

Тема лекции. Методы информационно-психологического воздействия. Манипуляция сознанием. Дезинформирование.

Определение манипуляции в ее современном смысле — как программирование мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить такое их поведение, которое нужно тем, кто владеет средствами манипуляции (Кара-Мурза).

Манипуляция – это способ психологического воздействия, цель которого – изменение направленности активности (психической и иной) других людей, осуществляемое незаметно для них.

Манипуляция – это управление путем навязывания людям идей, установок, мотивов, стереотипов поведения, выгодных субъекту воздействия.

Иногда в практических целях удобнее пользоваться непосредственно метафорой при определении данного понятия, сформулировав его следующим образом: “Манипуляция - это действия, направленные на “прибирание к рукам” другого человека, помыкание им, производимые настолько искусно, что у того создается впечатление, будто он самостоятельно управляет своим поведением” (Е.Л. Доценко).

Отличительные признаки манипуляции (Георгий Грачев, Игорь Мельник)

- вид психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент;
- вид психологического воздействия, направленного на изменение активности другого человека, выполненного настолько искусно, что **остается незамеченным им**;
- вид психологического воздействия, направленного на неявное побуждение другого к совершению определенных манипулятором действий;
- искусное побуждение другого к достижению (преследованию) **косвенно вложенной манипулятором цели**;
- вид психологического воздействия, используемого для достижения **одностороннего выигрыша** посредством скрытого побуждения другого к совершению определенных действий.

(Георгий Грачев, Игорь Мельник МАНИПУЛИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТЬЮ: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия)

В книге «Манипулируемый человек» подчеркивается особенность манипуляции как психического воздействия: «Оно не только побуждает человека, находящегося под таким воздействием, делать то, чего желают другие, **оно заставляет его хотеть это сделать**».

Отличительные признаки манипуляции (Кара-Мурза)

Во-первых, это — вид духовного, психологического воздействия (а не физическое насилие или угроза насилия). Мишенью действий манипулятора является дух, психические структуры человеческой личности.

во-вторых, манипуляция — это скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции. Как замечает Г. Шиллер, «Для достижения успеха манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно. Короче говоря, для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой ее присутствие не будет ощущаться».

Когда попытка манипуляции вскрывается и разоблачение становится достаточно широко известным, акция обычно свертывается, поскольку раскрытый факт такой попытки наносит манипулятору значительный ущерб. Еще более тщательно скрывается главная цель — так, чтобы даже разоблачение самого факта попытки манипуляции не привело к выяснению дальних намерений. Поэтому сокрытие, утаивание информации — обязательный признак.

В связи с чем **выделяются два уровня воздействия: явный и скрытый**.

Явный уровень выступает как маскировка, как прикрытие манипулятивного воздействия. Он выполняет функцию "легенды" или "мифа", - как отмечает Е.Л.Доценко, - маскирующего истинные намерения актора".

Скрытый уровень является непосредственно реализацией манипуляции. Но показательно то, что "этот уровень, однако, скрыт от адресата лишь психологически. Феноменально же он встроен в сюжет "легенды" как набор элементов, которые могут выглядеть или как ее часть (если манипуляция достаточно искусна), или же как случайные включения, на которые обычно не обращают внимания. Эти элементы функционально являются "приманкой", на которую, как надеется манипулятор, должен "клюнуть" адресат.

В-третьих, манипуляция — это воздействие, которое требует значительного мастерства и знаний. Встречаются, конечно, талантливые самородки с мощной интуицией, способные к манипуляции сознанием окружающих с помощью доморощенных средств. Но размах их действий невелик, ограничивается личным воздействием — в семье, в бригаде, в роте или банде. Если же речь идет об общественном сознании, о политике, хотя бы местного масштаба, то, как правило, к разработке акции привлекаются специалисты или хотя бы специальные знания, почерпнутые из литературы или инструкций. Поскольку манипуляция общественным сознанием стала *технологией*, появились профессиональные работники, владеющие этой технологией (или ее частями). Возникла система подготовки кадров, научные учреждения, научная и научно-популярная литература.

В четвертых, манипуляторы эксплуатируют такие влечения, которые должны действовать безотказно: потребность в безопасности, в пище, в чувстве общности и т.п. Более "продвинутые" способы манипулирования предполагают предварительное "изготовление" мнений или желаний, закрепление их в массовом сознании и в представлениях отдельного человека, с тем чтобы можно было к ним затем адресоваться (Вайткунене, 1984: Шиллер, 1980: Кассирер, 1990).

Например, создание мифа о заботливом президенте или о респектабельности компании, убеждение партнера в том, что ему хотят помочь или что ему угрожает опасность.

