюрьме.

При этой же психологической игре (но в первой степени) расплата была бы мягче: в виде набора негативных эмоций обоих игроков. Она могла бы рассказать подругам, какой неудачный роман у нее был, а он мог бы рассказать друзьям, какая она «неприятная» женщина.

Понятие «*стратагема*» было заимствовано из древнекитайской военной науки и в буквальном переводе значит «ловушка», «хитрость». В середине 1-го тысячелетия до н. э. в китайской военной науке распространяется представление о том, что «лучшая война это война, которая не начиналась», а победа была одержана благодаря тому, что противник попал в заранее организованную ловушку.

В интерпретации большинства современных специалистов *стратагема* — это, как правило, заранее разработанный стратегический план, нацеленный на решение одной или нескольких важнейших стратегических задач политики государства и предусматривающий использование обманных действий (хитростей, ловушек), которые вводят конкретного противника в заблуждение относительно истинных целей и побуждают его действовать определенным образом, выгодным для противоположной стороны. Тем самым, в отличие от «игры», *стратагеме* скорее следует рассматривать как специфическую форму спектакля, где «режиссер» создает сцену до включения в нее объекта воздействия, корректировка здесь возможна до начала активной фазы «спектакля».

Таким образом, становится очевидным, что, во-первых, в стратегеме есть четко продуманный «сценарий», созданный, как правило, с учетом индивидуальных характеристик объекта воздействия; во-вторых, в стратегеме большое внимание придается окружающей объект воздействия обстановке, поскольку она несет большую психологическую нагрузку, обычно намного более значительную, чем при блефе; в-третьих, в отличие от блефа, в ходе «игры» у «режиссера» практически нет возможности серьезно скорректировать процесс информационно-психологического воздействия, потому что он зачастую не является активным участником «спектакля».

Нейролингвистическое программирование (НЛП или NLP — от *англ.* Neuro-linguistic programming) существует около тридцати лет и в настоящее время быстро развивается. Здесь «нейро» говорит об отношении к мышлению или чувственному восприятию, к процессам, играющим важную роль в формировании человеческого поведения. «Лингвистическое» отсылает нас к языковым средствам, играющим важную роль в достижении взаимопонимания между людьми, на чем, собственно, и держатся все коммуникационные процессы. «Программирование» указывает на тот способ, при помощи которого человек организует свое мышление, включая чувства и убеждения, чтобы в конечном итоге достичь поставленных целей — подобно тому, как мы используем компьютер для решения каких-либо конкретных задач при помощи соответствующего программного обеспечения. Методология НЛП основана на навыке моделирования как идентификации и перенимания аспектов поведения других людей и способов мышления

Инструментом психологического воздействия являются также тренинговые технологии (от *англ.* train — тренироваться) — методы регуляции психического состояния человека, отрабатываемые в лабораторных и натуральных экспериментах. Тренинговые методы воздействия обладают широким спектром регулирующего воздействия на многие функции организма человека, позволяют изменять функциональное состояние человека в пределах, оказывающих существенное влияние на качество профессиональной деятельности». В связи с этим они могут использоваться как в качестве инструмента психологического воздействия, так и в качестве способа противостояния ему.

Различают *аутотренинг* — воздействие на самого себя (самовнушение в состоянии расслабления) и *гетеротренинг* — воздействие «учителя» на «ученика». Аутотренинг — это специальное самовнушение в условиях отсутствия внешних раздражителей (шума,

яркого света и т. п.) и при наивысшем расслабленном состоянии мышц тела. Аутогенная тренировка может выступать в качестве инструмента лечения, самовоспитания, изживания вредных привычек, трансформации черт характера. Основными элементами аутотренинга являются управление вниманием, оперирование чувственными образами, словесные внушения, регуляция мышечного тонуса, управление ритмом дыхания.

§ 5. Стратегии и механизмы психологического воздействия

В психологической литературе различают несколько так называемых стратегий воздействия: манипулятивную, императивную и развивающую. Данная классификация опирается на несколько параметров психологического воздействия. Для того чтобы выделить эти параметры, воспользуемся общей характеристикой этих стратегий, приводимой С. Ю. Решетиной, Г. Л. Смоляном и Г. А. Ковалевым.

Манипулятивная стратегия рассматривается как подсознательное стимулирование в обход внутреннего контроля. Представляет собой скрытое воздействие, преследующее односторонние интересы. Способна существенно изменить психологическое поле личности с помощью приемов подсознательного стимулирования, действующих в обход психического контроля личности, а также при посредстве так называемых маркировочных и конверсионных техник, блокирующих системы защиты или их разрушающих, выстраивая взамен новые психологические установки и модели поведения. Чаще всего используется людьми для достижения собственных корыстных целей, в том числе мошенниками.

Императивная стратегия ориентирована на кратковременный эффект психологического воздействия, не затрагивает глубинные структуры личности, а поддерживает имеющиеся когнитивные структуры, реализуется путем открытого воздействия, как правило в интересах воздействующего. Наиболее уместна и эффективна в экстремальных ситуациях, когда требуется оперативное принятие и исполнение важных для сохранения системы психики решений в условиях дефицита времени. Психологические возможности приемов императивного воздействия исчерпываются подкреплением и усилением элементов структуры, уже имеющихся у личности, т. е. определенной и специфической субъектной организацией системы психических установок и моделей поведения.

Развивающая стратегия, в отличие от перечисленных стратегий, ориентирована на долгосрочный эффект, на изменение личности и осуществляется в процессе длительного диалогового контакта с человеком. Диалоговое воздействие, направленное на формирование структуры личности, возможно при длительном общении в процессе обучения и воспитания. Обеспечивает актуализацию потенциала собственного саморазвития каждой из взаимодействующих психологических систем в группе тренинга. Психологическим условием реализации такой стратегии является диалог, принципиальным условием организации которого служит открытость взаимодействующих психологических систем друг относительно друга.

Таким образом, основными различительными параметрами в данной характеристике выступает субъект–субъектный или субъект–объектный характер отношений между взаимодействующими субъектами, ориентация на краткосрочное или долговременное взаимодействие, на уровень отражения информации (ориентация на осознание информации или бессознательный уровень).

Сходные стратегии воздействия выделяются и в связи с теми конечными результатами в изменении регуляторов поведения и активности реципиента, которые при этом наступают.

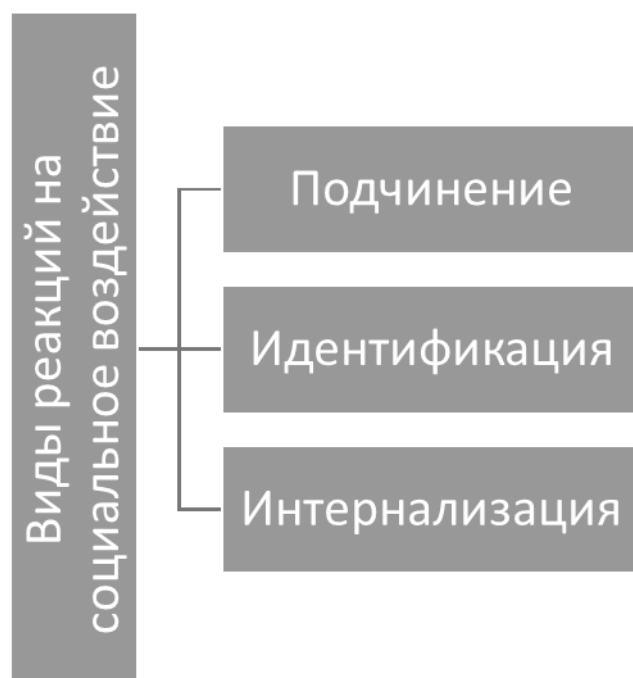


Рис. 9. Реакции на социальное воздействие по Э. Аронсон

Термином «подчинение» описывают поведение, мотивацией которого является желание получить поощрение или избежать наказания.

Соответственно, возможно выделение стратегии, ориентированной на обеспечение подчинения реципиента воздействующей стороне.

Идентификация — желание походить на воздействующую сторону. Соответственно, стратегия взаимодействия будет направлена на побуждение мотивации идентификации.

Интернализация — более глубокое освоение каких-то ценностей и взглядов, убежденность в чем-либо. В случае ориентации на получение эффекта интернализации, воздействие должно предполагать возможность осмысленного отношения реципиента к соответствующему содержанию.

Следует выделять закономерности функционирования различных психических феноменов, играющих роль механизмов психологического воздействия, а также факторы (алгоритмы их сочетания), запускающие эти механизмы.

К таковым следует отнести личностные характеристики, механизмы социальной перцепции, эффекты восприятия, социально-психологические феномены, групповую динамику и групповые эффекты, механизмы социального влияния.

Механизмы психологического воздействия можно разделить на две больших группы: личностные и социальные.

В настоящее время, как правило, используются четыре основных механизма воздействия на личность: заражение, внушение, подражание и убеждение.

Самый древний механизм воздействия — заражение. Это бессознательная невольная подверженность индивида определенным психическим состояниям. Оно представляет собой передачу определенного эмоционального, психического настроя от одного человека к другому и основано на апелляции к эмоционально-бессознательной сфере человека (заражение паникой, раздражением, смехом и т. п.). При этом происходит не осознанная передача/принятие какой-то информации или образца поведения, а передача определенного эмоционального состояния (психического настроя). Так как все это имеет место в массе, наблюдается многократное взаимное усиление эмоциональных состояний общающихся людей. Примеры: религиозные экстазы, массовые психозы, паника (следствие дефицита или избытка информации о пугающей или непонятной новости), эмоциональные заражения в ситуации массовых зрелищ. Доказано, что для возникновения заражения необходимо установление общности оценок (попу-

лярного артиста, фашистского лидера и т. д.), чему способствуют предварительные аплодисменты.

Внушение — целенаправленное, неаргументированное воздействие одного человека на другого или на группу. Здесь, в отличие от заражения, передается информация, но она воспринимается некритически. Внушение также основано на апелляции к бессознательному, к эмоциям человека, но уже вербальными, словесными средствами, причем оратор должен не пребывать в эмоциональном трансе, а находиться в рассудочном состоянии, быть уверенным и авторитетным. Внушение основано главным образом на авторитетности источника информации: если внушающий не обладает авторитетом, то оно обречено на провал. Внушение носит вербальный характер, т. е. внушать можно только словом, но это сообщение носит сокращенный характер и обладает усиленной экспрессией. Очень велика здесь роль интонации (эффективность на 90% зависит именно от интонации, которая выражает убедительность, авторитетность, значительность слов). Внушаемость — степень податливости внушению, способность к некритическому восприятию поступающей информации. Она неодинакова у разных людей: выше у лиц со слабой нервной системой и с резкими колебаниями внимания.

Отличия механизма внушения от механизма заражения:

- заражение — сопереживание всей массой людей (в том числе и лидером) общего психического состояния; при внушении суггестор не подвергается такому же состоянию, что и принимающие индивидуумы;

- внушение, как правило, вербально; при заражении используются и другие средства (восклицания, ритмы и др.).

Факторы эффективности социального внушения:

- в целом дети сильнее поддаются внушению, чем взрослые;

- более внушаемы люди утомленные, ослабленные физически и эмоционально;

- важен авторитет суггестора как личности и как представителя социальной группы (эффект косвенной аргументации).

Таким образом, внушение относится к манипулятивным способам воздействия на аудиторию. Примеры внушения мы находим в пропаганде и рекламе. И то, и другое формально апеллирует к логике и сознанию, но метод внушения используется весьма широко¹.

¹ Способы воздействия в стихийных группах (заражение, убеждение, внушение, подражание). URL: <https://lektsii.org/5-39136.html> (дата обращения: 22.03.2022).

Убеждение — это воздействие, основанное на логических приемах, к которым примешиваются социально-психологическое давление (влияние авторитетности источника информации, групповое влияние). Оно более эффективно, когда убеждается группа, а не индивид. Убеждение апеллирует к логике, разуму человека, предполагает достаточно высокий уровень развития логического мышления. На людей, которые неразвиты, порой невозможно логически воздействовать. Содержание и форма убеждения должны соответствовать уровню развития личности, мышления. Отличие механизма убеждения от внушения состоит в следующем. Убеждение происходит логическим методом, и вывод делает сам убеждаемый. Другими словами, убеждение — интеллектуальное воздействие, а внушение — эмоционально-волевое. Внушение непосредственно вызывает определенное психическое состояние, не нуждаясь в доказательствах и логике; здесь достигается не согласие, а просто принятие информации как готового вывода.

Подражание — воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения. Важным социально-психологическим феноменом является воспроизведение деятельности, поступков, качеств другого человека, на которого хочется походить.

Подражание важнейший фактор в развитии личности ребенка, но оно присуще и взрослым. Молодежь подражает прежде всего тому, что социально ново, и предпочтение часто отдается не только социально значимым, но и внешне динамичным, ярким образцам (образцам кино, моды), хотя они могут быть социально незначимыми или даже негативными по своей сути. Выделяются подражание-мода и подражание-обычай, подражание внутри одного социального класса и подражание одного класса другому. Сформулированы следующие законы массового подражания:

— внутренние образцы вызывают подражание раньше, чем внешние, например, духу религии начинают подражать раньше, чем обрядам;

— низшие по социальной лестнице подражают высшим (провинция — центру, дворянство — королевскому двору и т. д.).¹

«Механизмами психологического воздействия являются также эффекты восприятия:

¹ Столяренко Л. Д. Психология : учебник для вузов. Санкт-Петербург : Питер, 2010. 592 с.

Эффект первичности и новизны — при взаимодействии с малознакомыми людьми большее значение придается данным, полученным вначале, а при общении со старыми знакомыми — последним сведениям.

«Эффект ореола — формирование специфической установки на воспринимаемого человека через направленное приписывание ему определенных качеств. Наиболее явно этот эффект проявляется тогда, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия, а также когда суждения касаются моральных качеств (вспомним эксперименты А. А. Бодалева и П. Уилсона). В первую очередь, «ореол» создают факторы внешней привлекательности, превосходства, хорошего отношения к нам.

Эффект привлекательности заключается в тенденции переоценивать качества внешне привлекательного, симпатичного человека (эксперименты А. А. Леонтьева и А. Миллера).

Эффект превосходства проявляется в том, что люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех людей, которые превосходят их по какому-то существенному для них параметру.

Эффект хорошего отношения к нам — воспринимающий также склонен переоценивать человека, относящегося к нему с симпатией. Очевидно, что-то, как относится к нам другой человек, влияет на наше впечатление о нем. Более того, очень часто на возникающее у нас впечатление о человеке влияет его согласие или несогласие с нами по какому-то вопросу.

Эффект проекции проявляется в приписывании приятному собеседнику своих достоинств, а неприятному — своих недостатков. Классический пример проекции: начальника, не обладающего способностью к систематизации, организованности, будут раздражать в подчиненных эти же качества.

Эффект средней ошибки — это тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого человека в сторону среднего.

С позиции рассмотрения механизмов психологического воздействия представляют интерес эффекты, возникающие из-за неправильной интерпретации участниками взаимодействия коммуникативных намерений собеседника. Отчасти истинный их анализ подменяется приписыванием партнеру намерения, соответствующего собственному опыту приписывающего, его ценностям, установкам. Здесь мы чаще всего имеем дело с эффектом проекции, когда человек припи-

сывает партнеру по общению собственные мысли, чувства, мотивы, черты характера и пр., полагая, что он воспринял что-то приходящее извне, а не изнутри самого себя. Примером влияния данного эффекта может выступить взаимодействие полицейского, склонного пользоваться сложными и разнообразными грамматическими конструкциями, и юридическими терминами, с малообразованным гражданином, переживающим свою неполноценность не только в связи с трудностью в понимании юридических текстов, но и в связи с собственным невысоким социальным статусом. В этом случае сложная для понимания речь сотрудника полиции может расцениваться как средство «произвести впечатление», «унизить», «возвыситься над собеседником», а не как привычный для полицейского способ передачи информации.

Эффект самоубеждения заключается в том, что люди всегда охотнее укрепляют собственные установки и стереотипы, чем меняют их. Психологическая установка — это относительно устойчивая во времени система взглядов, представлений об объекте или событии, совокупность связанных с ним эмоциональных состояний, предрасполагающих к определенным действиям. Стереотип — упрощенное представление (схематичный образ, шаблон) о социальном объекте, субъекте, процессе или явлении. По-видимому, человек склонен учитывать только ту информацию, которая согласуется с его установками и стереотипами, и игнорировать то, что им не соответствует.

Если человек уже имеет какое-то убеждение, то он будет интерпретировать происходящее так, чтобы свое убеждение подтверждать. Американский психолог Роберт Розенталь (1966) назвал это явление эффектом Пигмалиона. Сущность данного эффекта заключается в том, что человек, твердо убежденный в верности какой-то информации, непроизвольно действует так, что она получает фактическое подтверждение. В практике кадровой работы эффект Пигмалиона проявляется в том, что ожидания руководителей относительно результатов труда подчиненных способны влиять на сами эти результаты. Так, существует тенденция, в соответствии с которой руководители, высоко оценивающие своих подчиненных и ожидающие от них хороших результатов, получают более высокие результаты, а руководители, считающие своих подчиненных «сборищем лентяев и тугодумов», т. е. изначально настроенные на плохие результаты, получают именно их.



Рис. 10. Эффект Пигмалиона¹

Существенное влияние на партнеров по общению оказывает эффект последовательности. Любую новую информацию мы воспринимаем на основе информации, которая ей предшествовала. Первая информация окрашивает последующую, укрепляет или ослабляет ее. Частным случаем эффекта последовательности выступает эффект повторения. Чем чаще и со всех сторон повторяется сообщение, тем в большей степени люди склонны ему верить. «Все говорят — значит, правда!». Если сообщение часто повторяется по радио и телевидению, ему верят практически все. Эффект роли — поведение, определяемое ролевыми функциями, принимается за личностную особенность.»

Важнейшими механизмами воздействия являются механизмы социального влияния, которые автор всемирно известной работы «Психология влияния» Роберт Чалдини сгруппировал в шесть категорий, соответствующих фундаментальным психологическим принципам, лежащим в основе человеческого поведения (рис. 11)

¹ URL: <https://psy-files.ru/psychology/rukovoditel-psiholog-9-effekt-pigmaliona-rozentala-na-sluzbe-motivacii-personala.html> (дата обращения: 20.03.2022).



Рис. 11. Принципы механизма задач влияния поведения по Р. Чалдини

- **Принцип взаимного обмена.**

Выражается широко известной расхожей формулой «ты — мне, я — тебе» и базируется на склонности большинства людей отвечать любезностью на любезность, а оказанную услугу (в том числе не-прошенную) «оплачивать» встречной услугой. Этот принцип может использоваться и для манипулятивного воздействия с корыстными целями, являясь пусковым механизмом обеспечения подверженности личности психологическому воздействию.

- **Принцип обязательности и последовательности.**

Во-первых, большинство людей в гораздо большей степени склонны добросовестно выполнять принятые на себя обязательства, чем это может показаться на первый взгляд. И, во-вторых, как в известной поговорке, сказав «А», люди склонны говорить и «Б».

- **Принцип социального доказательства.**

Подразумевает склонность индивида следовать убеждениям и поведенческим моделям, разделяемым другими людьми. По сути дела, речь идет о конформности — склонности подчиняться давлению группы.

- **Принцип авторитета.**

Одним из наиболее мощных факторов влияния является авторитетность его субъекта. В наиболее общепринятом варианте определение авторитета звучит следующим образом:

«авторитет — 1) влияние индивида, основанное на занимаемом им положении, должности, статусе и т. д.;

2) внутреннее признание окружающими за индивидом права на принятие ответственного решения в условиях значимой совместной деятельности».

- Принцип благорасположения.

Гласит, что люди склонны выполнять просьбы и требования тех, кто им нравится. Данный принцип является едва ли не самым распространенным видом направленного влияния в арсенале политиков, шоуменов, мошенников.

- Принцип дефицита (страстное желание того, что может быть недоступно).

Действие данного принципа наиболее ярко проявляется в широко известном феномене «запретного плода», который, как известно, наиболее сладок.

Роль механизмов психологического воздействия могут играть механизмы социальной перцепции, к которым относятся: идентификация, эмпатия, социальная рефлексия, аттракция, каузальная атрибуция.

Под *идентификацией* подразумевают способ понимания другого человека через осознанно или бессознательное уподобление его самому себе. Это наиболее простой способ понимания другого человека.

Эмпатия — постижение эмоционального состояния. *Проникновение* — вчувствование в переживания другого человека.

Децентрация — способность и умение человека отойти от своей позиции и взглянуть на партнера и на ситуацию взаимодействия как бы со стороны, глазами стороннего наблюдателя. Поскольку этот механизм освобождает от эмоциональной предвзятости, он является одним из самых эффективных в процессе познания другого человека.

Социальная рефлексия — осмысление индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. А. А. Бодалев (1996) отмечает, что интенсивность и полнота проявления коммуникативной рефлексии напрямую зависит от субъективной значимости партнера.

Аттракция — особая форма восприятия и познания другого человека, основанная на формировании по отношению к нему устойчивого позитивного чувства. Выделяются 3 уровня аттракции: симпатия, дружба и любовь. Д. Маейрс (1997) описывает следующие факторы, стимулирующие проявление аттракции: географическая близость (соседство, обучение в одном классе и т. п.); взаимодействие и антиципация взаимодействия; простое нахождение в поле зрения;

физическая привлекательность; сходство мировоззрения; хорошее отношение к субъекту восприятия¹.

Все факторы, стимулирующие аттракцию, обычно делят на две группы:

1) внешние факторы, т. е. существующие до того, как начался процесс общения, это: потребность в аффилиации (доверительном общении), эмоциональное состояние партнеров по общению, пространственная близость;

2) внутренние факторы, возникающие в процессе взаимодействия: физическая привлекательность партнера по общению, стиль общения, фактор сходства между партнерами, выражение личного отношения к партнеру в процессе общения.

Каузальная атрибуция.

Данный механизм перцепции связан с приписыванием причин, как своему поведению, так и поведению другого человека. Исследования атрибуции анализируют «психологию здравого смысла», посредством которой человек объясняет повседневные события. Феномен атрибуции возникает тогда, когда имеется недостаток информации о другом человеке, заменять которую и приходится путем приписывания (атрибуции).

К фундаментальным ошибкам каузальной атрибуции относятся следующие:

1 Тенденция переоценивать роль личностных факторов и недооценивать влияние ситуации, обстоятельств. Эта ошибка характерна для «наблюдателей». Когда мы выносим оценку поведению других людей, часто просматривается следующая закономерность: при их неудачах мы говорим, что они плохо старались или что у них не хватает способностей; если же результат деятельности успешен, мы говорим, что им просто повезло. При самоатрибуции наблюдается обратная тенденция, так как ее основная цель — сохранение положительной самооценки.

2. Ошибка ложного консенсуса (согласия) — человек склонен интерпретировать свое поведение как типичное, свойственное большинству людей.

¹ Комарова А. В., Слотина Т. В., Ситников В. Л. Практикум по психологии общения : учебное пособие. Санкт-Петербург. URL: <http://metodichka.x-pdf.ru/15filosofiya/585393-1-a-komarova-slotina-sitnikov-praktikum-psiologii-obscheniya-uchebnoe-posobie-sankt-peterburg-pgups-federalnoe-agentst.php> (дата обращения: 22.03.2022).

3. Ошибка неравных возможностей ролевого поведения — разные социальные роли предполагают разное поведение, поэтому при атрибуции воспринимающий интерпретирует поведение окружающих людей в строгом соответствии с их социальными ролями. В основе данной ошибки лежит склонность опираться на ролевые стереотипы.

4 Игнорирование информационной значимости неслучившегося — тенденция учитывать только очевидные факты. Представьте, что дом охраняется собакой. В этом случае о безопасности хозяев, в основном, судят, опираясь на поведение собаки: если собака спит, значит все спокойно¹.

Групповые эффекты как механизмы психологического воздействия. Групповая динамика в социальной психологии — это процесс взаимодействия членов группы на основе взаимозависимости и взаимовлияния для удовлетворения как личных, так и групповых интересов, и потребностей. Таким образом, из самого определения понятия видно, что происходящие в группе процессы и присущие им эффекты являются предпосылками и действующими механизмами оказания психологического воздействия в межличностные взаимодействия членов любой социальной группы.

Важнейшие процессы групповой динамики:

- образование малых групп;
- руководство и лидерство;
- нормообразование: выработка групповых мнений, правил и ценностей;
- формирование функционально-ролевой структуры группы;
- сплочение;
- конфликты;
- групповое давление;
- конформизм;
- принятие групповых решений и др.

Человек — существо общественное, и его реакция на присутствие других проявляется в виде самых разнообразных эффектов.

Групповые эффекты — это механизмы функционирования группы, посредством которых осуществляются групповые процессы и достигаются групповые состояния, одновременно с этим групповые эффекты являются способами влияния членов группы друг на друга, выступая в качестве механизмов психологического воздействия.

¹ Там же.

Именно открытие того факта, что человек психологически откликается на присутствие (реальное или воображаемое) другого человека, легло в основу создания науки социальной психологии.