Суть понятия “рефлексивное управление”

“Управление решением противника, в конечном итоге навязывание ему определенной стратегии поведения при рефлексивном взаимодействии осуществляется не прямо, не грубым принуждением, а путем передачи ему оснований, из которых тот мог бы логически вывести свое, но predetermined другой стороной решение. Передача оснований означает подключение X к процессу отображения ситуации Y , тем самым X начинает управлять процессом принятия решения. Процесс передачи оснований для принятия решений одним из противников другому называется рефлексивным управлением. Любые “обманные движения” (провокации и интриги, маскировки и розыгрыши, создание ложных объектов и вообще ложь в любом контексте) представляет собой реализацию рефлексивного управления”.

Любые манипуляции и акты манипулятивного воздействия выступают как составные элементы данного процесса, т.е. в понятии рефлексивного управления отражается общий подход к управлению противником в конфликте с использованием разнообразных приемов тайного принуждения людей и применением механизма рефлексии для этих целей.

Рефлексия (от лат. reflexio - обращение назад) - “это не просто знание или понимание субъектом самого себя, но и выяснение того, как другие знают и понимают “рефлектирующего”, его личностные особенности, эмоциональные реакции и когнитивные (связанные с познанием) представления.

В современных условиях в информационно-коммуникативных процессах используются не просто отдельные приемы, а специальные манипулятивные технологии.

Манипулятивная технология представляет собой совокупность приемов, методов и средств манипуляции сознанием и информационно-психологического воздействия, используемых для достижения целей манипулятора.

Применение манипулятивных технологий в качестве способа управления поведением людей и влияния на их индивидуальное и массовое сознание осуществляется на нескольких уровнях:

1. Организованное влияние и психологические операции, осуществляемые в ходе реализации межгосударственной политики.
2. Использования различных средств и технологий манипулятивного характера в внутривнутриполитической борьбе, экономической конкуренции и деятельности организаций, находящихся в состоянии конфликтного противоборства.
3. Манипулирование людей друг с другом в процессе межличностного взаимодействия

Процесс манипулирования может быть:

1. Растянут во времени и представлять многошаговую поэтапную процедуру оказания манипулятивного воздействия на человека, то есть включать комплекс (систему) разнообразных приемов манипулятивного воздействия, действие которых направлено на различные психологические структуры личности и задействующие различные психологические механизмы с поэтапной реализацией в определенные периоды времени и в различных ситуациях взаимодействия.
2. Может быть относительно простым, включающий "одноактный" период общения с использованием одного или нескольких приемов манипулятивного воздействия.

Сложная манипуляция имеет следующие характеристики:

- временные;
- пространственные;
- социальные.

При рассмотрении сложной межличностной манипуляции возможно использовать понятие «сценарий».

При этом, каждый этап многошаговой психологической манипуляции представляет решение относительно самостоятельных подзадач и предполагает, также как правило, использование манипулятивного воздействия. Таким образом, многоэтапная психологическая манипуляция личностью как бы состоит из более мелких элементов - периодов манипулятивного воздействия, которые могут рассматриваться как самостоятельные.

Выделяют три уровня манипулирования:

первый уровень – усиление существующих в сознании людей нужных идей, установок, мотивов, ценностей, норм;

второй уровень связан с частными, малыми изменениями взглядов на то или иное событие, процесс, факт, что также оказывает воздействие на эмоциональное и практическое отношение к конкретному явлению;

третий уровень – коренное, кардинальное изменение жизненных установок.

С помощью манипулирования можно добиться изменения жизненных установок на первых двух уровнях воздействия. Кардинальные изменения взглядов отдельного человека, группы людей или социальной общности требуют комплексного воздействия на сознание человека всеми имеющимися методами и способами в течение длительного времени.

Первое (и, вероятно, главное) условие успешной манипуляции заключается в том, что в подавляющем большинстве случаев подавляющее большинство граждан не желает тратить ни душевных и умственных сил, ни времени на то, чтобы просто усомниться в сообщениях. Во многом это происходит потому, что пассивно окунуться в поток информации гораздо легче, чем критически перерабатывать каждый сигнал.

На это никаких сил не хватит, если человек не овладел, до автоматизма, некоторым набором контролирующих «умственных инструментов», которые как бы сами собой, без усилий сознания и воли, анализируют информацию по одному признаку: есть ли в ней симптомы манипуляции его поведением.

Мощность и эффективность манипулятивного воздействия зависит от наличия определенных преимуществ у манипулятора над адресатом.

К таким преимуществам относятся:

1. Скрытый для адресата характер манипулятивного воздействия, что сразу создает преимущества манипулятору.
2. Актер уже может обладать некоторым собственным набором преимуществ: **а)** статусные преимущества (ролевая позиция, должность, возраст): **б)** деловые (квалификация, аргументы, способности, знания).
3. Актер может привлечь силу третьих лиц. Если это конкретные или достаточно определенные "другие", то такой вид силы можно назвать **(в)** представительской поддержкой ("я от Николая Николаевича", "не за себя стараюсь - за коллектив"). Если же актер опирается на обобщенных других, назовем это **(г)** конвенциональным преимуществом (традиции, мораль и т.д.).
4. Сила может извлекаться из самого процесса взаимодействия с партнером: **(д)** динамические силы (темп, паузы, инициатива), **(е)** позиционные преимущества (эксплуатация эмоционального тона прежних или актуальных отношений), а также **(ж)** договор - результат совместных соглашений.
5. Сила добывается из слабостей партнера или его психических особенностей.