В социальной психологии выделяют два базовых групповых эффекта: реакция человека на присутствие других людей и чувство принадлежности к группе. Влияние присутствия других людей на психику и поведение отдельного человека является основополагающим феноменом социальной психологии и осуществляется бессознательно. Впервые этот эффект описали В. Меде, Ф. Оллпорт, и В. М. Бехтерев в 20-х гг. XX в.

Эффект социальной фасилитации. Открытие данного эффекта принадлежит Норману Трипплетту (N. Triplett), который в 1897 г. изучал влияние ситуации соревнования на изменение скорости велосипедистов. Группа испытуемых состояла из 40 детей. Трипплетт установил, что велогонщики показывают лучшее время, когда соревнуются друг с другом, а не с секундомером, и сделал вывод о том, что присутствие других побуждает людей к более энергичным действиям. Х. Кэнтрил (H. Cantril) на основе своего исследования сделал вывод о том, что посторонние, случайные люди не влияют на успешность работы человека. В наибольшей степени воздействие других обнаруживается в тех случаях, когда они воспринимаются человеком как значимые другие. Причем присутствие значимых других влияет на продуктивность индивидуальной работы не прямо, а косвенно, посредством изменения в мотивации.

Таким образом, было установлено, что эффект присутствия других может влиять на мотивацию человека как в положительном, так и в отрицательном плане. В положительном плане это «эффект социальной фасилитации», а в отрицательном — «эффект социальной ингибиции», что означает уменьшение у члена группы мотивации решения задачи в присутствии остальных.

В середине 1960-х гг. понимание термина «социальная фасилитация» изменилось. Ученые стали рассматривать ее как более широкое социально-психологическое явление. Например, Р. Зайонц (R. Zajonc) изучал, как присутствие других людей создает нервно-психическое (социальное) возбуждение и усиливает доминирующие реакции. Принцип экспериментальной психологии, согласно которому возбуждение всегда усиливает доминирующую реакцию, оказалось возможным распространить и на социальную психологию. Повышенное социальное возбуждение способствует доминирующей ре-

акции, независимо от того, правильная она или нет. При решении сложных задач, когда не известен алгоритм решения и правильный ответ не напрашивается сам собой, социальное возбуждение. Бессознательная реакция на присутствие других, затрудняет умственные операции (анализ, синтез, установление причинно-следственных связей) и приводит к неправильному решению. Внимание человека переключается с решения задачи на окружающих людей. При решении простых задач человек демонстрирует врожденную либо хорошо усвоенную реакцию. Присутствие других людей оказывается стимулятором и способствует правильному решению.

Социальная фасилитация в современном понимании — это усиление доминантных (привычных, хорошо усвоенных) реакций человека в присутствии других.

В узком смысле этот эффект понимается как усиление мотивации человека решить поставленную перед ним задачу в присутствии других людей.

Д. Майерс указывает три причины возникновения эффекта социальной фасилитации:

1) социальное возбуждение, т. е. возбуждение нервной системы вследствие присутствия других людей, является врожденным и присуще большинству общественных животных;

2) боязнь социальной оценки или обеспокоенность тем, как нас оценивают другие люди, доминантная реакция усиливается, если человек думает, что его оценивают;

3) отвлечение внимания от конкретной задачи и конкретной деятельности и переключение внимания на окружающих. Это перегружает когнитивную систему и вызывает возбуждение.

Автор выделяет следующие факторы, от которых зависит степень реакции:

— количество окружающих людей. Воздействие других возрастает с увеличением их количества. Человек гораздо сильнее возбуждается в окружении большого количества людей. Массовость повышает возбуждение, которое обостряет доминирующую реакцию;

— взаимоотношения симпатии или антипатии внутри группы;

— значимость окружающих людей для человека;

— степень пространственной близости между людьми. Социальное возбуждение тем сильнее, чем теснее друг к другу располагаются люди.

Эффект групповой идентичности. Второй базовый групповой эффект — это эффект принадлежности к группе. Еще З. Фрейд в книге «Психология масс и анализ человеческого «Я» ввел понятие «идентификация», определяя ее как механизм эмоциональной привязанности к другим людям. В 30-х гг. прошлого столетия Э. Мейо в своих Хоторнских исследованиях экспериментально подтвердил наличие у людей потребности в принадлежности к группе, которую он назвал чувством «социабельности». В дальнейшем, в 60-х гг., основатель гуманистической психологии А. Маслоу среди потребностей также выделил потребность в принадлежности к группе. Он считал, что групповая принадлежность является доминирующей целью человека. Г. Мюррей называл эту потребность термином «аффилиация»¹.

Г. Тэджфел создал теорию межгрупповых отношений. По его мнению, индивидуалистическая интерпретация этих отношений, присутствующая в американской психологии, бесплодна, так как в ней игнорируется роль групп в социальном процессе. Ученый использовал четыре понятия, в совокупности описывающие процесс образования группы: социальная категоризация, социальная идентичность, социальное сравнение и психологическое групповое отличие.

Категоризация представляет собой способ познания окружающего мира посредством классификации и типизации предметов с использованием наиболее общего понятия. Социальная категоризация — это один из видов категоризации, осуществляющийся только в отношении людей и самого себя.

Социальная идентичность является результатом самоопределения, установления индивидом своего «лица». В теории Тэджфела социальное лицо — это та часть Я-концепции индивида, которая определяется его ценностно и эмоционально насыщенным знанием о принадлежности к определенной социальной группе. Его идея состоит в том, что каким бы сложным и разнообразным ни было представление человека о себе и своем месте в окружающем социальном и природном мире, некоторые аспекты этого представления определяются его принадлежностью к определенным группам и категориям.

Социальное сравнение возникает при ценностно насыщенном сопоставлении с другими группами. Группа становится истинной группой только благодаря сравнению с другими группами, находя свое место в системе отношений «мы — они».

¹ Почебут Л. Г., Мейжис И. А. Социальная психология. Санкт-Петербург : Питер, 2018. С. 57.

Психологическое групповое отличие от других групп основано на процессе социальной стереотипизации как обобщенного представления о психологических чертах членов другой группы.

Социальная идентичность — это важная часть Я-концепции человека, которая возникает из осознания своего членства в социальной группе на основе ценностного и эмоционального значения, придаваемого этому членству.

Г. Тэджфел и Дж. Тернер в 1978 г. сформулировали теорию социальной идентичности, основные положения которой таковы:

- человек реализует свою базовую потребность в самоуважении через групповое членство;

- самоопределением через принадлежность к социальной категории человек отвечает на вопрос «кто я?», то есть решает проблему своей личной определенности;

- потребность человека в самоуважении мотивирует его стремление оценивать свою группу позитивно;

- позитивная оценка группы ее членами предоставляет им высокий субъективный статус, или престиж, и вследствие этого позитивную социальную идентичность;

- негативная оценка и неблагоприятное сравнение в отношении своей группы приводит к негативной социальной идентичности¹.

Итак, в сущности, групповая идентичность является диспозиционным образованием, то есть установкой на принадлежность к определенной группе. Понимая социальную идентичность как установку человека на свои отношения с конкретной социальной группой, мы можем сделать следующие выводы:

1. Человек, относя себя к какой-либо группе, стремится оценить ее положительно, поднимая таким образом статус группы и собственную самооценку.

2. Когнитивный компонент групповой идентификации состоит в осознании человеком принадлежности к группе и достигается путем сравнения своей группы с другими группами по ряду значимых признаков. Таким образом, в основе групповой идентичности лежат когнитивные процессы познания (категоризации) окружающего социального мира.

3. Эмоциональный компонент групповой идентичности неразрывно связан с когнитивным компонентом. Эмоциональная сторона иден-

¹ Там же.

тичности заключается в переживании своей принадлежности к группе в форме различных чувств — любви или ненависти, гордости или стыда.

4. Поведенческий компонент проявляется тогда, когда человек начинает реагировать на других людей с позиций своего группового членства, а не с позиций отдельной личности, с того момента, когда различия между своей и чужими группами становятся заметными и значимыми для него¹.

В связи с этим для описания механизмов психологического воздействия имеют значение два групповых феномена, характерных для межгруппового восприятия: феномены внутригруппового (ингруппового) фаворитизма и внешнегрупповой (аутгрупповой) дискриминации, неизбежность которых диктуется потребностью личности в позитивной социальной идентичности, необходимой для поддержания позитивного образа «Я».

Ингрупповой фаворитизм (от *греч.* favor — благосклонность) или внутригрупповой фаворитизм — выражается в тенденции каким-либо образом содействовать членам собственной группы в противовес членам другой группы. Это может быть замечено как во внешне наблюдаемом поведении члена группы, так и в его социальной перцепции (формирование мнений, суждений и т. п.).

Внешнегрупповая дискриминация или аутгрупповая враждебность — это тенденция к установлению различий в оценках «своей» и «чужой» группы в пользу «своей». Внешнегрупповая дискриминация нередко сопровождается недооценкой «чужой» группы и ее членов, а порой приводит к развитию враждебности и межгрупповых конфликтов.

Ярким примером действия феноменов ингруппового фаворитизма и аутгрупповой дискриминации является этноцентризм.

Этноцентризм — это свойство сознания этнической группы, связанное с преувеличением положительно оцениваемых характеристик собственной этнической группы, ценности и нормы которой выступают центром, критерием оценки всех других групп.

Влияние большинства. Влияние большинства членов группы выражается в эффектах конформизма и подчинения авторитету. В групповом взаимодействии эффект конформизма играет существенную роль, поскольку является одним из механизмов психологического воздействия и принятия группового решения.

¹ Там же.

Конформизм — это изменение поведения или мнения человека в результате реального или воображаемого давления группы. Феномен конформизма был описан Соломоном Ашем в 1956 г. В экспериментах Н. Н. Обозова число конформных реакций доходило до 62,2 %. Одной из основных причин высокой конформности автор называет то, что в его экспериментах на кибернометре испытуемые вносили существенный вклад в решение групповой задачи и начинали осознавать себя в большой степени членами данной группы.

Противоположным конформизму феноменом является поведение самостоятельное, устойчивое к групповому воздействию. В ответ на давление группы человек демонстрирует один из четырех типов поведения:

— *внешний конформизм* — мнения и нормы группы принимаются человеком лишь внешне. Внутренне, на уровне своего самосознания, он продолжает не соглашаться с группой, не высказывая этого вслух. В принципе, это истинный конформизм. Это тип поведения приспособляющегося к группе человека;

— *внутренний конформизм* — человек действительно разделяет мнение большинства и полностью согласен с ним, что показывает высокий уровень внушаемости данного человека. Это тип приспособившегося к группе человека;

— *негативизм* — человек сопротивляется давлению группы, активно отстаивает свое мнение, показывает свою независимую позицию, спорит, доказывает, стремится к тому, чтобы его индивидуальное мнение стало мнением всей группы, открыто заявляет об этом своем желании. Это тип поведения человека, не приспособившегося к группе, а стремящегося приспособить группу к себе;

— *нонконформизм* — независимость, самостоятельность норм, ценностей и суждений, неподверженность давлению группы. Это тип поведения самодостаточного человека, не меняющего точку зрения в угоду большинству и не навязывающего ее другим.

Таким образом, можно вслед за Д. Майерсом назвать три причины конформного поведения. Во-первых, настойчивое и упрямое поведение других людей может убедить человека в ошибочности его первоначального мнения. Во-вторых, член группы осознанно или неосознанно стремится избежать наказания, порицания, осуждения, ostracизма со стороны группы за несогласие и непослушание. В-третьих, неопределенность ситуации и неясность информации способствуют ориентации

человека на мнения других людей, они становятся определенными и ясными источниками информации¹.

Эффект подчинения. Подчинение авторитету означает, что один человек делает то, что велит ему делать другой. Эффект был продемонстрирован в широко известных экспериментах С. Милграма, которые произвели в свое время эффект разорвавшей бомбы. По признанию самого Милграма, на проведение этих экспериментов его натолкнул факт повиновения евреев, которые безропотно, предварительно раздевшись, шли в «дезинфекционные» камеры, где их отравляли газом, чтобы затем сжечь в крематории. Они не сопротивлялись, хотя и догадывались о своей участи. Психолог хотел понять, как далеко может зайти человек, которому приказывают подвергать другого человека истязаниям². В экспериментах Милграма испытуемый безропотно подчинялся приказам авторитета будучи в роли помощника исследователя (учителя), одетого в белый медицинский халат, несмотря на моральные страдания и сильный внутренний конфликт. Заявлялось, что один из участников («ученик») должен заучивать пары слов из длинного списка, пока не запомнит каждую пару, а другой («учитель») — проверять память первого и наказывать его за каждую ошибку всё более сильным электрическим разрядом. Испытуемый демонстрировал неспособность открыто противостоять «начальнику» (в данном случае исследователю), который приказывал выполнять задание бить током «ученика» (в реальности подсадного актёра), несмотря на якобы сильные страдания, причиняемые другому участнику эксперимента. Решающими факторами такого подчинения приказу оказались:

- эмоциональное удаление от жертвы, когда участники, «учитель» и «ученик», не видели друг друга, а тем более не слышали;
- близость и легитимность авторитета, когда экспериментатор давал свои указания лично и сам присутствовал при «обучении»;
- институциональный авторитет, т. е. престиж заведения («вывеска», «фирма»), а это был Йельский университет;
- «освобождающее» воздействие группы, когда подсадные помощники экспериментатора отказывались подчиняться, то 90% участников эксперимента также «освободили» себя от выполнения приказа.

¹ Там же.

² Там же.

Еще одним эффектом воздействия группы является так называемое «группомыслие» (тенденция подавлять инакомыслие в интересах единства группы в процессе принятия группового решения).

И. Джанис описывает множество случаев группомыслия и называет несколько симптомов такого феномена в группах.

1. Оптимизм: в поисках консенсуса группы проявляют излишний оптимизм, который мешает им увидеть опасность, кроющуюся во всеобщем единодушии, согласии и безальтернативности выбора. Подобное может произойти и с членами группы, жертвующими истиной во имя консенсуса, они становятся «интеллектуально слепыми».

2. Вера в этичность группы, правильность ее мнения, выбора, морали: считается, что группа не только всегда права, но и никогда не погрешит против общепринятой морали и нравственности. Это означает, что, единожды нарушив общепринятую мораль, члены группы могут позволить себе нарушать и внутригрупповую мораль¹. Одним из главных принципов и целей группы является достижение согласия, единодушия, сплоченности, стремления вступать в отношения с окружающим миром как единое целое, а не разорванные на отдельные противоборствующие между собой группировки. Члены группы, попавшие в ловушку «группомыслия», становятся «нравственно глухими».

3. Рационализация: группа тратит гораздо больше времени на объяснение и оправдание своих решений, чем на их обдумывание и обсуждение различных вариантов. Члены группы становятся «эмоционально бесчувственными», стремясь рационализировать свои действия и решения.

4. Стереотипизация в случае группомыслия проявляется в стереотипности мышления, склонности выбирать стандартные, уже знакомые решения, приводившие ранее, возможно в иных ситуациях, к успеху.

5. Конформизм в подобных группах достигает своего максимума. Группа быстро и эффективно подавляет мнения и предложения, отличающиеся от общепринятого.

6. Самоцензура: поскольку главная цель членов группы состоит в достижении консенсуса, они сознательно отбрасывают, скрывают свои опасения, подавляют в себе желание пойти наперекор мнению группы.

¹ Там же.

7. Иллюзия единодушия: конформизм и самоцензура не дают распасться консенсусу. У каждого члена группы возникает иллюзия единодушия, правильности группового решения.

Эффект подражания. Подражание (как групповой феномен) — это следование общим образцам поведения, примерам, эталонам, стереотипам, принятым в группе.

Подражание выступает как один из основных механизмов групповой интеграции. Р. Чалдини вводит два принципа для объяснения эффекта подражания. Первый принцип: «Мы считаем свое поведение правильным в данной ситуации, если часто видим других людей, ведущих себя подобным образом». Второй принцип: «Когда люди не уверены в себе, когда ситуация представляется им неясной или двусмысленной, они склонны оглядываться на других и признавать их действия правильными». Иными словами, когда люди не чувствуют себя уверенно, они в большей степени ориентируются на действия других, чтобы решить, как действовать им самим. Люди более склонны следовать примеру похожего на них человека, чем непохожего.

Таким образом, важно понимать, что человек зависим от группы в своих контактах с окружающим миром; в подавляющем большинстве случаев он склонен уступать группе. Даже сенсорная информация человека может быть искажена социальным давлением¹.

Приведенные выше перечни индивидуальных и групповых эффектов не являются исчерпывающими для описания всех механизмов, лежащих в основе применения психологического воздействия. Помимо этого, механизмами подверженности психологическому воздействию могут быть индивидуальные личностные характеристики и свойства нервной системы

На подверженность психологическому воздействию оказывает влияние такие индивидуально-типологические свойства, как высокий нейротизм, тревожность, слабая переключаемость и устойчивость внимания, медленный темп психической деятельности, эмоциональная восприимчивость и др.

Информация о связи внушаемости с экстраверсией/интроверсией носит противоречивый характер. Г. Айзенк повышенную внушаемость экстравертов связывает с преобладанием и инертностью торможения, а И. Е. Шварц — с мотивированностью экстравертов извне. Д. Грэй более внушаемыми считает интровертов, и объясняет этот факт их более

¹ Там же.

низким сенсорным порогом в сравнении с экстравертами. В исследованиях В. А. Бакеева связь внушаемости с экстраверсией или интроверсией не подтвердилась.

Противоречивы и данные о связи подверженности внушению с ригидностью / пластичностью. Так, И. Е. Шварц и А. П. Слободяник считают, что внушаемость свидетельствует о гибкости и пластичности психических процессов. В. А. Бакеев придерживается другой точки зрения: повышенная ригидность обуславливает более высокую подверженность внушению.

Роль пусковых механизмов для осуществления психологического воздействия могут играть определенные черты характера, которые обнаруживают связь с внушаемостью личности, влияют на ее проявления и рассматриваются как ее внутренние детерминанты.

Способствуют осуществлению психологического воздействия такие черты, как впечатлительность, доверчивость, доброжелательность, мягкость, исполнительность, дисциплинированность, обязательность, добросовестность, робость, застенчивость, нерешительность, неуверенность.

Более подвержены воздействию в связи с тем, что обладают повышенной внушаемостью, демонстративные, тревожные, аффективно-экзальтированные, эмотивные личности. Пониженной внушаемостью обладают люди с шизоидным типом и эмоционально-тупые личности (по П. Б. Ганнушкину).

Также в основе механизмов психологического воздействия могут лежать такие образования личности, как заниженная самооценка, слабая воля, низкий уровень стремления к самовыражению, коллективистские устремления, стремление работать по образцу, экстернальный локус контроля, усиление функционирования психологической защиты. Считается, также, что к особенностям личности, благоприятствующим внушению, относятся привычка повиноваться, суеверность, склонность к подражанию.

Определенно большое значение имеет система ценностных ориентаций личности, доминирование тех или иных ценностей, которые обуславливают либо подверженность, либо устойчивость к оказываемому на личность воздействию.

В заключении следует подчеркнуть, что деятельность правоохранительных органов относится к числу профессий, существенным моментом которых является взаимодействие с людьми и возможность

оказывать на них психологическое воздействие и представители этой профессии имеют определенную власть над другими людьми.

Психологическое воздействие может реализоваться сотрудниками правоохранительных органов как легитимно в контексте решения возложенных задач, так и вне декларируемых профессиональных задач, часто на грани правовых и моральных норм, порождая различные формы злоупотребления властью, являющиеся по своей сути результатом негативного психологического воздействия на сотрудников различных источников. Такая сложная и многоуровневая структура психологического воздействия в деятельности правоохранительных органов требует подробного анализа её важнейших аспектов в рамках дальнейшего изучения дисциплины.

Глава 2

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

§ 1. Понятие и характеристика информационно-психологического воздействия

Информационно-психологическое воздействие может быть определено как информационное или энергоинформационное по своей природе воздействие на психику человека, оказывающее влияние на восприятие им реальной действительности, в том числе на его поведенческие функции, а также в некоторых случаях — на функционирование органов и систем человеческого организма¹.

М. И. Долгов под информационно-психологическим воздействием понимает «особую форму проявления социальной активности индивидуального или группового субъекта в рамках коммуникативного пространства, состоящую в целенаправленном переносе специально подобранной информации в форме знаков (символов), образов или сигналов, ориентирующих воспринимающую систему объекта воздействия относительно смысла и значения данной информации, в результате чего со стороны объекта воздействия формируется психоэмоциональный отклик, приводящий к изменению характера воспринимаемой данным объектом предыдущей и последующей информации, что приводит к корректировке его индивидуальной картины мира в нужном субъекту воздействия ключе»².

Информационно-психологическое воздействие представляет собой целенаправленное производство и распространение специальной информации, оказывающей непосредственное влияние (положительное или отрицательное), на функционирование и развитие информационно-психологической среды общества, психику и поведение политической элиты и населения³.

¹ Боришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013.

² Долгов М. И. Классификация информационно-психологических воздействий и оценка степени их угроз для общественного сознания // Общество: политика, экономика, право. Краснодар : ХОРС, 2016. С. 47–52.

³ Бобылева О. М. Шантаж как элемент информационно-психологического воздействия. URL:<https://scienceforum.ru/2015/article/2015009058> (дата обращения: 22.03.2022).

Интенсивное развитие средств массовой информации является закономерным процессом развития современного общества. СМИ — это динамично развивающаяся система, дающая не только на положительные результаты, но и отрицательные.

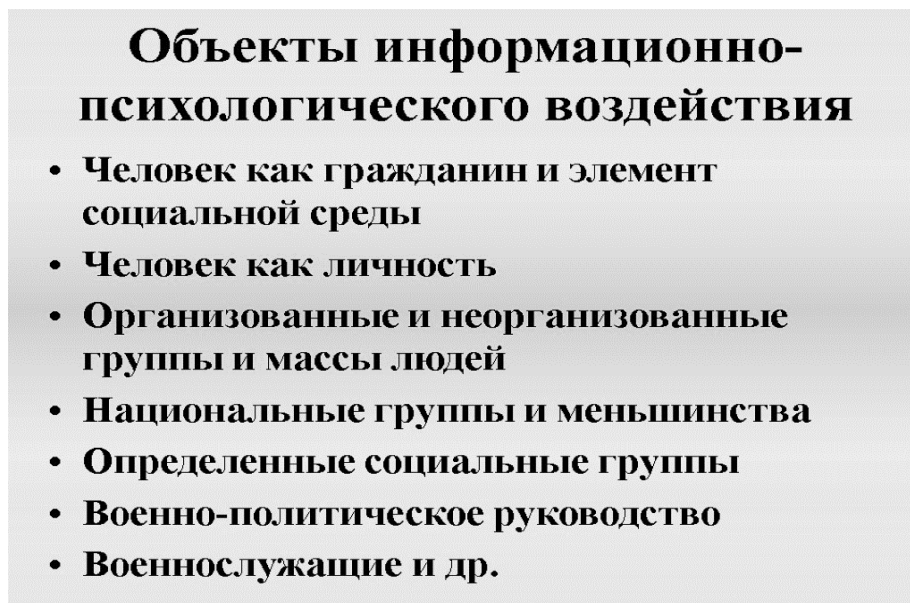


Рис. 12. Объекты информационно-психологического воздействия

Информационно-психологическое воздействие выступает как интегрирующий фактор, способствующий образованию различных структур общества. Любой человек как личность, активный социальный субъект, носитель определенного мировоззрения, обладающий определенным правосознанием и менталитетом, духовными идеалами и ценностными установками, может быть подвергнут непосредственному информационно-психологическому воздействию, которое, трансформируясь через его поведение, действия (или бездействие), оказывает влияние на социальные объекты разного уровня общности, различной системно-структурной и функциональной организации. Таким образом, с помощью информационно-психологического воздействия можно влиять не только на индивидуальное сознание, но и на групповое, массовое и общественное сознание¹ (рис. 12).

Причем это влияние может носить как позитивный, так и негативный характер. В зависимости от преследуемых целей информационно-психологическое воздействие, как правило, осуществляется на

¹ Человеческий фактор в проблемах безопасности / Махутов Н. А. [и др.]. Москва : Знание. 2008. 687 с.

конкретные сферы индивидуального, группового, массового и общественного сознания:

— мотивационную (убеждения, ценностные ориентации, влечения, желания), когда надо оказать влияние на людей к определенным действиям;

— познавательную (ощущения, восприятия, представления, воображение, память и мышление), когда необходимо изменить в нужную сторону представления, характер восприятия вновь поступающей информации и, в итоге, «картину мира» человека;

— эмоциональную (эмоции, чувства, настроения, волевые процессы), когда под прицелом находятся внутренние переживания и волевая активность людей;

— коммуникативную (общение и взаимоотношения, взаимодействие, межличностное восприятие) в целях создания социально-психологического комфорта или дискомфорта, побуждения людей сотрудничать либо конфликтовать с окружающими.

Информационно-психологическое воздействие может осуществляться с помощью различных методов (приемов, форм, методик) и средств, большая часть из которых, непрерывно развиваясь и совершенствуясь, превратились сегодня в сложные технологии воздействия на психику людей, обобщенно называемые в литературе психотехнологиями. Например, к психотехнологиям относятся современные информационные технологии воздействия на индивидуальное, групповое, массовое и общественное сознание с использованием телевизионной и радиовещательной техники, видео и аудиопродукции, а также компьютерные технологии высокого уровня, позволяющие диагностировать и корректировать психическое и физическое состояние человека путем прямого доступа в подсознание.

Информационно-психологическое воздействие, направленное на программирование мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния людей, может носить как позитивный, так и негативный характер.

Положительное (конструктивное) информационно-психологическое воздействие направлено на активизацию психики человека или сообщества людей в целях скорейшего решения созидательных проблем (единение нации перед военной угрозой, воодушевление бойцов перед боем, борьба со стихийными бедствиями, преодоление кризисных ситуаций в экономике и т. д.). Широко

применяется в психотерапевтической практике при лечении и реабилитации раненых и больных людей.

Происходящие в настоящее время процессы преобразования в социальной, духовной, политической жизни и экономике России оказываются существенно зависящими от различного рода информационно-психологических воздействий. Эти воздействия в общих чертах квалифицируются как негативные, если вызывают психоэмоциональную и социально-психологическую напряженность в различных социальных группах и обществе, искажение нравственных критериев и норм, ухудшение здоровья на генетическом уровне, морально-политическую дезориентацию и, как следствие, неадекватное поведение отдельных лиц, групп и масс людей и т. п.

Негативное информационно-психологическое воздействие — это воздействие на человека, на групповое, массовое и общественное сознание в целях явного или скрытого побуждения индивидуальных и социальных субъектов к действиям в ущерб собственным интересам в интересах отдельных лиц, групп или организаций, осуществляющих это воздействие.

Его основные последствия — глубокая трансформация индивидуального, группового, массового и общественного сознания, изменения морально-политического и социально-психологического климата в обществе¹.

В настоящий момент негативное информационно-психологическое воздействие в новом информационном пространстве является орудием информационных и гибридных войн, которые выходят на первый план, вытесняя собой физические. «Поле битвы» таких войн, в отличие от войн физических, служит сознание человека. Психика человека становится основным объектом, а его поведение — мишенью информационного воздействия. Победа в информационном противоборстве предполагает захват контроля над сознанием, внедрение в него необходимой информации и принудительный, скрытый от самого человека перевод на определенный тип мышления и последующего поведения. Преследуемая при этом цель может варьировать от извлечения банальной коммерческой выгоды в рамках манипулятивных воздействий на отдельных

¹ Цветков В. Л. Психология служебной деятельности : учебник / В. Л. Цветков, А. Г. Караяни, И. О. Котенев [и др.]. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2019. 351 с.

лиц или социальные группы до геноцида нации, страны или человечества в целом¹.

§ 2. Особенности психологического воздействия в информационном пространстве

Информационно-психологическое воздействие на массы использовалось во все времена для достижения различного рода политических, экономических, социальных или личных целей, однако же на современном этапе развитие общества оно приобретает яркие специфические особенности, сформировавшиеся в контексте трансформации и развития процессов информационных коммуникаций нашего времени. В современном мире наряду с психологическим воздействием в межличностном взаимодействии человек является объектом массированного информационно-психологического воздействия масс-медиа.

Наибольшее значение для понимания специфики современного психологического воздействия имеет описание характера информационных взаимодействий между различными субъектами с участием средств массовой коммуникации (информации), ставших на сегодняшний день неотъемлемой частью обыденной реальности и охвативших все сферы социальной жизни представителя западной цивилизации. Процессы глобализации и развитие научно-технического прогресса, появление современных технических средств сбора, переработки и распространения информации произвело революцию в сфере массовой коммуникации.

М. Маклюэн (McLuhan, 1995), характеризуя современный этап развития человеческого общества, назвал сложившиеся условия информационной «глобальной деревней». Л. В. Матвеева существованию человека в информационном обществе приписывает следующие черты (рис. 13):

¹ Шаповал В. А., Курдюкова В. Ю. Психодинамические механизмы устойчивости сотрудников органов внутренних дел к негативному информационно-психологическому воздействию: постановка проблемы // Актуальные проблемы психологии правоохранительной деятельности: концепции, подходы, технологии (Васильевские чтения — 2021) : мат-лы междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 16 апреля 2021 г. / под ред. Ю. А. Шаранова, А. В. Шленкова ; сост.: И. Ю. Кобозев, А. А. Сарсенова. Санкт-Петербург, 2021.

Бурный однако рост человек информационных середине технологий

Широкое распространение мультимедийных средств
коммуникации

Доминирование опосредствованных способов взаимодействия
между людьми

*Рис. 13. Основные черты существования человечества
в информационном обществе*

1. *Бурный рост информационных технологий* породил феномен «дефицита полезной информации при изобилии информационного шума», что привело к резкому увеличению нагрузки на когнитивные способности человека и усложнило процессы принятия адекватного решения.

2. *Широкое распространение мультимедийных средств коммуникации* привело к модификации всех сторон жизни общества, превратив их в спектакль как по содержательной, так и по пространственно-временной характеристике. Это определило еще одну размерность в картине мира человека – «перфомансность», что находит свое выражение в смешении игровой и практической деятельности. Хейзинга называет это универсальной характеристикой современной культуры, выражающейся в категории «пуерилизма» (ребячливость). Хейзинга видит проявление этого феномена в потребности в банальных развлечениях, тяге к сенсациям, массовым зрелищам и в потребности поведения как бы по мерке отроческого и юношеского возраста (Хейзинга, 1992). Так, новости на телевидении все больше приобретают характер шоу, а реальная жизнь стала объектом зрелища, как, например, в Real TV-шоу.

3. *Доминирование опосредствованных способов взаимодействия* между людьми привело к тому, что визуальная коммуникация, визуальные коды и визуальные образы стали основным средством представления лидеров, успех которых стал во многом зависеть от того, насколько хорошо они смотрятся на телевизионном экране. Появились новые типы героев—шоумен, и новый тип звезд —телезвезда, блогер, понятие харизмы редуцируется до представления об имидже, а понятие красоты видоизменяется в понятие выразительности.

Можно утверждать, что сращивание новейших информационных технологий, современных психотехнологий (НЛП, меметика и т. д.)

и способов электронного монтажа открывают принципиально новые возможности через средства массовой информации влиять на человека как на уровне индивидуального и коллективного сознания, так и на уровне поступков и принятия решений в ситуации свободного выбора. Научные теории фрейминга (Entman, 1993) и конструирования социальной реальности (Бергер, Лукман, 1994) фактически являются рекомендациями по манипулированию зрительными изображениями и вербальными конструктами для создания независимой от человека виртуальной реальности, которая может представлять серьезную угрозу для его психики.

Современные информационные технологии позволяют воздействовать на человека, используя достижения психологии, физиологии и медицины.

Неудовлетворенная потребность людей в надежной и достоверной информации часто заполняется недостоверными сообщениями, продуцируемыми как на уровне межличностного общения, так и сознательно инспирируемыми государственно-политическими структурами, средствами массовой информации, финансово-экономическими и деловыми кругами¹.

Специфика каналов распространения информации для массовой аудитории и целей, которые при этом преследуют СМИ. Особенности их воздействия, требуют иного подхода к рассмотрению информационно-психологического воздействия в средствах массовой коммуникации по сравнению с анализом психологического воздействия в межличностном взаимодействии, имеющем свои характерные особенности².

В процессе межличностного взаимодействия личность в качестве защиты может использовать ответное воздействие, в частности, в форме контрманипуляции и становиться на позицию субъекта, актора воздействия.

При этом «каналы средств массовой коммуникации являются односторонним инструментом информационно-психологического воздействия их владельцев на потребителей информации. Причем часто это воздействие осуществляется помимо воли адресата, например, когда информирование выступает в роли некоего фона в местах, где человек в то или иное время вынужден находится. Что бы по этим

¹ Баришполец В. А. Указ. соч.

² Грачев Г. В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. В. Грачев, И. К. Мельник. Москва : Книга по Требованию, 2013. 236 с. URL:<http://avkrasn.ru/article-466.html> (дата обращения: 22.03.2022).

каналам не распространялось, человек не может повлиять на источник информационно-психологического воздействия и таким образом, вынужден воспринимать информацию, в которую хитроумно вплетена специалистами паутина психологических манипуляций. Наиболее простой способ — это отключение от канала, но при этом происходит отключение и от информационных потоков, без которых в современном мире невозможно обходиться и удовлетворять собственные информационные потребности¹.

Социальная практика показала, что механизмы пропаганды, рекламы, разных способов убеждения и внушения являются достаточно действенными инструментами влияния на индивидуальное, групповое, массовое и общественное сознание с помощью СМИ. Это объясняется жестко установочным отношением значительной части населения к массовой информации: недоверие к сообщениям, которые не соответствуют личным или социальным ожиданиям и, наоборот, чрезмерное доверие к сообщениям противоположного характера; распространенностью установки на «выгодную» неискренность в деловых коммуникативных отношениях; недостаточной открытостью и умышленной недоговоренностью в сообщениях политического характера; доминированием в значительной части средств массовой информации сообщений сенсационного характера, искажающих в негативную сторону положение в стране, смысл и результативность правительственных решений, создающих необъективные образы лиц, среди которых населению придется делать выбор во время выборной компании.

§ 3. Структура информационно-психологического воздействия

Структура информационно-психологического воздействия на психику человека, групповое, массовое и общественное сознание включает в себя субъектов информационно-психологического воздействия, объекты, на которые воздействуют эти субъекты, коммуникацию между субъектами и объектами информационно-психологического воздействия, а также средства и методы информационно-психологического воздействия. В данном вопросе рассмотрим роль первых трех составляющих процесса информационно-психологического воздействия.

¹ Грачев Г. В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. В. Грачев, И. К. Мельник/ Москва : Книга по Требованию, 2013. 236 с. URL:<http://avkrasn.ru/article-466.html> (дата обращения: 22.03.2022).

Субъекты информационно-психологического воздействия.

Первоначальным структурным компонентом любого информационно-психологического воздействия является *субъект* этого воздействия. Субъект информационно-психологического воздействия (коммуникатор) — это источник информации, владеющий технологиями управления информационными процессами и манипулирования информацией, а также управления поведением социальных систем (объектов) — людей, социальных групп, общества. Коммуникатор по сравнению с объектом воздействия (аудиторией) обладает заведомым преимуществом, которое заключается в его комплексности, системности, масштабности и целенаправленности. Субъектами информационно-психологического воздействия на отдельного человека (его психику, сознание, организм), группы людей, население регионов и страны в целом могут быть:

- государственные и правительственные учреждения (в том числе иностранные), правовые и силовые (военные) организации;
- общественные организации — политические, религиозные, культурные, национально-этнические и т. п. (в том числе зарубежные);
- учреждения здравоохранения;
- финансово-экономические, коммерческие и торговые организации (в том числе зарубежные);
- криминальные структуры (в том числе международные);
- микрогруппы (по месту работы, учебы, службы, жительства, друзья, семья, случайные знакомые, толпа и т. п.);
- отдельные субъекты (граждане) — представители всех вышеперечисленных источников информационно-психологических воздействий, а также различного рода гадалки, экстрасенсы целители и т. п.

В этой связи к источникам информационно-психологического воздействия можно отнести:

— деятельность различных группировок и объединений людей, в частности, некоторых политических партий, общественно-политических движений, националистических и религиозных организаций, финансово-экономических и коммерческих структур, лоббистских и мафиозных групп и т. п. Для достижения своих целей они начинают применять различного рода средства информационно-психологического воздействия, изменяя посредством этого поведение людей таким образом, что наносится ущерб их интересам;

— само государство, органы государственной власти и управления. Это связано, в частности, с действиями политических лидеров, правящей элиты. Опасность возникает, когда они, реализуя собствен-

ные интересы, а иногда и просто амбиции, используют мощь пропагандистского аппарата для оказания информационно-психологического воздействия на людей, маскируя свои действия и истинные цели, которые не соответствуют интересам государства, общества и населения страны;

— индивидуально-психологические особенности некоторых современных политических лидеров, влияющие на адекватность принятия ими важнейших государственных и геополитических решений, развязывание «информационных войн» и, соответственно, организацию и практику информационно-психологического воздействия, оказываемого на людей с использованием возможностей государственного аппарата и средств массовой коммуникации¹.

Субъект информационно-психологического воздействия может быть, как *внутренним*, так и *внешним* (зарубежным), т. е. принадлежать, соответственно, стране, на объекты которой осуществляется воздействие, или другой стране (странам). Внешними субъектами информационно-психологического воздействия могут выступать отдельные государства, их политические, экономические, военные, разведывательные и информационные структуры. Самым главным средством достижения политических целей государствами уже сегодня стало воздействие на психологию противника — индивидуальное, массовое, групповое и общественное сознание в целях разрушения государственных и общественных институтов, провоцирования массовых беспорядков, деградации общества, развала государства.

Объекты информационно-психологического воздействия. Главными мишенями информационно-психологического воздействия выступают индивидуальное, массовое, групповое и общественное сознание. Исходя из этого, объектами информационно-психологического воздействия являются: человек (его психика, сознание, организм), различные массовые объединения и социальные группы людей, население регионов и страны в целом.

В современных условиях объектами информационно-психологического воздействия являются:

— личность как гражданин, активный социальный субъект, в том числе, конкретные представители органов государственной власти и управления, Вооруженных Сил, органов правопорядка и безопасности, работники государственных и негосударственных ор-

¹ Грачев Г. В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. В. Грачев, И. К. Мельник. Москва : Книга по требованию, 2013. 236 с.

ганизаций, учреждений и предприятий, деятельность которых имеет или может иметь важные социальные последствия;

— система формирования и функционирования духовной сферы, общественного сознания и общественного мнения, в том числе: системы образования и подготовки кадров; системы распространения социально значимой информации; система распространения социокультурных ценностей и т.п.;

— социальные группы и объединения людей как компоненты социальной структуры общества, обладающие групповым сознанием, в том числе политические, профессиональные, национально этнические, демографические, религиозные, конкретных регионов и другие;

— федеральные органы законодательной и исполнительной власти и государственного управления РФ;

— органы представительной и исполнительной власти субъектов Федерации и местного самоуправления;

— общественные и политические организации, общественно-политические движения, объединения граждан на различной основе и т. п.;

— министерства и ведомства России, в частности, Министерство обороны, Федеральная служба безопасности, Министерство внутренних дел, Министерство иностранных дел и другие;

— население страны в целом как социально-историческая общность людей, обладающая своим общественным сознанием;

— государство и общество, выступающие как объекты информационно-психологических операций других государств, особенно в период международных конфликтов, кризисов и вооруженных столкновений.

Перечисленные выше объекты являются носителями индивидуального, группового, массового и общественного сознания и подлежат защите от негативного информационно-психологического воздействия. Несмотря на большое разнообразие объектов, основным и центральным объектом информационно-психологического воздействия является человек, его психика и организм. Как отмечают многие исследователи, человек, его повседневная жизнь все больше зависят от массовой коммуникации, которая создает для него своего рода «вторую субъективную реальность», влияние которой не менее значимо, чем влияние объективной реальности.

Человек как объект информационно-психологического воздействия может рассматриваться, во-первых, как гражданин (личность) и, во-вторых, как индивид.

Как гражданин человек является субъектом политической жизни, обладающим определенным мировоззрением, более или менее выраженным правосознанием и менталитетом, духовными идеалами и ценностными установками. Основная суть информационно-психологического воздействия в этом случае сводится к тому, чтобы поведение гражданина было адекватным тем или иным общественным интересам.

Человек как личность и активный социальный субъект может быть подвержен также негативным информационно-психологическим воздействиям, которые, трансформируясь через его поведение, действия (или бездействие), оказывают дисфункциональное влияние на различные социальные структуры.

Как индивид человек обладает сознанием, подверженным различного рода манипулятивным воздействиям, информационным по своей природе, результаты которых могут угрожать его психическому и физическому здоровью.

Коммуникация между субъектами и объектами информационно-психологического воздействия. Под коммуникацией (лат. — communicatio, от communico — делаю общим, связываю, общаюсь) в социальной психологии понимается общение, передача информации от человека к человеку, информационное взаимодействие людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности, а также между человеком и технической системой, между неодушевленными объектами и различными живыми организмами. Обычно она связана с опосредованным общением при помощи печатных средств и технических устройств. Как процесс обмена информацией коммуникация включает следующие элементы: источник (коммуникатор), сообщение, канал коммуникации, получатель (реципиент), а также кодирование и декодирование информации.

Массовая коммуникация — систематическое распространение информации специфически организованными институтами (организациями) с помощью специальных средств — каналов коммуникации (печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись и другие каналы передачи информации) среди численно больших аудиторий. При этом необходимо отметить, что массовая аудитория анонимна, пространственно рассредоточена, делится на целевые группы по интересам и т. п.; информация не только передается, но и искажается, может самопроизвольно возрасть или угасать.

Таким образом, массовая коммуникация — это специфическая форма человеческого общения. Массовая коммуникация осуществля-

ется с использованием специальных средств подготовки и передачи информации. Коммуникационные средства в своем развитии прошли долгий путь. В настоящее время эти средства называют средствами массовой коммуникации (СМК), средствами массовой информации или масс-медиа (*англ.* mass-media, где mass — массовый и media — средство информации) и используют как синонимы.

Развитие научно-технического прогресса, появление современных технических средств сбора, переработки и распространения информации произвело революцию в сфере массовой коммуникации. Передача информации осуществляется при помощи каналов коммуникации, которые представляют собой специально сформированную среду или способ распространения информации от источника информации к получателю. Наиболее эффективными современными каналами коммуникации информационно-психологического воздействия являются пресса, радио и телевидение.

Большие возможности для массовой коммуникации открывает Интернет, хотя в каком-то смысле, сама сеть не является каналом массовой коммуникации, ее можно использовать и для межличностной, и для групповой коммуникации. В качестве канала массовой коммуникации все чаще и чаще используется мобильная связь¹.

§ 4. Теоретическая модель современного информационно-психологического воздействия

Теоретическая модель информационно-психологического воздействия может быть представлена с учетом внушения психологических аспектов взаимодействия личности с информационным пространством.

1. Прежде всего, меняется численность партнеров, одновременно вступающих в общение. Коммуникатором как партнером по общению в случае опосредствования выступает коммуникативная корпорация, представляющая собой высокоорганизованную техническую систему с коллективом людей, подконтрольная государству. В нее включаются, с одной стороны, законодательство по СМИ, осуществляющее государственный контроль над коммуникацией, интересы инвесторов, рекламодателей и владельцев СМИ и социальный заказчик опре-

¹ Психология дискурса / под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой, И. А. Захаровой // Проблемы детерминации, воздействия, безопасности: сб. науч. тр. Института психологии. URL:<http://dlib.rsl.ru/rsl01008000000/rsl01008560000/rsl01008560880/rsl01008560880.pdf> (дата обращения: 22.03.2022).

деленного информационного продукта, а с другой стороны, система управления коммуникативной организацией, собственно творческий коллектив и технические службы, создающие информационный поток, а также внешние и внутренние источники информации. Реципиентом, или «пассивным» партнером по общению, в случае опосредствования выступает совокупность индивидов, в целостной картине мира которых представлены все уровни самоидентификации: индивид как носитель образа «Я», индивид как носитель групповых ценностей и норм, индивид как носитель менталитета (коллективного сознания) (см.: Абульханова, 1997; Брушлинский, 1997). Если за информационным сообщением стоит совокупный продукт совместной четко организованной деятельности людей разных профессий (управление, технические службы) и процедура использования техники творческими работниками жестко иерархизирована и сходна по структуре с техническими системами, но при этом принцип организации труда творческих работников телевидения сходен с атмосферой «тусовки», то зритель, (реципиент) вступает в телеобщение как индивид или несвязанные между собой индивиды.

2. Значительно усиливается роль образной регуляции информационного (коммуникативного) взаимодействия в случае опосредствования. Так, коммуникатор вынужден создавать коммуникативное сообщение на основе образного представления о целевой аудитории как партнере по общению. При этом коммуникативный акт осуществляется как бы в квазиреальности общения, где взаимодействуют образ «Я», образ автора, образ зрителя и образ «идеального» коммуникативного сообщения. В свою очередь реципиент, погружаясь в атмосферу информационного взаимодействия, исходя из образа себя и желаемого образа коммуникативного сообщения, выстраивает образ коммуникатора как партнера по общению и основывается обычно при этом на его визуальном образе. Важной особенностью такого коммуникативного взаимодействия является принципиальная разнесенность партнеров по общению в пространственно-временных координатах и их взаимодействие в плоскости символической реальности.

3. Информационное (коммуникативное) сообщение является результатом работы организованной группы людей разных профессий, поведения субъекта в интересах определенных социальных групп или государственной системы. В связи с этим возрастает число факторов, влияющих на характер содержания сообщения, специфику формы, на

выбор вербальных и образных кодов, которые используются для построения сообщения и расстановки смысловых акцентов (табл. 1).

Таблица

**Факторы, влияющие на коммуникативное сообщение
в структуре модели коммуникативного акта по Л. В. Матвеевой**

<i>Основные факторы, влияющие на коммуникативное сообщение</i>
<i>Личностный (индивидуальный) фактор.</i> Воздействие личностных ценностей, установок, этических норм, индивидуальных характеристик творческих работников различных коммуникативных организаций на динамические характеристики коммуникативного сообщения.
<i>Фактор социальных ролей.</i> Воздействие на особенности языка и смысловые схемы коммуникативного сообщения социальных ролей, профессиональных отношений и личностных диспозиций всего коллектива коммуникативной организации
<i>Фактор управления коммуникативной корпорацией.</i> Цели корпорации, стиль управления, уровень профессионализма влияют на программную политику информационного канала.
<i>Фактор статуса коммуникативной организации.</i> Степень разработанности иерархических уровней управления творческими и технологическими процессами по созданию коммуникативного сообщения и, как результат, определенный статус коммуникативной организации среди других коммуникативных корпораций влияет на политику информационного канала в целом.
<i>Финансовый фактор.</i> Влияние на информационную политику коммуникативной корпорации интересов рекламодателей, инвесторов и владельцев, которые могут опосредствовано воздействовать как на технический уровень организации информационного потока, так и на имидж корпорации в целом.
<i>Фактор государственного или общественного регулирования деятельности коммуникативных корпораций.</i> Осуществляется через законодательство и регулирует уровень «свободы слова».
<i>Идеологический фактор</i> (методы коммуникативного сообщения). Влияние господствующей идеологии в обществе.

4. Резкое усиление одного из коллективных партнеров за счет использования информационных технологий позволяет интенсифицировать процесс взаимодействия на разных уровнях.

Л. В. Матвеева описывает особенности современной информационной коммуникации сквозь призму характера информационных взаимодействий между различными субъектами с участием средств массовой информации, представляя структуру процессов общения в информационной коммуникации как трехуровневую систему взаимодействия индивидуального и коллективного сознания.

Модель опосредствованного коммуникативного взаимодействия в информационном пространстве представлена на рис. 14 в виде вложенных друг в друга «матрешек».

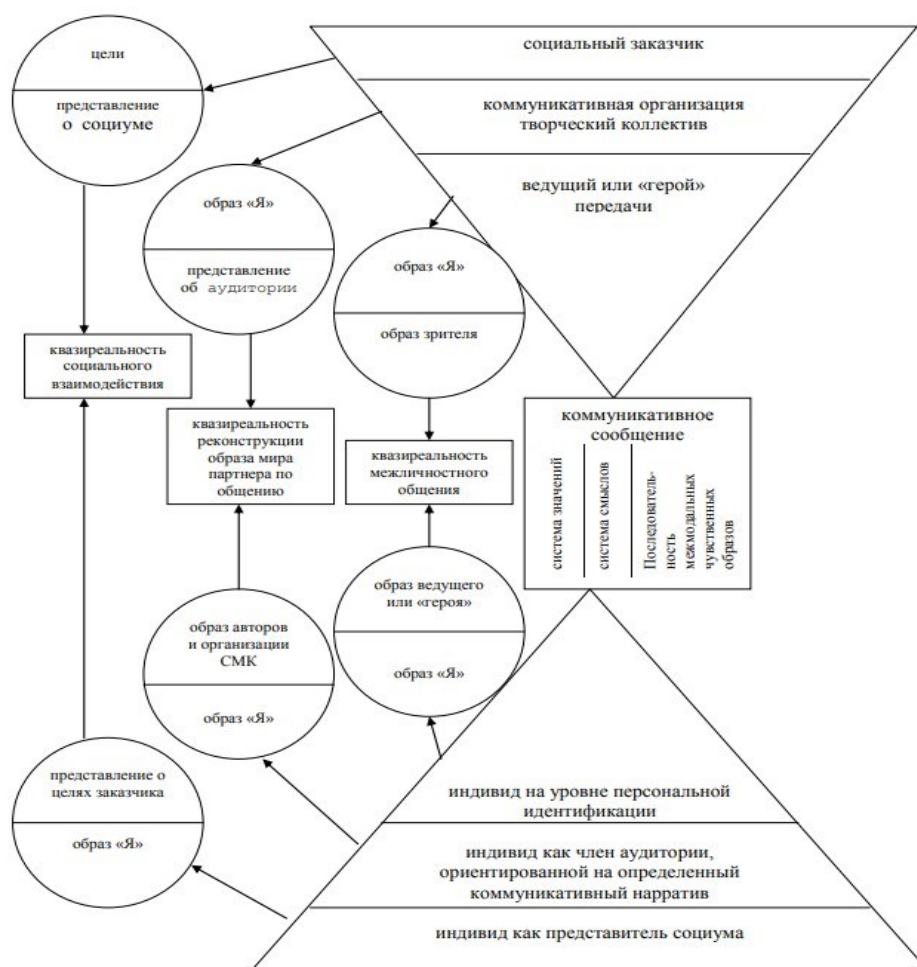


Рис. 14. Модель опосредствованного коммуникативного взаимодействия в информационном пространстве по Л. В. Матвеевой

Таким образом, во второй главе были рассмотрены понятие, характеристики и особенности современного информационно-психологического воздействия, перечислены объекты и субъекты информационно-психологического воздействия.