(Е.Л.Доценко)

Информационная безопасность государства

Манипулятивное воздействие на объект
в целях влияния на его поведение (развитие)



Механизм манипулирования сознанием:

Практикой установлено, что чем более осведомленными будут люди, тем труднее манипулировать ими, поэтому объектов психологического воздействия нужно снабжать суррогатом информации – урезанной и усеченной, т.е. такой, которая отвечает целям психологического воздействия.

Сначала людям пытаются навязать такие стереотипы, которые способны вызывать нужные реакции, поступки и поведение. При этом особо ориентируются (или специально выбирают) на тех, кто как бы против своей воли верит в мифы, штампы, слухи. Затем используется ряд приемов, позволяющих **повышать эффективность воздействия:**

- преподнесение «нужной» в данный момент, зачастую грубо сфабрикованной информации;
- преднамеренное утаивание истинных, соответствующих действительности сведений;
- обеспечение информационной перегрузки, затрудняющей возможность объекту воздействия разобраться в истинном существе дела.

В случае, если обман раскрывается, предполагается, что с течением времени острота ситуации спадает, и многое воспринимается уже как нечто естественное, необходимое или, в крайнем случае, вынужденное.

Манипулирование информацией включает в себя ряд приемов.

- 1. Информационная перегрузка.** Сообщается гигантское количество информации, основную часть которой составляют абстрактные рассуждения, ненужные подробности, различные пустяки и т.п. «мусор». В результате объект не может разобраться в истинной сути проблемы.
- 2. Дозирование информации.** Сообщается только часть сведений, а остальные тщательно скрываются. Это приводит к тому, что картина реальности искажается в ту или иную сторону, либо вообще становится непонятной.
- 3. 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.
- 4. Смешивание истинных фактов со всевозможными предположениями, допущениями, гипотезами, слухами.** В результате становится невозможным отличить правду от вымысла.

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

6. 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, ибо она считается более «объективной», чем мнения прямых участников конфликта.

7. 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.

Условные этапы манипуляционного воздействия

Манипулятивное воздействие на психику людей как объектов пропагандистских акций осуществляется, как правило, в виде двух относительно самостоятельных этапов, дополняющих или сменяющих друг друга.

1. Первый этап – подготовительный. Его задача - облегчение восприятия последующих затем пропагандистских материалов. Его основное назначение – создание атмосферы доверия между коммуникатором (источником информации) и аудиторией воздействия.

В связи с тем, что информация воспринимается легче, если для этого создана благоприятная почва, в задачи первого этапа входит разрушение у адресата (объекта воздействия) имеющихся психологических установок, барьеров к восприятию последующей информации независимо от того, покажется ли она адресату неприятной или даже чудовищной.

2. Второй этап – основной. На этом этапе осуществляется привлечение внимания и возбуждения интереса к передаваемым сообщениям, на основании не критического восприятия и усвоения аудиторией (слушателями, читателями, зрителями) получаемой информации, что позволяет в значительной степени увеличить внушающий эффект воздействия информации в ущерб ее рациональной оценке. На этом этапе также активно используется техника и специальные приемы манипулятивного воздействия.

Деление на указанные выше этапы является относительно условным и не следует это рассматривать так, что сначала идет серия информационных сообщений, решающих лишь задачи первого этапа, а затем следуют пропагандистские материалы в соответствии со вторым этапом манипулятивного воздействия. Задачи первого и второго этапов психологического воздействия решаются постоянно в процессе практически всех осуществляемых пропагандистских акций. В определенные периоды времени может осуществляться лишь некоторое преобладание в сообщениях материалов, свойственных для одного из данных этапов, что соответствует решаемым задачам в конкретный период времени (например, укрепление доверия к источнику или доведение нужной информации в соответствующей форме).

Таким образом

В результате анализа выделенные характеристики манипуляции, употребляемые различными авторами, объединяются в группы признаков и обобщаются в следующие интегральные критерии, которые можно использовать для определения понятия манипуляции:

- 1) родовой признак - психологическое воздействие;
- 2) отношение к объектам манипулирования как средству достижения собственных целей;
- 3) стремление получить односторонний выигрыш;
- 4) скрытый характер воздействия (как самого факта воздействия, так и его направленности);
- 5) использование (психологической) силы, игра на слабостях (использование психологической уязвимости);
- 6) побуждение, мотивационное привнесение (формирование "искусственных" потребностей и мотивов для изменения поведения в интересах инициатора манипулятивного воздействия);
- 7) мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий.

Дезинформирование – это способ психологического воздействия, заключающийся в намеренном предоставлении противнику такой информации, которая вводит его в заблуждение относительно истинного положения дел.

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

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.