Информационно-психологическое воздействие — распространение специальной информации, оказывающее влияние на функционирование и развитие информационно-психологической среды общества, психику и поведение политической элиты и населения. Информационно-психологическое воздействие может оказывать влияние на все компоненты сознания: психические процессы, психологические состояния и психические свойства личности. Все каналы коммуникации информационно-психологического воздействия обладают разными характеристиками, имеют и достоинства, и недостатки.

Важно отметить, что с развитием современных технологий воздействовать на людей стало очень просто. Широко распространено информационно-психологическое воздействие с помощью средств массовой информации.

Глава 3

МОДЕЛЬ НЕГАТИВНОГО ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ

§ 1. Специфика деятельности сотрудников органов внутренних дел в современных условиях информационного общества

В современных условиях глобальной информатизации общества к профессиональной компетентности специалистов в различных сферах профессиональной деятельности, в том числе и такой сложной, информационно-насыщенной, как правоохранительная деятельность, предъявляются новые требования. Деятельность правоохранительных органов осуществляется в условиях активного информационного противоборства, требующего от сотрудника правоохранительной сферы контроля за собственными познавательными, волевыми, эмоциональными процессами, а также оценки влияния информации на психическое состояние различных субъектов правоохранительной деятельности, в том числе лиц, оказывающих им содействие, а также объектов оперативной разработки¹.

Анализ современных тенденций показывает, что информационно-психологическое противоборство постепенно приобретает все большую самостоятельность и черты самостоятельного вида обеспечения боевых действий, перерастая в информационные войны, ведущиеся на разных уровнях общественной организации и подрывающие основы общественной безопасности. Исходя из этого целесообразно выделить важнейшие объекты информационно-психологического воздействия в правоохранительной сфере, к которым относятся отдельные сотрудники от рядового состава до самого высокого уровня руководства; феномены группового и массового сознания служебных коллективов, а также подразделений различного масштаба вплоть до Министерства внутренних дел в целом².

На фоне постоянного увеличения потока информации, принятия тактических решений в условиях дефицита времени, конфликтности

¹ Христенко А. А. Защита сотрудников уголовного розыска от негативных информационно-психологических воздействий // Труды Академии управления МВД России. 2016. №4 (40).

² Барিশполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013.

контактов с преступной средой, экстремальности ситуаций, обусловленных угрозой для жизни и здоровья, а также недостатков в организации профессиональной деятельности сотрудников правоохранительной сферы происходит *информационно-психологическое перенасыщение негативной информацией* психики сотрудника.

Условия, в которых протекает жизнедеятельность сотрудника органов внутренних дел, считаются стимулирующими развитие стресса. Это связано со многими факторами и угрозами, в том числе политическими, информационными, социально-экономическими, экологическими, природными. Нерегулярная смена условий труда, нарушения привычного режима суточной жизнедеятельности, вынужденный отказ от обычного для многих людей отдыха что часто приводят к развитию стойких состояний психической напряженности, эмоциональной неустойчивости, избыточной фрустрированности, появлению невротических реакций, психосоматических функциональных расстройств¹.

Кроме того, наличие витальной угрозы, с одной стороны, и широких властных полномочий — с другой позволяют отнести профессию сотрудника ОВД к категории гиперстрессовых и опасных. Экстремальные условия службы, коррупционное давление на фоне большого количества возможностей и соблазнов нелегитимного использования должностных полномочий и других злоупотреблений служебным положением, может реализовываться в умышленные противоправные действия под целенаправленным (агрессивно-манипулятивным) или произвольным негативным влиянием маргинального и криминального контингента, с которыми сотрудники сталкиваются в повседневной деятельности².

Хронические перегрузки, высокая степень физического и умственного утомления, бюрократия и формализм притупляют восприимчивость к нарушениям границ этических норм и затрудняют адекватную морально-нравственную оценку собственного поведения в ситуациях, требующих чуткости и индивидуального подхода, становясь серьезным препятствием для добросовестного и справедливо-

1 Камнева Е. В., Зеленкова А. В., Факторы риска профессионального «выгорания» сотрудников органов внутренних дел // Научный портал МВД России. 2009. № 4. С. 125–131.

² Шаповал В. А., Курдюкова В. Ю. Психодинамические механизмы устойчивости сотрудников органов внутренних дел к негативному информационно-психологическому воздействию: постановка проблемы. Указ. соч.

го выполнения должностных обязанностей, что в более общем плане ведет к дезориентации, деморализации и дезинтеграции не только отдельных сотрудников, но и целых коллективов и подразделений.

Целенаправленное информационное воздействие на правоохранительную сферу ориентировано на размывание чувства гордости за свою страну, искаженное восприятие существующих угроз национальной безопасности, создание в подразделениях общего состояния подавленности, тревоги за свое будущее, демотивацию и уклонение от выполнения поставленных оперативно-служебных задач¹.

Таким образом, сотрудники находятся под непрекращающимся негативным информационно-психологическим влиянием деструктивной и провокативной маргинально-криминальной среды, криминального «инфицирования» ею, следствием чего является непрекращающийся рост числа совершаемых ими правонарушений, злоупотребления служебным положением и должностными полномочиями, их коррупционное, аддиктивное и суицидальное поведение.

§ 2. Угрозы негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел

Характер информационно-психологических угроз, которым подвергаются сотрудники ОВД, следует условно разделить на два направления в зависимости от источника их возникновения:

1) отрицательный информационно-эмоциональный фон, возникающий в результате активного противодействия преступников оперативно-разыскному процессу и уголовному судопроизводству;

2) отрицательные информационно-психологические воздействия, генерируемые на социально-бытовом уровне².

Указанные виды источников информационных угроз следует рассматривать в их неразрывном единстве, поскольку во всех этих случаях речь идет о нейтрализации негативных воздействий, инициируемых представителями криминалитета и иных деструктивных сил.

¹ Виноградов М. В., Ульянина О. А. Психологические аспекты информационного воздействия на сотрудников органов внутренних дел // Психология и право. 2020. Т. 10, № 1. С. 18–29.

² Яковец Е. Н. Актуальные проблемы информационно-аналитического обеспечения оперативно-розыскной деятельности органов внутренних дел : сб. ст. межвуз. науч.-практ. семинар. М., 2011.

В. Л. Цветков, А. Г. Караяни, И. О. Котенев выделяют такие «угрозы негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников правоохранительных органов, как:

- причинение вреда психическому и психосоматическому состоянию;
- блокирование на неосознаваемом уровне свободы волеизъявления, искусственное привитие сотруднику синдрома зависимости;
- утрата способности к политической, культурной и нравственной самоидентификации;
- манипуляция сознанием;
- разрушение позитивных установок, нравственных принципов, жизненно важных интересов личностей сотрудников¹.

Угрозы информационно-психологической безопасности реализуются через разработку, изготовление, распространение и применение негативных информационно-психологических воздействий специальных средств и методов такого воздействия.

Основным объектом информационно-психологических угроз *в сфере индивидуального сознания* является способность сотрудника адекватно воспринимать окружающую действительность, свое место во внешнем мире, формировать в соответствии со своим жизненным опытом определенные убеждения. Основной угрозой его индивидуальному сознанию будет нарушение этой способности путем применения к человеку без его согласия средств и способов воздействия на его подсознание и сознание. Эта угроза может проявляться в виде целенаправленно осуществляемых и неосознаваемых сотрудником воздействий на психические структуры его подсознания (например, так называемый «25-й кадр») или сознания, открывая возможность для «силового» изменения его психических реакций и поведения.

Основными объектами информационно-психологических угроз *в сфере группового сознания* являются *общие интересы* группы сотрудников, отдельных подразделений, принятые и осознанные сотрудниками ОВД и отраженные в их *индивидуальном сознании* правила поведения, их способность к удовлетворению своих интересов и достижению поставленных целей и готовность к противодействию существующим угрозам.

¹ Психология служебной деятельности : учебник / В. Л. Цветков, А. Г. Караяни, И. О. Котенев [и др.]. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2019. 351 с.

Угрозы *коллективному сознанию* могут проявляться в виде противоправных информационных воздействий со стороны других формальных или неформальных групп, общественных или государственных организаций в целях разрушения общности интересов органа или органов внутренних дел, создания трудностей на пути реализации этих интересов, дискредитации отдельных сотрудников и руководителей (командиров) и оказания психологического давления на них. Источниками таких угроз являются криминальные пределы собственности, конфронтационные отношения между религиозными конфессиями, этническими группами, терроризм, диверсии и психологическая война.

Следствием проявления этих угроз может быть неэффективная деятельность, нейтрализация органов внутренних дел, их деморализация и даже самороспуск посредством их дискредитации в глазах населения¹.

Можно заметить, что все перечисленные угрозы носят предельно предметный характер и могут быть использованы незаконными вооруженными формированиями и организованными преступными группировками для решения вполне конкретной задачи — оказания негативного информационно-психологического воздействия на личный состав органов, подразделений, учреждений МВД России при проведении контртеррористических и иных специальных операций.

Отечественный и зарубежный опыт показывает, что защита личного состава от информационно-психологического воздействия должна представлять собой систему мероприятий, направленных на прогнозирование, профилактику, оценку, срыв информационно-психологического воздействия на личный состав и ликвидацию его негативных последствий.

При рассмотрении специфики информационно-психологического воздействия на сотрудников ОВД необходимо учитывать влияния оперативно-служебной ситуации и ряд *психологических последствий оказываемого воздействия*. Специалистами отмечается выход человека в условиях боевой обстановки (экстремальной ситуации) в систему более примитивных реакций и более простых коммуникативных систем. Важнейшие особенности функционирования массовой коммуникации в таких условиях можно описать следующим образом:

— резкое сокращение управляемых параметров;

¹ Там же.

— смещение в сторону базисных потребностей по шкале А. Маслоу;

— возрастание роли информации из-за отсутствия четкой и понятной всем интерпретации происходящих событий;

— изменение каналов коммуникации, переход от официальных в сторону неофициальных каналов;

— создание собственных систем обеспечения жизнедеятельности и безопасности, поскольку принятые системы перестают работать адекватно.

Человек как бы смещается из представителя социальной группы в человека толпы. В результате «спрятанные» до этого биологические реакции выходят на первый план, оттесняя реакции социального порядка. Существенно снижается рациональная составляющая аргументации. Все становится окрашенным утрированно эмоционально¹.

В зависимости от характера информационно-психологических угроз в отношении сотрудников ОВД можно выделить внешние и внутренние угрозы.

Перечень *внешних* информационных угроз можно сформулировать следующим образом:

— направление в надзорные и контролирующие инстанции различного рода жалоб, в которых, как правило, содержатся необоснованные обвинения в совершении сотрудниками полиции противоправных действий;

— оказание психологического воздействия в расчете на отказ от дальнейших действий по изобличению подозреваемых и обвиняемых;

— размещение на электронных ресурсах СМИ персональных данных сотрудников полиции, а также медиа-контента негативного содержания, заведомо ложных сведений, порочащих честь, достоинство и подрывающих их служебную репутацию, в целях негативного влияния на профессиональную деятельность;

— влияние на СМИ, оказываемое коррумпированными вышестоящими должностными лицами, в целях формирования благоприятного общественного мнения и психологического фона для преступной среды;

— дезинформация населения СМИ, общественными организациями и объединениями, формирующая негативное общественное мнение о деятельности полиции;

¹ Почепцов Г. Г. Психологические войны. Москва : Рэфл-бук, 2000. С. 81.

— отказ СМИ в размещении объективных и достоверных информационных материалов, формирующих положительный облик сотрудника полиции.

Перечень *внутренних* информационных угроз включает в себя:

— прием на службу лиц, не обладающих необходимыми психологическими качествами, предъявляемыми к сотруднику полиции;

— необоснованное расширение круга лиц, осведомленных о персональных данных сотрудников, в том числе владеющих информацией об имущественном положении, отраженной в справке о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера;

— профессиональную деформацию сознания сотрудников ОВД под воздействием деструктивной информации;

— негативное влияние коррумпированного или профессионально непригодного руководства на личный состав¹.

§ 3. Последствия информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел

Непрерывное довлеющее воздействие деструктивной социальной среды на сотрудников органов внутренних дел порождает спектр негативных явлений системного, организационного и управленческого характера, проявляющихся в различных видах отклоняющегося поведения, порочащего честь и достоинство сотрудника правоохранительных органов и наносящего ощутимый репутационный ущерб правоохранительной системе как органу исполнительной власти в целом, а также деморализации и дезориентации сотрудников, дезинтеграции служебных коллективов и подразделений.

Результаты целенаправленного информационно-психологического воздействия в совокупности с иными неблагоприятными факторами приводят к усилению процессов профессиональной деформации и профессионального выгорания, а также провоцируют проявления коррупционного поведения.

¹ Христенко А. А. Защита сотрудников уголовного розыска от негативных информационно-психологических воздействий // Труды Академии управления МВД России. 2016. № 4(40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-sotrudnikov-ugolovnogo-rozyska-ot-negativnyh-informatsionno-psihologi> (дата обращения: 27.03.2022).

Профессиональная деформация — это процесс и результат негативных изменений личности сотрудника, его профессиональных навыков под воздействием внешних факторов.

Профессиональной деформацией называют накопившиеся негативные изменения в деятельности субъекта. Эти изменения происходят в сфере уже сложившейся структуры деятельности и нарушают при этом структурные характеристики личности. Нарушения негативно сказываются на эффективности деятельности, снижая продуктивность труда, нарушая возможности взаимодействия с другими участниками труда и препятствуя развитию самой личности. Наиболее существенными в профессиональной деформации личности сотрудника правоохранительных органов являются когнитивные искажения, которые нарушают возможности восприятия ситуации, оценки, планирования и прогнозирования, построения адекватных действий в стандартной и экстремальной ситуации деятельности. Такие трудности в выполнении познавательной деятельности влекут за собой психологическую дезориентацию личности, которая возникает в результате переживания давления внешних и внутренних факторов.

Явления деформации могут наблюдаться в различных сферах.

В профессионально-нравственной сфере деформация проявляется как потеря нравственного и гражданского смысла своей службы, отстраненность от профессии, неуважение к ней, восприятие службы как средства достижения своих корыстных целей. Это может привести к нарушению профессионально-нравственных норм, формализму в работе, стремлению к власти, желанию переложить свою ответственность на других, или, наоборот — к неуверенности в себе, обособленности, к стремлению подменить реальные профессиональные действия написанием разного рода бумаг. Крайней формой проявления профессиональной деформации сотрудников ОВД на уровне профессионально-нравственной сферы является утрата чувства служебного долга и личной ответственности, что приводит к совершению правонарушений и преступлений самими сотрудниками¹.

В профессионально-интеллектуальной сфере происходит постепенная потеря способности и желания мыслить самостоятельно, действовать не по шаблону, реализовывать самостоятельные профессиональные решения. Пропадает инициативность, активность, желание учиться, приобретать новые навыки, повышать свой профессиональ-

¹ Деформация личности сотрудников ОВД. URL: <http://www.jp.mgppu.ru/forum/index.php?topic=21.0> (дата обращения: 22.03.2022).

ный уровень. При этом идет преувеличение значения своего опыта, профессиональных знаний и умений, хотя иногда их может явно не хватать для решения новых задач в правоохранительной деятельности, что приводит к серьезным провалам в работе.

В эмоционально-волевой сфере деформация проявляется в огрублении чувств — развивается черствость, конфликтность, раздражительность. Появляются длительные депрессивные состояния, немотивированная тревожность, теряется способность управлять своими чувствами и эмоциями. Главной особенностью деформации в данной сфере является утрата способности к адекватной самооценке. Нередко это сопровождается обостренной тягой к авторитету и к власти над людьми.

Деформация в сфере профессиональных действий проявляется в упрощении личных профессиональных умений, формировании профессиональных стереотипов, стремлении к мелочной регламентации своих действий со стороны руководства, уходе от ответственности за порученное дело, стремлении к силовым методам решения задач профессиональной деятельности, использовании служебного положения в личных целях.

Крайней формой проявления профессиональной деформации является суицид.

Профессиональное выгорание. Синдром выгорания относится к числу малоизученных феноменов личностной деформации и представляет собой многомерный конструкт, набор негативных психологических переживаний, связанных с воздействием неблагоприятных факторов.

Под профессиональным выгоранием понимается ответная реакция на длительные профессиональные стрессы межличностных коммуникаций, включающая в себя три компонента: эмоциональное истощение, деперсонализацию и редуцирование персональных (профессиональных) достижений.

Эмоциональное истощение рассматривается как основная составляющая выгорания и проявляется в сниженном эмоциональном фоне, равнодушии или эмоциональном перенасыщении.

Деперсонализация представляет собой тенденцию развивать негативное, бездушное, циничное отношение к реципиентам. Она сказывается в деформации отношений с другими людьми. Контакты становятся обезличенными и формальными. В одних случаях может быть повышение зависимости от окружающих, в других — усиление негативизма, циничности установок и чувств по отношению к реципиентам.

Редуцирование персональных достижений проявляется в снижении уверенности в своей компетентности, недовольстве собой, преуменьшении ценности своей деятельности, занижении своих профессиональных достижений и успехов, негативизме по отношению к служебным достоинствам и перспективам, ограничении своих возможностей, обязанностей по отношению к другим. В результате подобных ощущений возникает уверенность в собственной несостоятельности, появляется безразличие к работе.

Коррупционное поведение. Коррупция также может рассматриваться и как специфический источник и как результат информационного воздействия на сотрудника органов внутренних дел как со стороны общества с принятыми в нем негласными нормами взаимодействия с чиновниками, так и со стороны криминального контингента.

Деформация индивидуального сознания в результате оказываемого негативного информационного воздействия идеологии потребительского общества приводит к размыванию этических границ в угоду удовлетворения эгоистических потребностей и корыстных целей (социального статуса и престижа, новизны, удовольствия и т. п.).

Коллеги, начальники или подчиненные, уже подвергшиеся воздействию деструктивной идеологии неосознанно транслируют антиобщественные установки и личным примером коррупционного поведения оказывают непроизвольное воздействие.

Адвокаты, подозреваемые, обвиняемые и иные категории граждан, с которыми сотрудники взаимодействуют в процессе повседневной деятельности, стремятся оказать целенаправленное манипулятивное воздействие, порождая соблазн совершить безнравственные проступки, в том числе криминального характера.

Ликвидация последствий негативного информационно-психологического воздействия предполагает:

- анализ и оценку ее результатов, причин эффективности, наиболее слабых мест в системе информационно-психологической защиты личного состава;

- оказание психологической помощи нуждающимся сотрудникам;

- восстановление организованности подразделений;

- применение соответствующих санкций к паникерам, предателям, дезертирам, определение мер по оптимизации всей системы противодействия психологическим операциям противника.

§ 4. Виды и формы информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел

Неизбежно оказываемое в силу специфики деятельности органов внутренних дел негативное информационно-психологическое воздействие может приводить к дезориентации и деморализации сотрудников, дезинтеграции служебных коллективов, многочисленным формам и видам профессиональных деструкций. Для успешного противостояния негативному информационно-психологическому воздействию необходимо четко понимать, что оно собой представляет, каковы его источники, в каких видах и формах, а также какими способами оно осуществляется.

Виды и формы информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел

Система органов внутренних дел характеризуется наличием следующих качеств, определяющих её как особый объект, требующий специфических видов и форм применяемого воздействия:

— *детерминированность* элементов системы органов внутренних дел заключается в том, что все входящие в них отраслевые, функциональные штабные подразделения находятся в тесной взаимосвязи и деятельность их взаимообусловлена;

— *динамичность* — состоит в том, что органы внутренних дел, испытывая воздействие внешней среды, видоизменяют свою структуру, иерархию задач и функций, методы управления и пр.;

— *управляющего параметра* — заключается в том, что в любом подразделении органа внутренних дел имеется аппарат управления (руководитель, штаб), наделенный соответствующими полномочиями, который вырабатывает или принимает команды управления и организует их исполнение;

— *усилительных свойств* — заключается в том, что органы внутренних дел, получая от вышестоящих системных образований общие команды, детализируют их, конкретизируют и непосредственно организуют их исполнение (производные решения, принимаемые во исполнение и в развитие решений вышестоящих органов или решения, принимаемые в порядке так называемого правового автоматизма);

— *наличие обратных связей* — состоит в том, что ввиду жесткой соподчиненности элементов в системе органов внутренних дел объекты управления обязательно докладывают субъекту о выполнении полученных команд и своем состоянии¹.

Виды информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел могут быть *конструктивными* и *деструктивными*.

Конструктивное воздействие на сотрудников осуществляется на всех уровнях ведомственной вертикали со стороны государства через руководителей низшего, среднего и высшего звена министерства внутренних дел, подразделения по работе с личным составом при помощи различных средств: системы поощрений и наказаний, системы обеспечения социальных гарантий, системы морально-психологического обеспечения.

К конструктивному воздействию можно отнести такой вид воздействия, как *управление*. Управление является объективно необходимым и обязательным видом воздействия, обеспечивающим согласованность и упорядоченность деятельности сотрудников ОВД для достижения общественно значимых целей, возложенных на полицию и решения возникающих оперативно-служебных задач. Этот вид воздействия предполагает наличие соответствующего статуса и властных полномочий, позволяющих сочетать различные виды воздействия. Воздействие субъекта управления на волю объекта управления осуществляется различными приемами, средствами, способами.

Сложность системы управления зависит от того, в рамках какого уровня она рассматривается. Так, управление внутренними делами в нашем государстве построено по принципу иерархии — соподчиненности различных уровней управления. Чем выше уровень управления, тем сложнее построение системы. И, наоборот, например, на уровне территориального отдела полиции на районном уровне внутренних дел управляющую систему, в основном, составляет его руководство, а управляемая система представляется в виде коллектива сотрудников данного отдела, выполняющего возложенные на него функции.

Управляющая система одновременно может быть и управляемой системой по отношению к вышестоящей управляющей системе. Например, Управление МВД (Главное Управление МВД) края (обла-

¹ Сосновская Ю. Н. Основы построения систем организационного управления. Органы внутренних дел как социальная правоохранительная система - организация // Вестник Московского университета МВД России. 2014. № 10.

сти) является управляющей системой по отношению к нижестоящим органам внутренних дел и управляемой системой по отношению к МВД России.

По своей значимости цели управления подразделяются на *цели общие, высшего и низшего уровней, глобальные, генеральные и частные, стратегические и оперативные, конечные и промежуточные*. Все виды целей дополняют друг друга.

Целью системы органов внутренних дел является обеспечение надлежащей защиты личности, общества и государства от правонарушений.

Для достижения этой глобальной цели предстоит решить следующие задачи:

- повышение эффективности управления и профессиональной готовности органов внутренних дел;
- создание полноценной правовой базы функционирования системы МВД России;
- максимальное использование положительно зарекомендовавших себя на практике форм и методов оперативной, служебной и служебно-боевой деятельности, обеспечения внедрения научных рекомендаций и приемлемого в российских условиях зарубежного опыта;
- улучшение работы с кадрами, повышение уровня профессионализма, исполнительской дисциплины и научной организации труда;
- укрепление делового сотрудничества с другими правоохранительными органами, налаживание взаимодействия с населением и институтами гражданского общества;
- расширение и углубление взаимовыгодных международных связей;
- доведение до нормативного уровня финансового и материально-технического обеспечения;
- правовая и социальная защита личного состава органов внутренних дел;
- обеспечение собственной безопасности системы органов внутренних дел.

Деструктивное воздействие характеризуется негативным, разрушающим влиянием на деятельность сотрудников и может быть представлено большим количеством субъектов, как являющихся частью системы органов внутренних дел, так и внешними источниками.

Специфика профессиональной деятельности сотрудников органов внутренних дел обуславливает массированное негативное ин-

формационно-психологическое воздействие как со стороны макросреды (различных социальных и политических сил), так и со стороны маргинального и криминального контингента (микросреда).

Источниками такого воздействия могут выступать средства массовой информации, различные социальные группы и сообщества, организации, отдельные личности, транслирующие негативные социальные стереотипы. Так к числу источников негативного воздействия можно отнести:

- идеологию потребительского общества, в основе которой заложено насаждение гедонистических принципов организации жизни наряду с принижением значения общечеловеческих ценностей;

- государственные органы и организации, осуществляющие деятельность по проведению деструктивных информационно-психологических операций зарубежных стран, а также российскую несистемную оппозицию, состоящую из «протестных лидеров», стремящихся выстроить карьеру путем организации громких социальных акций и провокаций;

- отдельных личностей, подвергшихся негативному воздействию среды и оказывающих негативное влияние примером собственного поведения или целенаправленного манипулятивного воздействия, зарождающая соблазн отвергнуть собственные принципы и ценностные ориентации и совершить криминальные проступки, направленные на удовлетворение навязанных потребностей;

- воздействие преступности. «Информационно-психологическое воздействие со стороны преступности необходимо рассматривать как комплекс законных и противоправных деяний, препятствующих нормальному функционированию правоохранительных органов. Это разнообразные приемы и уловки криминальной среды, делающие невозможным эффективное выявление, предупреждение, пресечение, раскрытие, расследование преступлений и судебное рассмотрение уголовных дел, а также способствующие минимизации уголовного наказания, назначаемого осужденному. Эти действия могут быть сопряжены с осуществлением различного рода провокаций в отношении сотрудников уголовного розыска. Подобное противодействие способно замедлять и даже приостанавливать оперативно-розыскной процесс и уголовное судопроизводство за счет иницииро-

вания различных неблагоприятных факторов, многие из которых носят информационный характер¹.

*Формы психологического воздействия
на сотрудников органов внутренних дел*

Информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел может оказываться в двух основных формах, различаемых по критерию волеизъявления объекта: побуждение и принуждение.

Побуждение объекта информационно-психологического воздействия к совершению каких-либо действий (изменения жизненной активности) – такое открытое для объекта воздействие на его сознание, в результате которого происходит формирование мотивации к совершению определенных поступков.

Основные способы формирования мотивации в результате открытого (явного для объекта воздействия) информационно-психологического воздействия: убеждение, разъяснение, информирование, обсуждение, согласование, сравнение, воспитание, содействие, поддержка, изменение настроения (психологического состояния); формирование психологического фона и др.

Принуждение как форма информационно-психологического воздействия — это такое воздействие на сознание объекта, в результате которого в сознании объекта происходит формирование мотивации к обязательному совершению определенных поступков вопреки собственной воле или желанию.

По отношению к сознанию объекта информационно-психологического воздействия принуждение может быть открытым и скрытым (тайным). К формам открытого принуждения относятся такие виды принуждения, как государственное принуждение и принуждение общественное, основанное на действии норм социального поведения – морали и нравственности, а также юридически оформленных отношений между социальными субъектами².

К формам тайного принуждения относятся психологические манипуляции, дезинформирование, агрессивная пропаганда, шантаж.

¹ Христенко А. А. Защита сотрудников уголовного розыска от негативных информационно-психологических воздействий // Труды Академии управления МВД России. 2016. № 4(40).

² Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : монография. Москва : МИФИ, 2003. 388 с.

Иные формы информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел представляют собой совокупность методов, приемов, средств и технологий, применяемых субъектами воздействия в целях оказания влияния на личность и поведение сотрудников и, как следствие, результаты их профессиональной деятельности.

С учетом специфики органов внутренних дел как жестко структурированной иерархической системы в целях оказания деструктивного воздействия может применяться типовая схема действий для дестабилизации хозяйствующего субъекта:

1. *Подрывная деятельность.* Тактические действия, рассчитанные на подрыв единства команды управления изнутри, создание атмосферы недоверия и подозрительности. Раздувание конфликтных ситуаций. Создание в команде управления конфликта интересов. С этой целью субъектами воздействия в доступных источниках (в первую очередь специализированные информационные ресурсы сети интернет, платформы социальных сетей и мессенджеров) активно освещаются:

- политические, экономические, социальные и идеологические разногласия между различными группировками в команде управления;
- возможное соперничество между ними;
- недовольство распределением материальных средств;
- корыстные устремления отдельных руководителей;
- недовольство трудового коллектива командой управления.

Для этого изучается биография и система личных связей руководителей команды управления, а также сложившийся баланс интересов, причины, побудившие того или иного руководителя поддерживать ту или иную группировку в руководстве.

Разжигание противоречий осуществляется в целях углубления и доведения до «точки кипения» имеющихся различий между правами и обязанностями различных сотрудников и руководителей, а также их ценностных ориентиров и устремлений. При этом используется недовольство сотрудников действующим руководителем и его командой, их неудовлетворенность своим положением (уровнем денежного довольствия, распределением служебной нагрузки и должностными обязанностями и т. д.), а также специально организуемые гонения, притеснения и провокации. В результате формируется своеобразная «пятая колонна», т. е. категория лиц, враждебно настроенная к руководству и готовая помогать их оппонентам.

Цель данных мероприятий — углубить имеющиеся внутри системы противоречия до критического уровня и посредством этого

максимально снизить способность к сопротивлению информационному воздействию и преодолению негативных последствий. Внимание сотрудников привлекается к фактам коррупции и казнокрадства среди высшего и среднего звеньев менеджмента, их неспособности эффективно управлять вверенными подразделениями. Такая пропаганда должна вызвать у сотрудников чувство ущемлённости и возмущения, недовольство привилегированным положением отдельных сотрудников и руководителей, их высокомерным отношением к подчиненным. Она усиливает агрессивный настрой по отношению к требованиям системы и распоряжениям руководителей. Это, в свою очередь, снижает их готовность выступать в защиту имиджа правоохранительных органов и мотивацию к самоотверженному и добросовестному выполнению служебных обязанностей.

2. *Проникновение.* Вербовка агентуры влияния в команде управления и в рядах личного состава. Внедрение «своих людей», являющихся источниками распространения «нужной» информации, а также источниками получения информации изнутри о морально-психологическом состоянии сотрудников и деятельности системы в целом.

3. *Дискредитация* руководства и ведущих сотрудников. Дискредитация руководства снижает его авторитет в глазах подчиненных и создает условия для снижения лояльности системе и мотивации профессиональной деятельности.

Самый большой пропагандистский характер имеют материалы, не содержащие прямых оскорблений в отношении руководства (так как объекты воздействия могут воспринять данные оскорбления, как личные), а выставляющие их в неприглядном свете, активируя чувство стыда за принадлежность системе и нежелание идентифицироваться с ней.

4. *Вмешательство.* Координирование и организованные усилия для того, чтобы усложнить деятельность команды управления, путем создания искусственных препятствий, снижая тем самым продуктивность осуществляемой деятельности.

5. *«Промывание мозгов».* Осуществление широкой пропагандистской компании в целях формирования негативного мнения о руководстве, а также системе органов внутренних дел в целом путем создания общественного резонанса вокруг проступков отдельных сотрудников и других пороках, и недостатках системы. Заказные газетные статьи, теле- и радиопередачи о критическом положении на предприятии, рассчитанные на охват широкой аудитории, эффективно формируют негативное общественное мнение в отношении МВД.

Основная цель этих действий — сформировать в возможно более широких кругах установку на негативное восприятие любых сотрудников полиции со стороны населения и местных властей, а также создать в сознании самих сотрудников ощущение собственной беспомощности в изменении ситуации.

6. *Систематическое распространение слухов*, особенно правдоподобных. Слухи — это специфический вид информации, появляющийся спонтанно в силу информационного вакуума среди определенных слоев населения либо специально кем-то распространяемый для воздействия на общественное сознание.

Часто для создания у общественности неблагоприятного впечатления используются лжесвидетели какого-либо события, реально произошедшего с представителями системы органов внутренних дел. Слухи как метод активного воздействия наиболее опасны в критические моменты напряженной обстановки, особенно, когда правду о реальном положении дел выяснить сложно, и в связи с этим общественное мнение становится очень восприимчиво к любой новости.

Распространение компрометирующих слухов в целях подрыва авторитета и имиджа в глазах общественности является сложной технологией воздействия, состоящей в составлении и распространении единого по своей направленности блока слухов. В него обычно входит информация как явно порочащая объект дискредитации, так и якобы прославляющая, защищающая и соболезнающая.

Порочащие слухи — конкретные факты коррупции, связи с криминальными структурами, протекционистской кадровой политики (кумовство и круговая порука). Все обвинения должны соответствовать действительности.

Прославляющие слухи — умелое управление отдельных начальников, например, «за время пребывания в должности того или иного руководителя, сокращено (или уволено) всего 70 % сотрудников, оставшиеся 30 % должны благодарить за то, что у них такое руководство».

Защищающие слухи — «да, система (подразделение) долго находилась в кризисе, но руководитель просто не смог сориентироваться в выборе основных направлений реструктуризации системы».

Соболезнующие слухи — «да, отдельных сотрудников хотят привлечь к ответственности за неправомерные действия и превышение должностных полномочий. Но команда руководства слишком слаба, чтобы навести у себя порядок».

Инсинуации, намеки и разоблачения — типичный набор средств информационной войны, к которому прибегает противник (субъект воздействия). Его устремления сводятся к подрыву доверия к системе МВД и органам государственной власти в целом.

При этом используются различные обличительные характеристики, сплетни, недобросовестная информация, сенсационные разоблачения. В разоблачениях упор делается на принцип: «чем невероятнее, тем и правдоподобнее». При этой методике акцент сознательно делается на невероятность и грандиозную возмутительность информации, во-первых, потому, что именно такая информация вызывает чувство шока, оторопи, во-вторых, невероятное правдоподобие так же трудно опровергнуть, как и подтвердить.

§ 5. Методы, приемы, средства и инструменты психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел

В отношении сотрудников ОВД как объекта психологического воздействия может быть использован обширный перечень воздейственных техник, представляющих собой комбинации методов, приемов, средств и инструментов психологического воздействия для достижения определенной цели:

Информационная перегрузка. Сообщается гигантское количество информации, основную часть которой составляют абстрактные рассуждения, ненужные подробности, различные пустяки и т. п. В результате объект не может разобраться в истинной сути проблемы.

Дозирование информации. Сообщается только часть сведений, а остальные тщательно скрываются. Преподнесение «нужной» в данный момент, зачастую грубо сфабрикованной информации. Это приводит к тому, что картина реальности искажается в ту или иную сторону, либо вообще становится непонятной.

Большая ложь. Любимый прием министра пропаганды нацистской Германии Й. Геббельса. Он утверждал, что чем наглее и неправдоподобнее ложь, тем скорее в нее поверят, главное — подавать ее максимально серьезно.

Смешивание истинных фактов со всевозможными предположениями, допущениями, гипотезами, слухами. В результате становится невозможным отличить правду от вымысла.

Затягивание времени. Этот способ сводится к тому, чтобы под различными предложениями оттягивать обнародование действительно важных сведений до того момента, когда будет уже поздно что-то изменить.

Возвратный удар. Суть этого способа в том, что вымышленную (естественно, выгодную для себя) версию тех или иных событий через подставных лиц распространяют в органах СМИ, нейтральных по отношению к обеим конфликтующим сторонам. Пресса конкурирующей стороны (противника) обычно повторяет эту версию, так как она считается более объективной, чем мнения прямых участников конфликта.

Своевременная ложь. Способ заключается в сообщении совершенно лживой, но чрезвычайно ожидаемой в данный момент ("горячей") информации. Чем больше содержание сообщения отвечает настроению объекта, тем эффективнее его результат. Потом обман раскрывается, но за это время острота ситуации спадает, либо определенный процесс принимает необратимый характер.

Отвлечение — «дымовая завеса»: второстепенная, но сенсационная, эмоционально окрашенная информация отвлекает внимание от существенной, но нежелательной для инициатора¹.

Дефрагментация — «белый шум» (прием «потока сознания»): подача информации единым потоком, в результате чего какую-либо тенденцию уловить довольно сложно. Например, прием снижения восприятия фактов подачей такого количества новостей, когда становится невозможным сделать их сортировку путем создания: обилия разнородных комментариев; противоречивых мнений без фактов и анализа; через оснащение фактов сложными теоретическими выкладками, выступлениями узких специалистов.

Превращение — «конвертация взглядов» (эффект «нога в дверях»). Состоит в том, что точки зрения, целиком поддерживаемые общественным мнением или объектом влияния, не атакуются пропагандой, даже если они не устраивают инициаторов, — работа ведется шаг за шагом, постепенно. За основу берутся уже имеющиеся точки зрения и поэтапно конвертируются до взглядов, соответствующих позиции манипулятора.

Сопоставление — «исторические аналогии» (прием «ничто не ново под луной»): конструирование метафор, программирующих адресат влияния. Состоит в сочетании двух приемов влияния:

— использования необоснованной похвалы как средства воздействия, лести аудитории;

— изыскания возможности отыскать в истории любой необходимый.

¹ Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). URL: <http://evartist.narod.ru/text19/001.htm> (дата обращения: 22.03.2022).

Объективный подход — конструирование (прием «самосбывающегося пророчества»): подбор фактов и умелое их комментирование — путем исключения некоторых малоизвестных фактов или их добавления можно обнаружить несуществующую тенденцию.

Сотворение — «демиург» (прием «подтасовки фактов»). Состоит в создании фактов путем сочетания в одном сообщении разнородных фактов: действительных правдоподобных, действительных неправдоподобных и выдуманных правдоподобных фактов.

Семантическое манипулирование — «словесная эквилибристика» (прием «как корабль назовешь, так он и поплывет»). Для сообщения тщательно отбираются слова, влияющие на восприятие информации. То, как мы называем человека, влияет на наше представление о нем, например: войска — бандформирования, освободители — оккупанты, разведчики — шпионы, партизаны — боевики. Умелое пользование одной только семантикой может значительно влиять на процесс принятия решения человеком и социальной группой.

Апеллирование — «адресация к социуму» (эффект «социального доказательства»; прием «народ против: сообщение к эмоциональной сфере, минуя рациональную. Методом апеллирования к общественной потребности часто пользуются в СМИ и политике.

Обесценивание — «поливание грязью» (прием «ворота в дегте»). Состоит в формировании отношения к теме, избранной инициатором. Этот метод причисляется к самым грубым пропагандистским приемам.

Анонимное информирование — «слив секретов»: «слив» «секретных» сведений, полученных из «анонимных источников. Организуется чаще всего с тем, чтобы провести зондирование общественного мнения по какому-либо вопросу.

Использование слухов — прием «как нам стало известно». Как правило, основывается на ложных сведениях и является следствием дефицита информации, выполняя двойственную функцию: объяснения ситуации; снятия эмоционального напряжения, испытываемого индивидом.

Дезинформирование — прием «фальсификация данных» включает в себя использование заведомо ложных данных и сведений, становясь, по сути, разновидностью обмана. Грани между дезинформированием и обманом могут быть трудноразличимы.

Мероприятия по дезинформированию проводятся одновременно в политической, экономической и военной областях путем организации регулярных «утечек» конфиденциальных (секретных) сведений и распространения "личных мнений" информированных высокопо-

ставленных представителей власти. Основным инструментом дезинформирования в психологических операциях обычно являются средства массовой информации – печать, радио, телевидение.

Аудио-, видеозомбирование или программирование. Об этом направлении в открытых источниках имеются разноречивые и иногда противоположные сведения. Известно только, что в западных супермаркетах проигрывается специальная музыка, в которой рефреном повторяется слоган «не укради», и, якобы, действительно мелких краж в таком образом оборудованных заведениях стало меньше. В печати мелькали описания результатов шумового воздействия на подсознание людей с целью их активизации на те или иные действия. О применении в коммерческой деятельности в целях стимулирования потребителя на покупку какого-либо товара технологий «нейролингвистического» программирования с использованием специально подобранных слов и фраз или видеоряда, с которыми мы сейчас часто сталкиваемся, из-за их массовости, следует говорить отдельно. Несмотря на скудость сведений о причинах такого вида воздействий, сбрасывать это направление со счетов из-за его важности и широкого поля применения ни в коем случае нельзя. Здесь также есть, о чем задуматься при подготовке нового поколения специалистов в области информационной безопасности.

Таким образом, современные информационные, прежде всего мультимедийные технологии позволяют злоумышленникам для достижения своих негативных целей осуществлять массовое, и индивидуальное (точечное) информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел через каналы межличностного общения и СМИ. Технологиями защиты от таких воздействий, способами и средствами их обнаружения основная масса специалистов правоохранительной сферы в полной мере пока не обладает. Необходимы новые подходы как к разработке методов и средств противодействия, так и к подготовке специалистов их использующих¹.

¹ Дворянкин С. В. Противодействие негативным мультимедийным информационно-психологическим воздействиям // Известия ЮФУ. Технические науки. 2003. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protivodeystvie-negativnym-multimediynym-informatsionno-psihologicheskim-vozdeystviyam> (дата обращения: 27.03.2022).

Глава 4

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЗАЩИТА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ ОТ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

§ 1. Организационно-правовые и информационные инструменты информационно-психологической защиты

Условия выполнения служебных задач сотрудниками правоохранительной системы как экстремального вида деятельности характеризуются отрицательным влиянием на психику человека широкого спектра неблагоприятных, дискомфортных и угрожающих факторов, вызывающих профессиональный стресс у личного состава. Сотрудники подвергаются не только физической угрозе (личному здоровью и жизни), а в результате оказываемого на них информационно-психологического воздействия в большей мере значительному риску возникновения различных психических расстройств, реакций и состояний. Последние часто становятся непосредственной причиной нарушения профессиональной деятельности вплоть до ее отказа, значительного снижения или потери трудоспособности, возникновения межличностных конфликтов, нарушений дисциплины и других отрицательных явлений¹.

Сохранение безопасности личного состава, в частности информационно-психологическая защита сотрудников, является основной задачей руководителей всех уровней. Рассмотрение вопросов информационно-психологической безопасности и информационно-психологической защиты имеет актуальное практическое значение.

Неотъемлемой частью безопасности человека является ее психологическая составляющая, которая на сегодняшний день находится в центре внимания большого количества научных исследований, делается попытка с разных позиций описать условия формирования и развития психологической безопасности человека, создать ее модель, выявить основные факторы и детерминанты, положительно и отрицательно влияющие на нее.

¹ Приходько И. И. Разработка психодиагностического инструментария определения психологической безопасности личности специалистов экстремальных видов деятельности // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 3(40). С. 29.

И. И. Приходько описывает трансформационную модель психологической безопасности личности специалиста экстремального вида деятельности, состоящую из:

— четырехфакторной структуры психологической безопасности личности в обычных условиях жизнедеятельности, в которую входят следующие компоненты: морально-коммуникативный, мотивационно-волевой (жизнестойкость), ценностно-смысловой и внутреннего комфорта;

— четырехфакторной структуры психологической безопасности личности в экстремальных условиях деятельности, которую составляют такие компоненты, как морально-волевая урегулированность (нормативность), стратегии совладания со стрессовыми ситуациями (копинги), ценностно-смысловой, посттравматический рост.

Одно из базовых понятий информационно — психологического воздействия — информационно-психологической безопасности.

Следует отметить, что проблема психологической безопасности начала активно разрабатываться в связи с возрастанием роли средств массовой коммуникации в жизни общества. Однако еще Г. Мюнстерберг в «Основах психотехники», рассматривая роль косвенного воздействия на общество, оказываемого различными профессионалами, особо отмечал возможность как позитивного, так и негативного влияния газетных публикаций на нравственность общества. Он писал: «Если мы позволим газетам помещать захватывающие сообщения об уголовных процессах и таким образом допустим, чтобы в слабых душах вырос в силу подражания импульс к преступлению, то и в этом случае душевная жизнь личности будет подвергнута воздействию через посредство социальных учреждений». Эта работа Г. Мюнстерберга может считаться классикой исследования различных видов психологического воздействия. Однако тема их «опасности — безопасности» для личности, группы или общества в целом в ней не представлена еще как самостоятельная и рассматривается вскользь, приблизительно в том же ключе, как это изложено в приведенной цитате.

Если рассмотреть современные публикации, посвященные обзору исследований в области психологии воздействия, то практически в каждом разделе содержатся материалы, в той или иной степени отражающие и проблему психологической безопасности, притом даже во взаимосвязи с другими видами безопасности человека. Одним из ярких примеров является публикация «Influence. Science and Practice» R.B. Cialdini, изданная на русском языке, в которой автор, опираясь

на многочисленные экспериментальные исследования, не только описывает психологические механизмы влияния на поведение людей, но постоянно фиксирует внимание читателей на необходимости и способах противостояния ему. Так, рассматривая психологическую сущность, механизмы, роль и формы реализации инициации в студенческих братствах, автор приводит многочисленные свидетельства получения травм, увечий и даже гибели молодых людей, во многом обусловленных их неспособностью преодолеть давление принятых на себя нелепых обязательств¹.

Таким образом, можно предположить, что «в связи с развитием психологами знания о феномене психологической опасности в его взаимосвязи с практикой психологического воздействия исследования в этом направлении будут приобретать еще более систематический характер, хотя уже сейчас заложен хороший фундамент для последующей разработки этой проблемы. Остановимся более подробно на наиболее важных для нас исследованиях в этой области.

Основная их масса относится к периоду 1994 –1999 гг. и представлена в материалах круглых столов, выступлениях и публикациях. Наиболее системно проблема угрозы психике человека представлена в публикациях и выступлениях коллектива авторов (Г. Л. Смолян и С. Ю. Решетина, А. В. Брушлинский, С. К. Рощин, Г. В. Грачев и др.). Так, для Г. Л. Смоляна и С. Ю. Решетиной исходным является понятие не психологической безопасности, а информационной безопасности. Информационная безопасность понимается ими как «состояние защищенности информационной среды общества, обеспечивающее ее формирование и развитие в интересах граждан, общества и государства».

Информационно-психологическое воздействие представляет собой, по их мнению, воздействие информации на психику человека и его сознание. Таким образом, информационно-психологическая безопасность — конкретная форма информационной безопасности. Авторы вводят следующее определение: «Информационно-психологическая безопасность личности определяется как состояние защищенности личности, обеспечивающее сохранение ее целостности и возможности развития при постоянных информационных воздействиях на индивидуальное сознание».

¹ Кобаченко Т. С. Методы психологического воздействия : учебное пособие. Москва : Педагогическое общество России, 2000. 544 с.

Обеспечение информационно-психологической безопасности — защита, сохранение от искажающих и разрушающих воздействий. Для социального объекта это может означать сохранение его как целого в единстве основных системообразующих качеств. Для личности такими системообразующими качествами являются целостность (выражение тенденции к устойчивости) и развитие (выражение тенденции к изменению). Нарушение целостности личности видится этими исследователями как нарушение структуры ценностей, мотивов, целей, черт личности.

Потребность в безопасности относится к одной из базовых потребностей человека. Природа воздействий, нарушающих безопасность личности, может быть разной, но информационные воздействия на сознание человека, по их мнению, в силу их универсальности, могут представлять угрозу для любого вида безопасности человека.

Г. Л. Смолян и С. Ю. Решетина считают, что источниками информационно-психологической опасности могут выступать все субъекты, начиная с государственного уровня и до межличностного взаимодействия, а каналы могут быть представлены всеми каналами распространения информации.

Нарушение информационно-психологической безопасности личности ведет к двум следствиям: во-первых к деградации форм отражения и структуры потребностной сферы, нарушения психического здоровья; адекватного отражения мира и отношения к нему; во-вторых, к изменению ценностных ориентации и мировоззрения.

Авторы особо рассматривают вопрос о возможности введения критериев, позволяющих оценить уровень информационно-психологической безопасности, хотя и указывают на их относительность. К их числу могут быть отнесены чувство удовлетворенности или неудовлетворенности своей информированностью, адекватность отражения человеком окружающего мира, показателем чего могут выступить действия человека в изменяющихся условиях. Критерием устойчивости личности к информационно-психологическому воздействию могут, по их мнению, служить избирательное отношение к информации и умение оценить негативные и противоречивые воздействия).

Гарантия защищенности от нарушений информационно-психологической безопасности (ИПБ) видится ими в творческом мышлении и гибком сознании, целостности и способности личности к саморазвитию.

Как видно из этого краткого изложения позиции этих авторов, их видение проблемы представляется полным и систематизированным. Однако необходимо обратить внимание на некоторые моменты, которые вызывают наши возражения.

1. Представляется нецелесообразным рассматривать ИПБ как субъективное переживание. Вспомним определение информационно-психологической безопасности личности, которая трактуется этими авторами как состояние защищенности. Однако в некоторых обстоятельствах ощущение опасности, незащищенности, т. е. субъективный компонент, может отсутствовать, например, как это может быть в условиях тоталитарного режима.

2. Представляется более корректным говорить не о том, что определенное состояние информационной среды «способствует» чему-то, скорее «не способствует нарушению чего-то».

Несколько отличны от рассмотренной позиции взгляды С. К. Рощина, который под психологической безопасностью понимал такое состояние общественного сознания, при котором общество в целом и каждая отдельная личность воспринимают существующее качество жизни как адекватное и надежное, поскольку оно создает реальные возможности для удовлетворения естественных и социальных потребностей граждан в настоящем и дает им основания для уверенности в будущем¹.

Информационно-психологическая безопасность личности и общества рассматривается с позиций воздействия информационной системы на общественное и индивидуальное сознание, отражающее отношение общества и граждан к настоящему и будущему.

Однако и эти взгляды вызывают некоторые возражения.

1. Понимание информационно-психологической безопасности как субъективного проявления (состояние сознания), т.к. осознание может быть более или менее полным, адекватным или фрагментарным; механизмы осознания сами по себе могут явиться объектом воздействия;

2. Увязывание информационно-психологической безопасности с оценкой качества жизни, так как оценка зависит от стандартов, которые социально задаются.

Г. В. Грачев рассматривал информационно-психологическую безопасность личности как «состояние защищенности психики от действия многообразных информационных факторов, препятствующих

¹ Кобаченко Т. С. Указ. соч.

щих или затрудняющих формирование и функционирование адекватной информационно-ориентировочной основы социального поведения человека и в целом жизнедеятельности в современном обществе, а также адекватной системы его субъективных (личностных, субъективно-личностных) отношений к окружающему миру и самому себе.

Возражения этой точке зрения состоят в том, что представляется очень узким связывать информационно-психологическую безопасность только лишь с информационно-ориентировочной основой социального поведения человека, если в дальнейших рассуждениях не имеются в виду побудители поведения и т. д.

В целом эта позиция наиболее содержательна. Автор связывает проблему информационно-психологической безопасности с деятельностью широкого круга профессионалов, а не только средств массовой информации, хотя и сосредоточивает свое внимание в основном на манипуляции. В этом пункте наши позиции несколько отличаются, поскольку, как мы постараемся показать далее, возникновение психологической опасности может быть связано не только с таким видом психологического воздействия, как манипуляция, но и с иными видами воздействия.

Понятие «информационно-психологическая безопасность» не вполне корректно, так как невозможно представить функционирующую психику вне информационного взаимодействия. Авторы перечисленных определений не берут в расчет тот факт, что человек не только потребляет сообщения из самых разных источников, но и отражает условия и обстоятельства собственной конкретной деятельности или жизнедеятельности, а также события, непосредственно касающиеся узкого социума, да и общества в целом. Цитированные авторы не замечают, что фактически у человека два источника информации: сообщения и непосредственный опыт. Они не могут рассматриваться изолировано, так как возникающий на их основе информационный диссонанс как раз и может выступить фактором, вызывающим признаки нарушения психологической адаптации человека.

Названные авторы рассматривают безопасность психического функционирования и развития личности в контексте информационной деятельности профессионалов. Но этот контекст не единственный. В реальных ситуациях трудно отграничить вклад именно этой составляющей от прочих. В этом случае информационно-психологическая безопасность - отсутствие опасности для психики, исходящей как из информационной среды общества, так и от условий

жизнедеятельности. В связи с этим представляется обоснованным рассматривать более широкое явление, которым представляется психологическая безопасность.

Подтверждение целесообразности такого подхода содержится в работе А. В. Брушлинского «Субъект безопасности и безопасность субъекта». Он указывает, что «многообразные виды и уровни активности субъекта образуют целостную систему внутренних условий, через которые только и действуют на него любые внешние причины и влияния... Человек как субъект не только и не просто потребляет информацию, испытывая на себе различные информационные воздействия. Он сам ее производит в той или иной степени, поскольку и ходе своей деятельности, общения он самоопределяется, занимает определенную жизненную позицию и потому весьма избирательно относится ко всему, что влияет на него в ходе всей жизни, обучения, пропаганды¹.

А. В. Брушлинский не только подчеркивает роль внутренних условий, представляющих сложное интегративное образование, в конечном результате взаимодействия или влияния. Он также и терминологически разделяет информационную и психологическую безопасность. Так, рассматривая наиболее общие моменты, касающиеся проблемы безопасности, он отмечает: «Субъектами и вместе с тем объектами безопасности являются личности, те или иные группы людей, государство, общество, все человечество в целом. Соответственно обычно выделяют прежде всего национальную безопасность и три ее уровня: безопасность личности, общества и государства, более конкретно — это безопасность политическая, экономическая, военная, экологическая, культурная, информационная, психологическая». Таким образом, термин «психологическая безопасность» достаточно корректен и уже употребляется в соответствующей литературе.

Несмотря на то что в словарях термин «безопасность» рассматривается не только с точки зрения объективного отсутствия угрозы, но и в связи с переживаниями человека (надежность, уверенность, отсутствие тревожности или озабоченности), нам кажется целесообразным и более продуктивным разделять объективные характеристики информационной среды, информационных взаимодействий, условий жизнедеятельности и их субъективное отражение. Можно предположить такой вариант взаимодействия, когда

¹ Брушлинский А. В. Субъект безопасности и безопасность субъекта // Проблемы информационно-психологической безопасности : сб. ст. и мат-лов конф. Москва : Изд-во Ин-та психологии РАН, 1996. С. 39–43.

мишенью оказывается сам процесс построения образа чего-либо, осознания собственных проявлений и переживаний. Именно эти рассуждения и послужили основой для предложенного варианта определения понятия психологической безопасности.

Под психологической безопасностью будем понимать состояние информационной среды и условия жизнедеятельности общества, не способствующее нарушению целостности, адаптивности (всех форм адаптации) функционирования и развития социальных субъектов (отдельного человека, групп, общества в целом).»¹

§ 2. Правовое обеспечение информационно-психологической безопасности

Правовое обеспечение информационно-психологической безопасности образуется совокупностью нормативных правовых актов и других нормативных документов, которые регулируют отношения, возникающие в связи с информационно-психологическими воздействиями на человека, группу лиц, население, а также их защиту от негативных последствий такого воздействия. Основной задачей правового обеспечения информационно-психологической безопасности является возможность пресечения негативных информационно-психологических воздействий, привлечения к административной, уголовной и иной ответственности лиц, осуществляющих эти воздействия путем использования специальных средств и методов, а также незаконно разрабатывающих, создающих и распространяющих эти специальные средства и методы воздействия.

В настоящее время в Российской Федерации основным документом, содержащим совокупность официальных взглядов на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информационной безопасности, является Доктрина информационной безопасности РФ. Доктрина утверждена Указом Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646 и опубликована 6 декабря 2016 г. Однако необходимо заметить, что эта Доктрина касается в основном вопросов, связанных с информационно-технической безопасностью. Вопросы информационно-психологической безопасности в Доктрине затронуты в общих чертах. При этом анализ состояния информационно-психологической безопасности РФ показывает, что ее уровень не в полной мере соответствует потребностям граждан, общества и государства.

¹ Там же.

Основным правовым актом, определяющим границы безопасного состояния индивидуального, группового, массового и общественного сознания, является Конституция РФ. Она предоставляет гарантии свободы совести и вероисповедания, свободы мысли, слова и массовой информации, свободы литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества, права свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, а также накладывает два ограничения на эти гарантии, запрещая пропаганду или агитацию, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, и пропаганду социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства. Конституция РФ предоставляет возможность ограничения прав и свобод граждан федеральным законом в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов граждан, обеспечения обороны страны и безопасности государства (ст. 55). Правовые нормы, ограничивающие возможность негативного информационно-психологического воздействия на индивидуальное, групповое, массовое и общественное сознание, содержатся в федеральных законах «О средствах массовой информации», «О свободе совести и религиозных объединениях», «Об общественных объединениях», «О противодействии терроризму», «О противодействии экстремистской деятельности», «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ», «О рекламе», в Гражданском кодексе РФ, Уголовном кодексе РФ и др. Однако анализ норм федерального законодательства показывает, что за пределами правового регулирования остаются многие направления информационно-психологической безопасности личности, общества и государства.

При проведении практических мероприятий обеспечения информационно-психологической безопасности основными правовыми средствами, используемыми органами государственной системы, могут быть следующие:

— *регистрация* в целях обеспечения учета потенциальных источников угроз и проведения постоянного мониторинга их активности и степени опасности;

— *лицензирование* деятельности организаций и лиц, связанной с разработкой, реализацией и применением средств и методов неосознаваемого информационно- психологического воздействия;

— *сертификация* средств и методов неосознаваемого информационно-психологического воздействия;

— *контроль* за обеспечением информационно-психологической безопасности: государственный контроль – парламентский, ведомственный, судебный, прокурорский надзор, а также гражданский контроль;

— *экспертиза* средств, методов и наличия информационно-психологического воздействия (психозэкологическая экспертиза).

Психозэкологическая экспертиза должна быть государственной экспертизой и осуществляться только органами государственной системы, уполномоченными на это Правительством Российской Федерации. К такому методу относится судебно-психиатрическая экспертиза по уголовным делам.

§ 3. Анализ основных инструментов обеспечения информационно-психологической защиты

Под психологической защитой в общем виде понимается специальная регулятивная система стабилизации личности, направленная на устранение или сведение до минимума чувства тревоги, связанного с осознанием конфликта. Способы психологической защиты подробно раскрыты в публикациях Г. В. Грачева, И. К. Мельника, В. П. Шейнова, С. А. Зелинского и других авторов.

Обеспечение информационно-психологической защиты — это предотвращение или парирование опасностей и угроз, связанных с информационно-психологическими воздействиями на индивидуальное, групповое, массовое и общественное сознание, а также ликвидация последствий целенаправленного негативного информационно-психологического воздействия. Выполнение указанных функций должно осуществляться системой обеспечения информационно-психологической безопасности государства.

Степень защищённости объекта информационной безопасности зависит как от эффективности функционирования субъектов ее обеспечения, так и от внутренних свойств и качеств самого объекта, изучение и учет которых необходимы при разработке мер обеспечения информационной безопасности. Одним из наиболее важных объектов информационно-психологической защиты выступает личность сотрудника органов внутренних дел.

Информационная безопасность сотрудников правоохранительной системы характеризуется уровнем защищённости их интересов в информационной сфере и, следовательно, устойчивостью основных сфер их жизнедеятельности к опасным, дестабилизирующим информационным воздействиям¹.

Меры обеспечения информационно-психологической защиты включают в себя две группы мероприятий: профилактические и практические мероприятия, включающие в себя различные методы и средства.

Профилактические мероприятия обеспечения информационно-психологической защиты

К общим профилактическим мероприятиям можно отнести формирование современного мировоззрения общества, а также психологическую подготовку населения и органов государственного управления.

Как известно, мировоззрение представляет собой обобщенную систему взглядов на окружающий мир, место и роль в нем человека, на отношение людей к объективной реальности и друг к другу, а также соответствующие этому идеалы и убеждения, принципы познания и деятельности, ценностные ориентации. Мировоззрение является ядром общественного и индивидуального сознания. Понятие «мировоззрение» соотносится с понятием «идеология», но не совпадает по своему содержанию: мировоззрение шире идеологии. Мировоззрение — это не только содержание, но и способ осознания действительности, а также принципы жизни, определяющие характер деятельности. Содержание сознания превращается в мировоззрение тогда, когда оно приобретает характер убеждений, полной непоколебимой уверенности человека в правоте своих идей.

Мировоззрение имеет огромный практический жизненный смысл. Оно влияет на нормы поведения, на отношение человека к труду, к другим людям, на характер жизненных стремлений, на его вкусы и интересы. Это своего рода духовная призма, через которую воспринимается и переживается все окружающее. Формируя мировоззрение теми или иными средствами и методами информационно-

¹ Баришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> (дата обращения: 27.03.2022).

психологического воздействия, можно направлять каждого человека и общество в целом по определенному жизненному пути.

В целях формирования современного мировоззрения, ориентированного на высокий духовный уровень народа, должна проводиться обширная программа воспитательно — просветительных мероприятий по линии образования, искусства, литературы, средств массовой информации, т.е. по всем возможным каналам информационно-психологического воздействия на сознание населения страны.

Психологическая подготовка населения и органов государственного управления к возможностям негативных информационно-психологических воздействий поможет исключить их катастрофические последствия (дезорганизацию, панику и т. п.). Для всех категорий населения страны актуальным является формирование навыков групповой и индивидуальной информационно-психологической защиты. Умение управлять своими психикой, мышлением, поведением будет способствовать укреплению психического и физического здоровья нации.

Формирование *групповой информационно-психологической защиты* основывается на механизмах идентификации человека с определенными социальными общностями и объединениями людей, включенности в реальные социальные группы. В качестве субъектов групповой информационно-психологической защиты выступают семья, производственные структуры, общественные, политические, религиозные и иные объединения и организации.

Для организации групповой информационно — психологической защиты могут применяться: различные приемы и средства формирования соответствующего социально-психологического климата в коллективах, атмосферы корпоративности; создание условий, повышающих эффективность процесса идентификации личности с определенной социальной группой и актуализации чувства принадлежности к конкретной социальной организации, ее деятельности; подготовка неформальных лидеров, выступающих в качестве «медиаторов», авторитетных внутригрупповых источников информации и т. п.

Под *индивидуальной информационно-психологической защитой* (информационно-психологической самозащитой) будем понимать использование разнообразных средств и методов изменения процессов информационно-психологического взаимодействия человека с различными социальными субъектами и информационной средой в целом для предотвращения или нейтрализации угрожающих факторов, способных нанести ему ущерб.

Индивидуальная информационно-психологическая защита личности представляет собой сложную многоуровневую систему социально-психологических и индивидуально-личностных механизмов, образований и форм поведения, которая должна обеспечивать информационно-психологическую безопасность человека в обществе как личности и активного социального субъекта, его психологическую защищенность в условиях действия многообразных информационных факторов и в различных информационно-коммуникативных ситуациях¹.

Знание своих индивидуально-психологических особенностей, общих характеристик и закономерностей функционирования психики становится для человека в настоящее время не просто обязательным элементом его общей культуры, но и необходимым условием информационно-психологической безопасности в социальном взаимодействии, в различных межличностных и коммуникативных ситуациях. Обладая определенными знаниями человек может самостоятельно создать самый первичный, относительно простой, но достаточно эффективный механизм индивидуальной информационно-психологической защиты в виде психологического барьера недоверия к тем потокам рекламно-пропагандистской информации, с помощью которой идет массированная обработка населения, и сформировать установку на необходимость использования соответствующих способов анализа поступающей информации.

Одним из основных методов информационно-психологической самозащиты является использование базовых защитных установок при негативном информационно-психологическом воздействии на человека в различных информационно-коммуникативных ситуациях, которые позволяют предотвратить или нейтрализовать угрожающие факторы, способные нанести ему ущерб. На индивидуально-личностном уровне для защиты от негативных информационно-психологических воздействий большое значение также играет знание и выполнение правил поведения, которые могут снизить уязвимость каждого человека от воздействия манипуляторов сознанием.

К *частным* профилактическим мероприятиям обеспечения информационно-психологической защиты могут быть отнесены медико-психологические мероприятия. Медицинская диагностика населения

¹ Баришполец Виталий Аннатольевич Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnyye-polozheniya> (дата обращения: 27.03.2022).

с применением традиционного кардио-, энцефалографического и тепловизионного обследования наряду с диагностикой по пульсу, по методу высокочастотной Кирлиан-фотографии, по методу электропунктуры Накатани и Фолля поможет выявить признаки негативного информационно-психологического воздействия и назначить эффективное лечение. Психологическая диагностика может служить одним из методов определения уровня социально-психологической стабильности и напряженности в обществе.

Практические мероприятия обеспечения информационно-психологической безопасности

Общие практические мероприятия обеспечения информационно-психологической безопасности России могут быть подразделены на правовые, организационно-технические и экономические¹.

К правовым мероприятиям обеспечения информационно-психологической безопасности Российской Федерации можно отнести:

- разработку нормативных правовых актов, регламентирующих отношения в информационно-психологической сфере, и нормативных методических документов по вопросам обеспечения информационно-психологической безопасности РФ;
- уточнение статуса иностранных информационных агентств, средств массовой информации и журналистов;
- определение статуса организаций, представляющих услуги глобальных информационно-телекоммуникационных сетей на территории РФ, и правовое регулирование деятельности этих организаций;
- создание правовой базы для формирования в РФ региональных структур обеспечения информационно-психологической безопасности;
- разработка нормативных правовых актов, определяющих организацию следствия и процедуру судебного разбирательства по фактам противоправных информационно-психологических воздействий, а также порядок ликвидации последствий этих противоправных воздействий.

Организационно-техническими мероприятиями обеспечения информационно-психологической безопасности Российской Федерации являются:

- создание и совершенствование системы обеспечения информационно-психологической безопасности РФ;

¹ Там же.

— усиление правоприменительной деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ, включая предупреждение и пресечение правонарушений в информационно-психологической сфере;

— разработка, использование и совершенствование методов и средств регистрации (обнаружения) негативного информационно-психологического воздействия на человека, групповое, массовое и общественное сознание;

— введение определенных процедур проверки достоверности распространяемой информации, ограничение распространения определенных сведений (например, способствующих возникновению агрессивных слухов, паники и т. п.) в чрезвычайных ситуациях, введение военной цензуры в условиях боевых действий и т. п.;

— организация информационных потоков, направленных на парирование (в первую очередь упреждающее) и нейтрализацию информационно-психологических воздействий, которые могут оказать негативное влияние на людей;

— определение безопасных уровней длительного облучения людей низкоэнергетическими СВЧ и КВЧ-излучениями;

— разработка международных норм применения космических систем и мобильных средств связи, методов и средств электромагнитного мониторинга, позволяющих предотвратить негативное воздействие на людей низкоэнергетических СВЧ и КВЧ-излучений;

— разработка психотехнологий, методов и средств информационно-психологической защиты индивидуального, группового, массового и общественного сознания;

— совершенствование методов и средств активного противодействия информационно-пропагандистским и психологическим операциям вероятного противника¹.

Экономические мероприятия обеспечения информационно-психологической безопасности Российской Федерации включают в себя:

— разработку программ обеспечения информационно-психологической безопасности и определение порядка их финансирования;

— создание системы страхования информационно-психологических рисков физических и юридических лиц.

¹ Там же.

В случае реализации информационно-психологических угроз необходимо выполнять как профилактические мероприятия, а также переходить к непосредственным защитным мероприятиям. К таким мероприятиям относятся информационно-психологическая поддержка органов управления, информирование населения, оказание помощи пострадавшим, применение средств и методов защиты. Информационная и психологическая поддержка органов государственного и военного управления в условиях негативного информационно-психологического воздействия поможет избежать эффекта внезапности, и система управления останется в работоспособном состоянии. Информирование населения об опасности негативного информационно-психологического воздействия может послужить сигналом к применению индивидуальных и коллективных средств защиты. Актуальной мерой будет оказание медицинской и психологической помощи пострадавшим.

Для лиц, которые стали жертвами негативных информационно-психологических воздействий со стороны различных источников через различные средства воздействия (средства массовой информации, пропагандистов, проповедников и т. п.), требуется система последовательных осторожных информационно-психологических воздействий, постепенно восстанавливающих психическое здоровье, мировоззренческие установки и жизненные ориентиры личности.

§ 4. Обеспечение информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел

На психологов в системе МВД России возлагается задача организовать защиту личного состава от информационно-психологического воздействия незаконных вооруженных формирований, экстремистских и террористических групп, правонарушителей, а также обеспечить преодоление последствий негативного воздействия на психику сотрудников вида разрушений и человеческих жертв, физического, морального и психологического напряжения.

Основными задачами информационно-психологической защиты сотрудников ОВД являются:

- 1) разъяснение решений высших органов государственной власти и управления, руководства МВД России задач, стоящих перед подразделением;
- 2) динамическое изучение, анализ и доведение до личного состава ОВД сложившейся информационно-психологической обстановки в ми-

ре и стране, разъяснение сущности, целей, задач, форм, методов и технических средств проведения информационно-психологических операций со стороны «партнеров», их истинных намерений и интересов;

3) прогнозирование возможных психологических действий «партнеров» в целях упреждения воздействий и их нейтрализации или снижения эффективности;

4) контроль коллективного мнения сотрудников ОВД;

5) оценка степени подверженности личного состава пропаганде и психологическим воздействиям.

6) психологическое просвещение личного состава с целью защиты от негативного информационно-психологического воздействия.

Фундаментом, на котором возможно создание системы защиты от информационного воздействия, являются личностные качества сотрудников¹.

К профессиональным экстремально-психологическим знаниям, умениям и навыкам обеспечения устойчивости профессиональной направленности сотрудников ОВД к негативному информационно-психологическому воздействию следует отнести:

— знания методов и приемов противодействия негативному информационно-психологическому воздействию и их адекватный выбор;

— умения выявлять, распознавать признаки негативного информационно-психологического воздействия;

— навыки мобилизации ресурсов личности для противодействия негативному информационно-психологическому воздействию;

— навыки осуществления непосредственного противодействия негативному информационно-психологическому воздействию (выбора и использования психотехник противодействия в межличностной и массовой коммуникации);

— навыки рефлексивного самопознания и саморегуляции;

— навыки коллективного противодействия слухам и домыслам, дестабилизирующим и деморализующим морально-психологическое состояние сотрудников².

¹ Виноградов М. В., Ульянина О. А. Психологические аспекты информационного воздействия на сотрудников органов внутренних дел // Психология и право. 2020. Т. 10. № 1. С. 18–29.

² Цветков В. Л. Психология служебной деятельности : учебник / В. Л. Цветков, А. Г. Караяни, И. О. Котенев и др. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2019. 351 с.

Способами информационно-психологической защиты в ОВД являются следующие.

1. Анализ, оценка и прогнозирование информационной и морально-психологической обстановки, каналов воздействия на сотрудников ОВД, степени возможной уязвимости личного состава от пропагандистского и психологического воздействия «партнеров».

2. Профилактика информационно-психологического воздействия противника.

3. Нейтрализация информационно-психологического воздействия противника на личный состав:

— активный сбор, анализ и уничтожение пропагандистских материалов противника;

— пресечение слухов, паники;

— мониторинг морально-психологического состояния личного состава;

— осуществление информационного взаимодействия подразделений психологической работы, управления общественных связей, подразделений по защите информации.

4. Ликвидация последствий информационно-психологического воздействия:

— выявление лиц (подразделений), подвергшихся информационному воздействию и оказание им психологической помощи;

— выявление причин возникновения дезорганизационных явлений среди сотрудников, их устранение¹.

В качестве инструмента психологической защиты В. Л. Цветков, А. Г. Караяни определяют информационно-психологическое противодействие, основным содержанием которого являются:

1) разъяснение сотрудникам приемов и техники ведения пропаганды, предпринимаемых психологических акций и действий для решения оперативно-служебных задач в целях формирования установок по их критическому восприятию;

2) разъяснение личному составу сущности, целей, задач, тематики, форм и методов проведения психологических операций со стороны противника, их направленности, истинных намерений и интересов. Ознакомление сотрудников с фактами, свидетельствующими об изощренных приемах и методах, применяемых противником, в целях

¹ Виноградов М. В., Ульянина О. А. Психологические аспекты информационного воздействия на сотрудников органов внутренних дел // Психология и право. 2020. Т. 10. № 1. С. 18–29.

воздействия на индивидуальное и групповое сознание подразделений, участвующих в контртеррористических операциях;

3) прогнозирование тематики и символики психологических операций, возможных информационно-психологических действий противника в целях упреждения воздействий и тем самым снижения их эффективности или нейтрализации (источник информации, первым сообщивший о событии, будет затем более предпочтительным для аудитории, чем другие);

4) контроль коллективного и общественного мнений сотрудников, органов и подразделений по поводу информационного воздействия противника;

5) анализ морально-психологической обстановки (социально-политической, национально-этнической, криминогенной и т. д.) в стране, в районах операций;

6) оценка степени уязвимости (подверженности) подразделений пропаганде и психологическим действиям противника. С этой целью необходимо отслеживать реальные трудности, противоречия, конфликтные ситуации, т. е. все то, что может послужить питательной средой для конкретных информационно-психологических акций со стороны противника;

7) своевременная объективная и честная информация личного состава о тех или иных трудностях складывающейся обстановки, объяснение причин и принимаемых мер позволяют предупредить противника и тем самым снизить эффективность проводимых им психологических операций¹.

Мероприятия по информационно-психологическому противодействию будут иметь успех лишь тогда, когда будут опираться на высокий профессионализм исполнителей. Сегодня уже невозможно обойтись без специалистов, которые могли бы на высоком профессиональном уровне отслеживать, анализировать и доводить информацию до сотрудников. Однако информационно-психологическая защита не должна быть заботой лишь специально предназначенных для этого структур. Высокая эффективность защиты может быть достигнута только при условии активного участия каждого сотрудника в мероприятиях по противодействию.

Вследствие относительной новизны проблемы и отсутствия достаточного научно-теоретического обоснования информационно-

¹ Цветков В. Л. Психология служебной деятельности. С. 84.

психологических эффектов на сегодня не существует надежных средств и способов защиты от информационно-психологических угроз. Предпосылкой их появления должна стать реализация комплекса мер по обеспечению информационно-психологической безопасности населения страны, а также наличие правового обеспечения информационно-психологической безопасности.

Меры обеспечения информационно-психологической безопасности должны включать профилактические и практические мероприятия, осуществляемые в интересах обеспечения защиты от непосредственных угроз негативного информационно-психологического воздействия.

§ 5. Влияние современных технологий на информационно-психологическую устойчивость сотрудников органов внутренних дел

Процессы интенсивной информатизации и технологизации в современном обществе существенно влияют на определение вектора развития социальной, экономической, политической и военной сфер государства¹. Одной из приоритетных задач, стоящих перед системой органов внутренних дел, является формирование психологической устойчивости личного состава к деструктивным информационным воздействиям как способности личности критически оценивать поступающую информацию, оставаясь приверженным базовым человеческим и профессиональным ценностям.

В связи с этим необходимо рассмотреть понятие и характеристики информационно-психологической устойчивости, а также комплекс факторов, оказывающих влияние на ее формирование и развитие.

Негативное информационно-психологическое воздействие представляет собой способ управления вниманием сотрудника путем переключения и удержания его на внедряемой в сознание специально подготовленной информации, которая направлена на изменение, искажение, дестабилизацию профессиональной направленности личности сотрудника ОВД². Регулярно повторяющееся воздействие негативной информации приводит к снижению у сотрудников ОВД интереса к профессиональной деятельности и ухудшению отношения

¹ Виноградов М. В., Ульянина О. А. Психологические аспекты информационного воздействия на сотрудников органов внутренних дел // Психология и право. 2020. Т. 10. № 1. С. 18–29.

² Цветков В. Л. Психология служебной деятельности. С. 29.

к выполнению задач при проведении контртеррористических и иных специальных операций.

Следует выделить ряд факторов, оказывающих наибольшее влияние на сотрудников ОВД в процессе выполнения ими служебно-боевых задач в экстремальных условиях. К их числу относятся такие факторы, как: содержательно-смысловой, экспрессивно-коммуникативный образ и эмоционально-языковой.

Ведущими характеристиками содержательно-смыслового фактора негативного информационно-психологического воздействия являются убедительность фактов, обоснованность аргументов, яркость примеров, на которых основываются выводы, склоняющие сотрудников к выводам, выгодным манипулятору.

Психологическим механизмом, влияющим на устойчивость профессиональной направленности сотрудников, выступает экспрессивно-коммуникативный фактор, заключающийся в негативных психических переживаниях, вызванных и систематически поддерживаемых на уровне массовой или межличностной коммуникации. В результате переживаний возникает когнитивный диссонанс, который приводит к нарушению равновесия между отдельными представлениями о профессиональных нормах, ценностях, влияющих на определение меры личного участия сотрудников при проведении контртеррористических и иных специальных операций.

В процессе оперативно-служебного взаимодействия сотрудников и профессиональных групп сотрудников органов внутренних дел негативную роль играют психологические механизмы отзеркаливания, поляризации эмоций, стереотипизации, интроекции, сигнификации, подражания, бессознательно проявляющиеся в процессе общения при бесконтрольной эмоциональной передаче личностного отношения к сообщаемой информации, в результате которого образуется эмоционально-языковой фактор. В результате бесконтрольного влияния эмоционально-языкового фактора может происходить дестабилизация компонентов профессиональной направленности сотрудников.

Воздействие выделенных факторов осуществляется в следующем порядке. На первоначальном этапе проявляются характеристики эмоционально-языкового фактора, т. е. первичные психологические реакции, вызванные появлением того или иного субъекта общения (популярного телеведущего, знакомого газетно-журнального бренда, авторитетного руководителя, общественного деятеля, представителя науки, культуры, религии, пользующегося уважением товарища, зна-

когого, родственника). С началом общения, чтения, просмотра телепередач проявляются характеристики воздействия, свойственные языку сообщений (доступность и близость используемой лексики, усиленной ассоциациями, метафорами и примерах по поводу актуальной проблемы), которые быстро привлекают к себе внимание и вызывают интерес сотрудников.

Анализ реагирования сотрудников на негативное воздействие в массовой и межличностной коммуникации среди прочих занимает ведущее положение экспрессивно-коммуникативного фактора, проявляющегося в воздействии на психологическую устойчивость профессиональной направленности сотрудника ОВД. Воздействие экспрессивно-коммуникативного фактора связано с позицией, занимаемой коммуникатором по отношению к коммуниканту (в частности, сотруднику ОВД). В общении эта позиция проявляется в интонационно-ритмических характеристиках голоса, экспрессии лица, позе, в отношении и обращениях к собеседнику, «стремлении пойти на встречу» на короткой психологической дистанции, а в тексте — в его композиции, идейно тематическом подходе к созданию образов, обладающих ярко выраженными признаками, позволяющими сделать однозначные оценочные выводы.

Определенным итогом воздействия экспрессивно-коммуникативного фактора является готовность сотрудника ОВД некритически смотреть телепередачу, читать газету, журнал, листовку, не задумываясь соглашаться с доводами партнера (для этого используются естественные элементы конформности сотрудников). Кроме того, после умелого влияния на сотрудника через экспрессивно-коммуникативный фактор более успешно воздействует и содержательно-смысловой фактор, суть которого заключается в оптимальном использовании механизмов убеждения, внушения и психологического заражения.

Поэтому изначально сделанный правильный выбор участником взаимодействия оптимальной коммуникативной позиции в общении — одна из важнейших составляющих, влияющих на этот процесс. От этой позиции зависит дальнейшее развитие взаимодействия, возможность преодоления возникающих барьеров общения, маневра коммуникативными средствами, психологической дистанцией¹.

¹ Халитов О. Ф. Психологические аспекты управления и противостояния руководителей и сотрудников полиции негативному информационно-психологическому воздействию в экстремальных условиях несения службы //

Теоретический анализ и эмпирическое исследование психологической устойчивости профессиональной направленности сотрудников ОВД выявили, что она представляет собой состояние защищенности, невосприимчивости компонентов профессиональной направленности к негативным информационным воздействиям и проявляется в психологической готовности и способности сотрудников к эффективно-му выполнению служебно-боевых задач, уверенности в себе и морально-психологическом превосходстве над криминальными структурами в ходе контртеррористических операций.

Психологическая устойчивость профессиональной направленности личности сотрудника ОВД — это стабильность приоритетов ценностно-мотивационной сферы, доминирующая внутренняя профессиональная мотивация, сочетающаяся с приоритетом социально значимых ценностей, осознанной моральной нормативностью поведения, ответственностью, эмоциональной уравновешенностью и самоконтролем в процессе взаимодействия с коллегами по службе, а также при интерпретации сообщений СМИ и противодействии манипуляции.

Устойчивое состояние этой динамично-подвижной системы обеспечивают внутренняя согласованность, взаимодополняемость, взаимообусловленность и непротиворечивость компонентов направленности личности, а также сформированность и включенность в коммуникационный процесс качественного образования, представляющего собой профессиональные экстремально-психологические знания, умения и навыки обеспечения устойчивости профессиональной направленности сотрудников органов внутренних дел. Профессиональная направленность и профессиональные экстремально-психологические компоненты, обеспечивающие устойчивость, выполняют основную функцию защиты мировоззренческой основы личности, ее целостности от воздействия негативных информационно-психологических факторов, сопровождающих служебно-боевую деятельность сотрудников органов внутренних дел.

В качестве определения понятия психологической устойчивости личности в контексте деятельности сотрудников ОВД предлагаем формулировку, описывающую устойчивость как способность соответствовать требованиям поддержания максимальной эффективности деятельности в различных, в том числе экстремальных, ситуациях. Соответственно, психологическая устойчивость сотрудников, определяющая

успешность профессиональной деятельности, лежит в основе их профессионального психологического здоровья, выступая в качестве своеобразного психологического (морально-психологического) иммунитета, обеспечивающего защиту от негативных информационных воздействий.

В структуре информационно-психологической устойчивости к негативному воздействию можно выделить следующие компоненты: когнитивные, эмоционально-оценочные, ценностно смысловые и поведенческие¹.

Когнитивные компоненты информационно-психологической устойчивости включают:

- оценку частоты использования негативного информационно-психологического воздействия в СМИ и социальных сетях;
- представления об источниках негативного информационно-психологического воздействия;
- представления о целях оказываемого воздействия;
- представления о способах его реализации;
- представления о связях с другими рисками;
- представления о способах защиты (противодействия);
- представления о способах противодействия на уровне государства, организаций;
- представления об ожидаемых и фактических последствиях применения негативного информационно-психологического воздействия;
- представления о тех, кто может использовать указанные последствия в своих целях².

Эмоционально-оценочные компоненты информационно-психологической устойчивости включают:

- значимость угрозы оказываемого воздействия по сравнению с другими видами угроз;
- оценку содержания лжи в информационном сообщении;
- оценку источников информационно-психологического воздействия.

Ценно-смысловые компоненты информационно-психологической устойчивости включают:

¹ Михеев Е. А., Нестик Т. А. Дезинформация в социальных сетях: состояние и перспективы психологических исследований // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 2. С. 17.

² Там же. С. 18–19.

— допустимость использования средств и методов оказываемого воздействия;

— ценности, которым противоречит применение информационно-психологического воздействия, и ценности, которыми оно оправдывается.

Поведенческие компоненты информационно-психологической устойчивости включают:

— предпочитаемые способы реагирования на оказываемое воздействие;

— готовность личными действиями поддержать общественные и государственные инициативы, направленные на борьбу с негативным воздействием;

— скорость реагирования на применение информационно-психологического воздействия;

— готовность обсуждать факты воздействия с другими людьми (включая круг этих людей, их «радиус»).

Информационно-психологическая устойчивость личности тесным образом связана с психологическими механизмами, среди которых на внутриличностном уровне необходимо отметить ценностные ориентации, нервно-психическую устойчивость, уровень тревожности, социальную идентичность и социальное доверие, особенности процессов антиципации, переживания и осмысления и т. п.

Сотрудников с *высоким уровнем* психологической устойчивости профессиональной направленности характеризуют доминирующая внутренняя мотивация, осознанная моральная нормативность поведения, эмоциональная уравновешенность, сдержанность, высокий уровень ответственности и самоконтроля в процессе взаимодействия с коллегами по службе и при интерпретации сообщений средств массовой информации. Выраженные эмоционально-волевые их особенности сочетаются с повышенной критичностью к содержанию информационных сообщений, приводимым в них доказательствам, аргументам и доводам.

Сотрудников со *средним уровнем* психологической устойчивости профессиональной направленности отличают развитые интеллектуальные и коммуникативные качества, положительная внутренняя и внешняя мотивация, высокая эмоциональность, возбудимость при восприятии сообщений, высокая самооценка, информированность, общительность. Высокая эмоциональность реакций способна на некото-

рое время ослабить их психологическую устойчивость, снизить объективность восприятия информации.

Сотрудникам с *низким уровнем* психологической устойчивости профессиональной направленности личности свойственны умеренная нацеленность на решение оперативно-служебных задач, преимущественно положительная внешняя мотивация, тревожность, впечатлительность, ранимость, противоречивость выводов при обдумывании информации по взволновавшим их проблемам, уступчивость, склонность к компромиссу и конформизму. Для них характерны умеренно развитые эмоционально-волевые качества, достаточно невысокие интеллектуальные и коммуникативные способности.

Одна из главных проблем, затрудняющих формирование высокой психологической устойчивости сотрудников правоохранительных органов, — отсутствие необходимого уровня развития навыков выявления манипулятивных технологий, используемых в массовой и межличностной коммуникации, способности выработать эффективные стратегии и способы защиты от них как на индивидуальном, так и на групповом уровне общения.

В целях обеспечения психологической устойчивости профессиональной направленности сотрудников ОВД могут использоваться также различные формы психологического обеспечения: индивидуальное и групповое психологическое консультирование, профессиональную экстремально-психологическую подготовку, оказание психологической помощи.

Развитие *антиманипулятивных навыков и стратегий* противодействия негативному информационно-психологическому воздействию осуществляется с помощью риторических техник уточнения, перефразирования, парафраз, игнорирования, контент-анализа печатной продукции и видеосюжетов, информационного диалога, перехвата инициативы, осознания личностных качеств, психологических техник концентрации, мобилизации, саморегуляции, мнимого согласия и изменения перспективы, а также в ходе информационно-психологических игр, в процессе которых могут моделироваться социально-психологические ситуации, возникающие в межличностной и массовой коммуникации под влиянием манипуляции.

При выборе стратегии поведения в условиях проведения контртеррористических мероприятий сотрудникам правоохранительных органов следует выявлять цель коммуникативного взаимодействия, степень жесткости коммуникативной позиции и модальность отноше-

ния к оппоненту. Проявление этих параметров в общении заключается в выборе и реализации стратегии противодействия манипуляции стратегии (вскрытия и легализации намерений манипулятора, пассивного, активного противодействия, комбинированного противодействия).

Реализация выбранной стратегии поведения определяется соотношением ситуационных и личностных факторов.

Ситуационными факторами являются прогноз сотрудником успешности применения данной стратегии; соотнесение своего статуса и статуса оппонента; острота и напряженность ситуации; значимость решаемой проблемы, стратегия, которую реализует оппонент; зависимость сотрудника от своего оппонента по служебным и неслужебным вопросам.

К личностным факторам, от которых зависит выбор стратегии поведения, относятся: мотивы участников ситуации, преобладающий тип отношения к окружающим, уровень когнитивной сложности личности, морально-нравственные нормы сотрудника.

Опережающее прогнозирование развития обстановки в сочетании с упреждающим информированием сотрудников о формах и технологиях, используемых противником, позволяет повысить эффективность мер по срыву и нейтрализации негативного информационно-психологического воздействия, а также по ликвидации последствий психологических операций противника.

§ 6. Влияние средств массовой коммуникации (информации) на информационно-психологическую устойчивость

В настоящее время средства массовой информации занимают значимое место в жизни отдельного человека и общества в целом. Телевидение, радио, печать, интернет стали основными источниками информации, формирующими внутренний мир человека¹. Сегодня не нужно быть очень активным человеком, чтобы узнать новости с другой стороны планеты, незачем выходить из дома для общения с людьми. Средства массовой информации освещают различные актуальные общественные проблемы и тем самым влияют на мнение и поведение людей как в обществе, так и индивидуально. Это влияние может быть как положительным, так и негативным,

¹ Баришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> (дата обращения: 27.03.2022).

учитывая публичность и часто неоднозначный, противоречивый характер осуществляемого СМИ воздействия.

Телевидение определяется в качестве ведущего средства массовой информации, исследователи склоняются к высокой оценке общей эффективности, точнее, действенности телевидения как. Его роль в жизни современного человека многофункциональна. Через телевидение как средство массовой информации можно удовлетворять потребности в получении необходимой информации. Оно отвечает и многим духовным потребностям: в первую очередь, это познание культуры, развлечение и сопереживание, а также возможность увидеть то, что невозможно увидеть в повседневной жизни. Телевидение несет в наш дом много полезного и поучительного, предоставляет новое знание о мире, интересные сведения, обогащающие эрудицию и расширяющие кругозор.

Однако, телевидение оказывает на человеческую психику не только положительное (являющееся подавляющим), но и отрицательное воздействие, снижая общий уровень информационно-психологической устойчивости личности. Современному телевидению присущ целый ряд неблагоприятных факторов, связанных с информационно-психологическим воздействием на человека.

Телевидение влияет на формирование общественного мнения так, как никакое иное средство информации. Объединяя цветное изображение и звук, превратившись для большинства населения развитых стран в каждодневного «собеседника», телевидение, как и все видеоэкранные СМИ, обладает свойствами жизнеподобия, эмоциональной включенности, соучастия человека. Эффект присутствия, синхронности, причастности зрителя к событиям, происходящим на экране телевизора, часто заставляет его верить в правдивость подаваемого ему материала. Сила этого эффекта настолько велика, что телевидение способно вводить зрителя в заблуждение даже во время прямого репортажа. При профессиональной компоновке кадров можно создать для многомиллионной аудитории впечатление о событии, по сути противоположное реальности. Телевизионная съемка и последующий искусный монтаж могут создать идеальное событие, идеального человека, идеальное государство, и наоборот, т. е. можно обратить правду в ложь, ложь в правду. Способность стирать границу между правдой и ложью сделала телевидение самым эффективным средством манипуляции сознанием. Поэтому часто поводом для принятия того или иного решения может стать сам факт, как поставит

вопрос тот или иной тележурналист. Телевидение, несомненно, в той или иной степени влияет на жизненные установки, образ мыслей, ценности, мироощущение и мировоззрение людей, прежде всего молодежи. Телевидению присуща особая внушаемость, гипнотичность, связанная с обстановкой домашнего комфорта и интимности. Гипнотизирующее воздействие телевидения таково, что человек частично утрачивает свободу воли и проводит у экрана гораздо больше времени, чем того требуют его потребности в информации и развлечении¹.

В международной политике телевидение стало главным средством проникновения в информационно-психологическую сферу других стран с целью влиять на общественное мнение в своих интересах.

Особым видом информационного обеспечения людей является радио.

Радио связано с музыкой, с информированием, выпусками новостей. В автобусе и машине можно услышать знакомые мелодии любимых песен, короткие новостные зарисовки, интересные тематические программки и поздравления родным и близким. Давая широкую информацию о событиях в стране и мире, рассказывая о новостях, радио выполняет своеобразную роль сопровождающего средства массовой информации, предоставляющего возможность для избирательной ориентации сознания индивидом на определенные виды сообщений из общего потока информации, проходящего через различные компоненты коммуникационной системы.

Радиовещание несомненно оказывает информационно-психологическое воздействие на людей. В системе СМИ радио, ориентированное прежде всего на слуховое восприятие, воздействует более других на воображение человека. Радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства и тем самым дает работу и мышлению, и неосознанным эмоциям. Иначе говоря, оно помогает человеку выйти из той эмоциональной стабильности, в которую приводят его бесконечно повторяющиеся, постоянно дублирующие друг друга служебные, рабочие и бытовые обстоятельства, условия среды. Однако необходимо заметить, информационно-психологическое воздействие радио на людей как-то не слишком растет. По всем опросам радио уступает в два-три раза телевидению.

К числу дисфункциональных явлений в программах радио относятся: появление рецидивов пресловутых запретных тем; неудовле-

¹ Там же.

творительное поступление информации из провинции; участие радио в информационной блокаде некоторых событий и явлений, социальных групп; соединение фактов и мнений, подмена фактов мнениями; замена фактов агитацией, что в информационном вещании совершенно недопустимо.

Влияние интернета на информационно-психологическую устойчивость

В последние годы произошел резкий скачок в сфере информационных процессов страны мирового сообщества: масштабно развернула свою работу глобальная сеть Интернет, предоставляющая возможности беспрепятственного обмена по всему миру политической, экономической, социальной, научной, технологической, экологической, развлекательной и другой информацией. Интернет берет на себя функции канала личной переписки, дополнения к библиотечным фондам, медиатора в групповых совещаниях или в совместной трудовой деятельности, служит средством осуществления опросов мнения самых разных популяций по злободневным проблемам, инструментом public relation для корпораций и государств. Оперативно и легко через интернет организовываются взаимодействия различных стран и регионов в аварийных ситуациях при стихийных бедствиях, актах терроризма и т. п. Большинство газет, журналов, теле- и радиостудий, информационных агентств и т. п. помещают рекламную и оперативную информацию на принадлежащие им серверы (Web-сайты) интернета и открывают доступ к этим материалам для всех желающих. Для редакций, агентств и студий интернет представляет реальную возможность оперативной обратной связи со зрителями, слушателями и читателями. С недавних пор о погоде, об оперативной загруженности автотрасс, о спортивных и политических событиях, о разнообразных транспортных расписаниях, о работе развлекательных или официально-бюрократических учреждений и т. п. стало возможно и, более того, стало принято интересоваться с помощью интернета. При этом необходимо отметить, что молодое поколение в развитых странах, в том числе в крупных российских городах, практически полностью отказалось от просмотра телевизора ввиду ограниченности каналов информации телевидения по сравнению с интернетом, а также невозможностью участвовать в медийном процессе, тогда как такую возможность в сети предоставляют различные форумы, чаты, полосы комментариев к информационным сводкам и статьям, социальные сети и т. д.

В настоящее время интернет все активнее и масштабнее используется в интересах информационно-психологического противоборства сторон, являющихся участниками различных конфликтов. Он представляет широкие возможности в плане оказания влияния на формирование общественного мнения, принятие политических, экономических и военных решений, воздействия на информационные ресурсы противника и распространения специально подготовленной информации (дезинформации). Приведенный неполный список применений интернета для различных целей указывает на то, что он является набирающим силу средством массовой коммуникации.

Наряду с положительным влиянием интернета на все аспекты социально-экономического и научно-технического развития России, он обладает рядом специфических особенностей, которые могут представлять угрозу информационно-психологической безопасности, вызывать эрозию национального культурного уклада, девальвацию духовных ценностей. Интернет может стать мощным средством информационно-психологического воздействия. Любые организации имеют возможность использовать сеть «Интернет» для достижения своих целей. Распространяемые ими факты того или иного события могут быть серьезно искажены посредством текстовых, звуковых и видеoinформационных приемов (как, например, с помощью современных средств видеотехники производится манипуляция изображениями). Такие методы могут позволить широкому кругу заинтересованных лиц или групп реализовать сложный процесс общественного восприятия информации или организовать крупные пропагандистские компании в своих целях.

Интернет как информационный источник в юридическом аспекте отличается от традиционных средств массовой информации, что существенно сказывается на решении проблем защиты от негативных информационно-психологических воздействий. В интернете существует большое количество ресурсов, содержащих информацию, которая может вредно воздействовать на психику человека. Не составит особого труда здесь найти и порнографию, и сцены насилия, и рецепты приготовления наркотиков, и рекомендации, как лучше всего покончить с собой, и чертежи атомной бомбы, и вообще все что угодно. Практика размещения на Web-сайтах порнографических изображений и(или) других материалов, противоречащих общественной морали, нарушает сложившиеся в обществе представления о приличиях и пристойности. Поскольку интернет в целом никому конкретно не

принадлежит, а потому никем конкретно не регулируется, то нет и не может быть отвечающей за интернет административной инстанции, которая могла бы в глобальном масштабе, централизованно запретить эту практику. Рекомендации же местных администраторов и(или) провайдеров сетевых услуг, как и прямые обращения официальных, моральных или религиозных авторитетов не возымели на сегодняшний день какого-то заметного эффекта.

Посредством интернета нередко рекламируются не прошедшие проверку медицинские, кулинарные или ветеринарные рецепты. Интернет способен захватывать человека целиком, не оставляя ни времени, ни сил на другие повседневные и виды деятельности. Специалисты активно знакомят с итогами исследований феномена зависимости от Интернета педагогов, медиков, менеджеров, специалистов по психическому здоровью, а также широкую публику.

Интернет способен существенно ускорить путь как к улучшению, так и обострению обстановки на планете в сфере информационных процессов. Все зависит от того, в чьих руках будет глобальная сеть и каково будет ее содержание¹.

*Влияние компьютерных видеоигр
и технологий виртуальной реальности
на информационно-психологическую устойчивость*

Качественное развитие электронно-вычислительной техники породило множество связанных с ними развлечений.

Одними из самых широко распространенных и популярных новых видов деятельности, появившихся с распространением компьютеров и доступа к сети интернет, стали компьютерные игры².

Расширение объемов индустрии компьютерных игр и быстрый рост их аудитории превратили компьютерные игры в неотъемлемую часть массовой культуры и повседневной жизни людей³. Это сравнительно новый вид информационного воздействия, обладающий соб-

¹ Баришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> (дата обращения: 27.03.2022).

² Там же.

³ Макалатия А. Г., Матвеева Л. В. Субъективные факторы притягательности компьютерных игр для детей и подростков. // Национальный психологический журнал. 2017. № 1(25). С. 15–24.

ственной спецификой. В настоящее время правильнее использовать термин «кибер-игры», поскольку для пользования такими играми используется не только компьютеры, но и телефоны, планшеты и другие электронные устройства. Это приводит к тому, что они становятся доступны, по сути, в любой момент жизни — в транспорте, на уроке, дома, на улице. Причем, играют не только дети, но и взрослые.

Ряд из них имеет своей целью развитие интеллекта человека и в этом плане они, безусловно, нужны и полезны¹. Однако наряду с ними на арене появились порождения электронной вычислительной техники развлекательного характера, широко используемые для воздействия на людей для трансформации в нужном направлении их настроений, чувств, воли, внедрения в сознание необходимых идеологических и социальных установок, формирования определенных стереотипов мышления и поведения.

Первоначально компьютерные видеоигры были созданы в качестве тренажеров для персонала, деятельность которого требует быстрой реакции в ограниченные интервалы времени и обучение которого на натуральных объектах либо невозможно, либо очень дорого. Постепенно благодаря развитию информационных технологий они перешли сначала в разряд элитарных развлечений, а затем в массовую культуру.

Сегодня игровая индустрия одна из самых динамично развивающихся отраслей. Мировой рынок видеоигр оценивается в 11 млрд долларов в год.

Психологические исследования компьютерных игр и их влияния на человека начались еще в конце 80-х годов прошлого века². За прошедшие с того времени годы было получено множество данных относительно самых разных аспектов данной тематики.

Исследования показали, что влияние игр на те или иные особенности познавательной сферы очень сильно зависит от типа предпочитаемых игр. По сути, общими чертами компьютерных игр является только то, что все они игры и то, что в них играют при помощи компьютера или других электронных устройств (смартфонов, игровых

¹ Баришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> (дата обращения: 27.03.2022).

² Макалатия А. Г., Матвеева Л. В. Субъективные факторы притягательности компьютерных игр для детей и подростков. // Национальный психологический журнал. 2017. № 1(25). С. 15–24.

приставок и пр.). При этом содержание и сложность самой деятельности может варьировать в широких пределах: от раскладывания карточного пасьянса до управления армией, от одевания куколок в платья до строительства реалистичной модели транспортной системы мегаполиса. Поэтому «неправильно говорить о положительном или отрицательном влиянии на когнитивную сферу человека «компьютерных игр вообще». Можно сказать, что определенные типы игр могут способствовать оказанию конструктивного или деструктивного воздействия на личность игрока.

Исследования когнитивных способностей геймеров показывают, что увлечение компьютерными играми может положительно сказываться на развитии когнитивных функций. Позитивные отличия обнаруживаются в развитии и простых функций, таких как широкое поле внимания, способность отслеживать многочисленные объекты, лучшие зрительно-моторные координации, более высокие показатели селективности внимания, больший объем рабочей памяти, и в «сложных». В частности, геймеры демонстрируют более высокую скорость принятия решений, лучшую способность к параллельному выполнению нескольких задач, более успешны в задачах, связанных со стратегическим планированием. У них также лучше развиты «пространственные способности» (*spatial abilities* – способности ориентироваться в пространстве), способности мысленно визуализировать объекты, решать задачи на мысленное вращение, представлять сложные пространственные конфигурации объектов. Наличие выраженного эффекта от контролируемых сеансов игры позволяет говорить о возможности тренировки когнитивных функций посредством компьютерных игр.

Кроме того, следует отметить и негативное влияние игр. Так, у подростков, увлеченных видеоиграми, чаще наблюдаются симптомы дефицита внимания и гиперактивности, повышенная импульсивность поведения, уменьшение способности к произвольной концентрации внимания, меньшая способность пользоваться стратегиями долговременного запоминания.

При анализе воздействия компьютерных игр на психику человека должны учитываться эти их особенности: действенный характер вовлеченности играющего, и его идентификация с главным персонажем игры.

Можно выделить две основные проблемы, рассматриваемые исследователями в сфере влияния компьютерных игр на информационно-психологическую устойчивость.

Связь компьютерных игр с агрессией и деструктивным поведением

Исследования этого аспекта компьютерных игр вызывают наибольший общественный резонанс, особенно в связи со случаями громких преступлений, совершаемых подростками, многие из которых увлекались агрессивными компьютерными играми. При этом однозначного ответа на вопрос, провоцируют ли компьютерные игры агрессию в реальной жизни, пока нет. Данные о корреляции агрессивности и выбора игр не позволяют сделать вывод о причинно-следственной зависимости возможно, уже существующие черты характера способствуют тому, что человек предпочитает играть именно в игры с агрессивным сюжетом¹.

Компьютерные игры могут оказывать сильное воздействие на человека за счет того, что в них человек не просто воспринимает некий контент, но активно действует, управляя игровым персонажем. Поэтому и идентификация с персонажем, совершающим агрессивные действия, становится более сильной. К тому же, в играх часто агрессивное поведение подкрепляется вознаграждением, что способствует закреплению такого способа действия.

В обзоре Андерсона и коллег приводятся данные о том, что агрессивные компьютерные игры оказывают влияние на поведение, мысли и чувства игроков в течение короткого промежутка времени сразу после игры. Наличие же эффекта долговременного воздействия агрессивных игр на устойчивые психологические характеристики личности остается под вопросом².

Проблема зависимости от компьютерных игр

Игровая зависимость традиционно рассматривалась как один из подвидов интернет-зависимости. Этот подход, акцентирует внимание только на зависимости, возникающей от коллективных игр через интернет, при этом из рассмотрения исключаются случаи зависимости от однопользовательских игр, не включающих социального компонента вообще³.

Иванов М. рассматривает степень идентификации с персонажем и погружения в воображаемый мир игры в зависимости от структуры

¹ Там же.

² Макалатия А. Г., Матвеева Л. В. Субъективные факторы притягательности компьютерных игр для детей и подростков. // Национальный психологический журнал. 2017. № 1(25). С. 15–24.

³ Там же.

и типа игр и выделяет ролевые игры с видом «из глаз» персонажа как наиболее способствующие возникновению зависимости. Основным «затягивающим» фактором для таких игр считается возможность эскапизма, ухода от реальности в виртуальный мир через максимальное отождествление себя с героем игры¹.

Интересными представляются также исследования, показывающие, что компьютерная игра в силу своей структуры и организации создает интенсивные позитивные переживания, «опыт потока», которые и являются основным притягательным фактором и могут, как минимум, отчасти способствовать возникновению зависимости (Ван и др. 2011; Макалатия, 2003). В основу современных компьютерных игр заложена базовая модель мультимедиа. Мультимедиа (Multimedia) это система программной поддержки и аппаратных средств для объединения всех возможных каналов передачи информации от компьютера к человеку для формирования идеального пространственно разнесенного виртуального мира, не имеющего ограничений в действиях, в пространстве и времени. На современном этапе развития мультимедиа объединяются такие каналы передачи информации как звук, цвет, многоплановое изображение, включая стерео, с обратной связью по действию и последствию с чувственным сопровождением.

Разработчики мультимедийных систем стремятся к более точному и полному проникновению активных действий в систему и совокупности обратных связей. Любое действие напрямую с определенным коэффициентом связи должно влиять на весь ход событий в системе. Но влиять с определенной целью.

Первый этап мультимедиа — увести человека в мир насилия, где цели игры достигаются исключительно с помощью оружия, деградировать его личность, воспитать в ней безразличие к страданиям человека, пробудить такие формы садизма, при которых убийство многих людей за один «полет» вызывает у человека «гордость» за содеянное. Насилие в виртуальной реальности ведет к снижению чувствительности в реальной жизни, выработке рефлексов, которые приводят к трагическим последствиям в реальности. В результате формируется сознание и нравственность — убийство человека становится обыденным, несложным и привычным, страдания других людей не вызывают сочувствия, люди в реальной жизни воспринимаются как игроки.

¹ Иванов М. Влияние ролевых компьютерных игр на формирование психологической зависимости человека от компьютера // Психологический журнал. 2003. Т. 24, № 2.

Этот этап мультимедиа уже пройден. Здесь задача ясно сформулирована, хорошо технически обставлена, программно и аппаратно обеспечена. Она реализована во множестве распространяемых видеофильмов и постоянно пополняется в новых сюжетах с еще более полным комфортом для играющего и все более изощренными формами насилия. Следующий этап деградирования личности, когда игрок сам придумывает, как уничтожить своих врагов, а мультимедиа обеспечивает техническую базу самого высокого уровня. При этом необходимо отметить, что производители компьютерных игр исповедуют такую теорию: человек, поиграв в виртуальную войну, снимает накопившуюся агрессивность. Однако здесь все гораздо сложнее и зависит от возраста. Взрослые люди, поучаствовав в компьютерной бойне, в большинстве случаев могут снять агрессию. А молодежь, особенно подростки, проходят своеобразный курс обучения на таких играх. Поэтому если речь идет о влиянии на молодежную аудиторию, то все игры, которые пропагандируют брутальный стиль поведения и агрессивность, побуждают к действию в реальности.

Вторая цель игры конкретнее. Она имеет явно выраженную национальную окраску через игровую борьбу вооруженных сил противоборствующих сторон. Человеку играющему, жаждущему почувствовать себя вундеркиндом, дают, как правило, американский арсенал военной техники и вооружения (например, самолет F-15). Его вероятному противнику предлагают вооружение и военную технику его Родины. Техническими методами, условиями поведения и обстоятельствами обуславливается так, что уничтожение защитников своей Родины вызывает эйфорию. Таким образом, в подсознание играющего «вгоняется» рабское поклонение западной технологии, поп-культуре, идеалу супермена и открытое пренебрежение ценностями своей страны.

Дальнейшим качественным развитием мультимедиа является создание виртуальной реальности, что требует не только знания свойств рецепторного и рефлекторного аппаратов человека, но и законов психологии восприятия визуальных, акустических и тактильных образов. Понятие «виртуальная реальность» подразумевает глубокое погружение и навигацию человека в искусственно созданной в компьютере трехмерной среде, а также манипулирование им в этой среде. Иными словами, речь идет о новых средствах человеко-машинного взаимодействия, позволяющих людям учиться действовать в условиях, качественно отличных от условий той реальности, в которой они живут.

Виртуальная реальность позволяет включать в процесс человеко-машинного общения самые искренние мысли, желания, грезы человека при помощи системы позиционирования, включающей датчики, размещенные над определенными участками мозга, также имитировать наши грезы, что даже психика здорового человека с трудом противостоит чарам идеального мира.

Таким образом, современные мультимедийные игры дают возможность глубокого проникновения в психику человека и могут использоваться для скрытой модификации сознания молодежи в программно-заданном направлении. Они могут превратиться в техногенный наркотик, опасность которого в кажущейся простоте управления и творения своего альтернативного мира, своей виртуальной реальности с иными образами и атрибутами вещей. Выбраться из этой виртуальной реальности так же трудно, как и избавиться от «иглы». Попутно с игровой фабулой в человека можно «вложить» любую, в том числе вредную и опасную информацию. Так, за развлекательной темой, казалось бы, далекой от серьезной проблемы, видится проблема национальной безопасности.

Вместе с тем необходимо отметить, что информационно-психологическое воздействие на человека с помощью компьютерных игр может носить не только негативный, но и позитивный характер. Технологии виртуальной реальности находят все более широкое применение в различных сферах человеческой деятельности: для более эффективной подготовки специалистов, для создания новых коммуникационных возможностей, новых способов управления на расстоянии (виртуальное присутствие в другом месте, виртуальное общение на расстоянии, виртуальное управление производством) и т. д. Уже сейчас психотерапевты разрабатывают проекты использования виртуальных реальностей для целительного информационно-психологического воздействия на сознание и подсознание своих пациентов или для того, чтобы воссоздать ситуации, которые могли привести к тем или иным травмам. Технологии виртуальной реальности могут быть использованы для раскрытия резервных и творческих способностей человека, что само по себе также имеет положительный эффект. Но в то же время виртуальные технологии позволяют с высокой эффективностью манипулировать сознанием людей путем сме-

шивания критериев истины, относящихся к разным реальностям и разным ценностям¹.

*Влияние технических приборов и биорезонансных систем
на информационно-психологическую устойчивость*

Биорезонансная стимуляция работы головного мозга. Как известно, основную роль в психической деятельности человека, саморегуляции его поведения играет головной мозг². Поэтому большими потенциальными возможностями информационно-психологического воздействия обладают биорезонансные системы, способные обеспечить манипуляцию тонкими механизмами работы мозга и нервной системы.

В настоящее время существует ряд приборов физиотерапии, использующих принцип биорезонансного воздействия, которые позволяют скорректировать нарушение биоритмов головного мозга (т. е. вызвать смену биоритма) и обеспечить состояние комфортного самочувствия. Очевидно, информационно-психологическое воздействие с помощью указанных приборов может носить не только положительный, но и скрытый деструктивный характер, снижая информационно-психологическую устойчивость.

Биорезонансная стимуляция работы головного мозга человека основывается на том, что в зависимости от психического состояния человека интегральное функционирование головного мозга характеризуется электрической активностью в определенных диапазонах частот (биоритмом), которая поддается графической регистрации электроэнцефалографом (электро + греч. *enkephalos* — головной мозг и *grapho* — пишу). При том или ином состоянии организма (умственная или физическая нагрузка, эмоциональное напряжение, сон и т. п.) регистрируются биоритмы определенной частоты и характера. Электрофизиологическое исследование головного мозга человека позволяет выделить в электроэнцефалограмме (ЭЭГ) пять основных частотных характеристик его работы (биоритмов), определяющих пять ведущих режимов работы мозга:

¹ Баришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> (дата обращения: 27.03.2022).

² Там же.

— бета-ритм (β -ритм, beta rhythm, 13-35 кол. /с или Гц, амплитуда — 5-30 мкВ) соответствует состоянию активного поведения, стрессовому состоянию, состоянию тревоги;

— альфа-ритм (α -ритм, alpha rhythm, 8–12 Гц, амплитуда — 30–70 мкВ) является характерным для состояния спокойного бодрствования;

— тета-ритм (θ -ритм, theta rhythm, 4–7 Гц, амплитуда 10–150 мкВ) наблюдается при глубокой релаксации, медитации, гипнотическом трансе, состоянии сосредоточенного внимания;

— дельта-ритм (δ -ритм, delta rhythm, 1–3 Гц, амплитуда 10–300 мкВ) имеет место во время глубокого сна, а также при коме;

— гамма-ритм (γ -ритм, gamma rhythm, 35–120 Гц, амплитуда — до 25 мкВ) наблюдается при эмоциональном и творческом подъеме.

Бэтта-ритм присущ состоянию активного бодрствования, когда сознание реагирует на все ощущения. Амплитуда β -волн в 4–5 раз меньше, чем амплитуда α -волн. Человек, занимающийся той или иной активной деятельностью, генерирует β -ритм как доминирующий в общей структуре мозговых волн. Именно за счет β -ритма человек контактирует с внешним миром. Это напряженное состояние повышенной готовности ко всему, что может произойти. Если человек читает в обычном состоянии какой-либо текст, то его мозг находится в состоянии β -ритма. Этот ритм характеризуется очень медленным воспроизведением информации из памяти. Под влиянием частот β -ритма происходит торможение окислительно-восстановительных реакций, возможно нарушение функций органов, в этом состоянии организм склонен к различным заболеваниям и быстрому старению. Если человек активно занимается внешней деятельностью в течение часа, т. е. находится в β -ритме, то он спонтанно переключается на некоторое время (около трех минут) в α -ритм. Это является своеобразным отдыхом и защитным механизмом, оберегающим организм от стресса, перегрузки и разрушения.

Альфа-ритм является доминирующим для состояния функционального покоя (физического расслабления и относительного отсутствия умственной деятельности). Воспринимается человеком как внутренний покой, тепло, расслабление, уравновешенность, стабильность, комфортное состояние и даже как эйфория, погружение в сон. Регистрируется у 85–95 % здоровых взрослых. Альфа-ритм является ведущим ритмом медитации, к которому подстраиваются остальные ритмы мозга, а также на начальной стадии гипноза. На уровне этого

ритма не используется рациональное (логическое) мышление. Находясь в этом ритме, человек может принять осознанное верное решение. При этом осуществляется мгновенное воспроизведение (извлечение) информации из памяти. Если мозг человека находится в состоянии α -ритма, то передача информации (например, от учителя к ученику) и ее последующая обработка осуществляются с максимальной возможной скоростью. Когда человек находится в состоянии α -ритма, у него происходит гармонизация всех внутренних процессов и восстановление жизненных сил, что является основой позитивного мышления. Отметим, что α -ритм ускоряет в теле процессы оздоровления в 10 раз интенсивней, чем β -ритм.

Тета-ритм — это ритм измененного состояния сознания человека, когда процесс мышления практически полностью отсутствует. Именно при таком режиме работы мозга человек испытывает самые необычные ощущения. Наиболее ярко θ -ритм выражен у здоровых детей (2—8 лет). Его частотный диапазон способствует глубокой релаксации головного мозга, развитию интуиции, памяти, более глубокому и быстрому усвоению информации, пробуждению индивидуального творчества и талантов. В естественном состоянии эти ритмы доминируют во время фазы быстрого сна, полудремы. Именно в этом диапазоне частот в головном мозге достаточно энергии для усвоения больших объемов информации и быстрого сворачивания ее в долговременную память. Поэтому усиливаются способности к обучению и ослабляется стресс. При θ -ритме мозг находится в состоянии повышенной восприимчивости. Это состояние идеально для суперобучения, мозг способен длительное время сохранять сосредоточенность и не подвержен тревогам и невротическим проявлениям.

Дельта-ритм состоит из высокоамплитудных волн. Возникает как при глубоком естественном сне (когда отдыхают и разум, и тело), так при наркотическом, а также при коме. Дельта-ритм также наблюдается при регистрации ЭЭГ от участков коры, граничащих с областью травматического очага или опухоли. Низкоамплитудные (20–30 мкВ) колебания δ -ритма могут регистрироваться в ЭЭГ покоя при некоторых формах стресса и длительной умственной работе. В комбинации с другими биоритмами δ -ритм также могут наблюдать и во время бодрствования.

Гамма-ритм наблюдается при проявлении высших чувств, эмоциональном возбуждении, решении задач, требующих максимального сосредоточенного внимания и творческого подъема, и т. п. Суще-

ствуют разные теории, связывающие γ -ритм с работой сознания. Многие нейрофизиологи рассматривают колебания выше 35 Гц как высокочастотный шум и при анализе ЭЭГ отфильтровывают их, считая эти частоты наводками от потенциалов мышц головы и шеи.

Рассмотренные биоритмы могут наблюдаться как изолированно, так и в сочетании друг с другом. У здоровых людей биоритмы меняются физиологически, соответствуя определенным временным интервалам и состоянию сознания. С изменением состояния человека, в результате умственной нагрузки, эмоционального напряжения, сна и прочего, происходит смена доминирующего ритма: с пробуждением и активизацией деятельности усиливаются более высокочастотные биоритмы, при переходе ко сну они замещаются низкочастотными. Если человек находится в состоянии функционального покоя, то переход к любому виду активности, сенсорной, умственной, двигательной, приводит к исчезновению α -ритма и преобладанию β -ритма. Нервные перегрузки, стрессы, заболевания, фармакологическая зависимость и т. д. приводят к нарушениям саморегуляции биоритмов головного мозга, а это нарушает общий ритм жизнедеятельности и состояние сознания. Например, появляется бессонница или в дневное время слабость, апатия, периодически плохое самочувствие, тревога, взволнованность и даже депрессия¹.

Воздействуя определенным образом на волны какого-либо биоритма головного мозга с помощью резонансного эффекта можно переводить его в доминирующее состояние и тем самым влиять на сознание человека.

В основе этих приборов лежит воздействие на головной мозг электрическими, электромагнитными, световыми, звуковыми и т. п. волнами с низкими частотами и ничтожно малой амплитудой, близкими к собственным биоритмам головного мозга и усиливающими амплитуду их колебаний, т. е. вступающих в резонанс. Таким образом, оказалось возможным навязывание мозгу человека ритмов, характерных для разных состояний сознания. Синхронизируя тем или иным способом воздействие (например, с помощью прибора низкоинтенсивного электромагнитного излучения, совпадающего с биоритмами мозга) с деятельностью мозга на нужной частоте, можно вызывать смену биоритма, т. е. преднамеренно изменить состояние сознания человека, его настроение, эмоциональный фон, погрузить его

¹ Там же.

в то состояние сознания, которое имеет место, например, во сне, под гипнозом, при стрессе и т. п.

Особенности воздействия волновых процессов на человека

В связи с бурным развитием массовых коммуникационных каналов углубились исследования биологического действия электромагнитных излучений (ЭМИ) на живые организмы. Накопленные данные свидетельствуют, что электромагнитные волны большой интенсивности поглощаются тканями организма и их эффект проявляется главным образом в тепловом воздействии, обусловленном увеличением кинетической энергии биомолекул. Выраженность эффекта воздействия зависит от характеристик электромагнитных излучений, условий и длительности облучения и характера облучаемых тканей. Глубина проникновения ЭМИ в ткани находится в прямой зависимости от длины волны, а величина поглощения в обратной.

Влияние ЭМИ на живые организмы может быть полезным (лечебным), а также и вредным. Вредным для организма является продолжительное пребывание в зоне облучения интенсивными электромагнитными колебаниями в любом диапазоне волн, если они вызывают тепловой нагрев тканей. Известно, что излучение с плотностью мощности менее 10 мВт/см² при продолжительном воздействии практически не вызывает нагрева тканей (не более чем на 0.1°С). Поэтому во многих странах для людей, профессионально связанных с прямыми ЭМИ и вынужденных находиться в зоне их воздействия полный рабочий день, в качестве предельно допустимого уровня (ПДУ) принято значение 10 мВт/см².

В настоящее время СВЧ-КВЧ облучение широко используется в медицине. Совокупность опыта применения СВЧ-КВЧ облучения в медицинских целях дает возможность сделать выводы о том что длительное неинтенсивное или кратковременное интенсивное (при уровнях более 10–4 Вт/см²) воздействие коротковолновым ЭМИ вызывает стадию тревоги в течение нескольких суток. В последующем происходит компенсация и адаптация, сопровождающаяся структурными изменениями организма. В случае длительного интенсивного воздействия наблюдается стадия тревоги, стадия истощения и возникновения патологии организма. При длительном неинтенсивном воздействии СВЧ-КВЧ облучения возможны генетические изменения организма, которые могут вызвать нежелательные последствия в будущих поколениях. Кроме того, необходимо добавить, что длительное (в течение

многих лет) воздействие низкоэнергетических СВЧ– и КВЧ– излучений способно вызвать существенное снижение и даже полное подавление иммунитета. Это может привести к распространению различных болезней, эпидемий и вымиранию больших масс населения¹.

Снижение физиологического иммунитета неизбежно влечет за собой и снижение психологического иммунитета, выступающего в качестве основного протектора информационно-психологической устойчивости.

¹ Баришполец В. А. Информационно-психологическая безопасность: основные положения // РЭНСИТ. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> (дата обращения: 27.03.2022).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В начале XXI столетия информационно-психологическое воздействие приобрело особую актуальность. Информация все чаще используется как оружие в информационных войнах. Негативное влияние информационно-психологического воздействия на представителей силовых структур производится в широком смысле, начиная с внедрения в персональные средства связи и получения информации до воздействия на психику сотрудника полиции посредством фальсификации истории и откровенной пропаганды нового мирового порядка. Основным содержанием информационно-психологического воздействия является целенаправленная дезинформация, дезориентация в окружающей действительности, сокрытие истинных намерений, использование слабостей и трудностей для подрыва морального духа сотрудников органов внутренних дел и формирование у них психологического состояния безысходности, бесперспективности, невозможности достижения успеха.

По эффективности воздействия на психическое сознание общества средства массовой информации занимают лидирующую позицию. Они включают в себя расширенный арсенал способов воздействия на психику человека в целях формирования соответствующих психологических установок. К основным средствам массовой информации относятся телевидение, интернет, пресса и радио.

Современное общество является информационным. Информация нам необходима, но с ее помощью осуществляется большое количество манипуляций. В результате, все сложнее и сложнее становится отличить беспристрастную информацию от информации, наполненной фейками, а значит, субъективной или явно манипулятивной.

Рассмотрев в учебном пособии особенности современного информационно-психологического воздействия, изучив модель негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел, информационно-психологическую защиту сотрудников от негативного воздействия, в качестве основных методов защиты от манипуляции можно выделить следующие: развитие критического мышления; умение проверять информацию в нескольких альтернативных источниках; эмоции не должны влиять на восприятие получаемой информации.

Способность сотрудника органов внутренних дел соответствовать уровню эффективной деятельности в различных экстремальных ситуациях, в том числе в условиях информационно-психологического воздействия, определяет его информационно-психологическую устойчивость (морально-психологический иммунитет) и профессиональную успешность.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Организация морально-психологического обеспечения деятельности органов внутренних дел Российской Федерации : методические рекомендации. — Москва : ДГСК, 2018. — 5 с.
2. Караяни А. Г., Корчемный П. А. Психологическая подготовка боевых действий. — Москва, 2016. — 180 с.
3. Караяни А. Г., Караяни Ю. М., Зинченко Ю. П. Противодействие информационно-психологическим акциям противника в современной войне. — Москва, 2016. — 228 с.
4. Караяни А. Г. Психологическая реабилитация участников боевых действий (психология боевого стресса и стресс-менеджмента) : учебное пособие. — Москва, 2018. — 152 с.
5. Крук В. М., Федотов А. Ю. Системно-ситуативный анализ в практической деятельности должностных лиц психологической службы : учебно-методическое пособие. — Москва, 2016. — 120 с.
6. Кубышко В. Л. Совершенствование психологической работы в системе морально-психологического обеспечения оперативно-служебной деятельности личного состава органов внутренних дел. // Национальный психологический журнал. — 2017. — № 4(28). — С. 95–103.
7. Психология служебной деятельности : учебник. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА : Закон и право. — 2019. — 351 с.
8. Психология в деятельности сотрудника полиции : учебник. Москва : Московский университет МВД России имени В. Я. Кикотя, 2019. — 307 с.

Для заметок

Учебное издание

Вашкевич Алла Васильевна,
кандидат педагогических наук, доцент;
Жидкова Ольга Анатольевна;
Рожков Антон Алексеевич,
кандидат педагогических наук, доцент;
Шаповал Валентин Анатольевич,
кандидат медицинских наук, доцент;
Юренкова Виталия Александровна,
кандидат психологических наук, доцент

**ПСИХОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ.
ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ**

Учебное пособие

Редактор *Великих А. Н.*
Компьютерная верстка *Душкова А. Ю.*
Дизайн обложки *Шеряй А. Н.*

ISBN 978-5-91837-633-1



9 785918 376331 >

Подписано в печать 07.12.2022. Формат 60×84 ¹/₁₆
Печать цифровая 9,25 п. л. Тираж 50 экз. Заказ № 72/22

Отпечатано в Санкт-Петербургском университете МВД России
198206, Санкт-Петербург, ул. Летчика Пилютова, д. 1