

ЛЕКЦИЯ № 12.

Сущность и методы информационного воздействия на человека

5.1. Современные манипуляции

(управление) сознанием и
поведением людей.

5.2. Основные методы и
средства информационного

воздействия на человека

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Термин манипулирование происходит от латинского *manipulare* и означает в буквальном переводе управление.

В русском языке в социальном (не техническом) контексте смысл терминов манипулирование и манипуляция обычно считается аналогичным тому, что мы вкладываем в слова обман, обольщение, одурачивание и т. п.

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Специфические признаки манипуляции:

- направленное воздействие на психику человека - его мышление, чувства, волю, сознание в целом;
- отношение манипулятора к другому человеку (группе людей) как к средству достижения собственных целей;
- скрытый характер воздействия (как самого факта воздействия, так и его направленности);
- наличие возможности последующего управления внутренним миром и поведением человека;
- воздействие на человека вопреки существующему у него в данный момент желанию.

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Манипуляция - это процесс, имеющий определенную временную протяженность и отдельные этапы.

Подготовительный этап связан с определением цели и объекта манипуляции, изучением психологических особенностей объекта и выбор наиболее действенных для него стимулов и приманок, выстраивание общего сценария (технологии) манипуляции. **Этап практической** реализации предполагает установление контакта с адресатом и применение стимулов (методов, средств, уловок), побуждающих его к нужным действиям.

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Задачу «улучшения» человека через манипуляцию его сознанием пытались практически решить марксисты всех разновидностей, национал-социалисты, многочисленные диктаторские режимы, тоталитарные секты, религиозные фундаменталисты. Именно в этом столетии мир узнал, что такое японские камикадзе, исламские шахиды, готовые к самопожертвованию солдаты, фанатики всех мастей - идеологические, религиозные, националистические, классовые и даже футбольные.

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Концлагерь, прежде всего, направлен против духа человека, его внутреннего мира, он имеет целью сломать и подавить в человеке все то, что не поддается другим методам, довести его до животного состояния и даже до состояния вещи, добиться, чтобы не духовная, а материальная сущность управляла его поведением. По мнению французского философа А. Камю, система концлагерей позволяла осуществлять на практике «диалектический переход от управления личностями к управлению вещами, поставив личность на место вещи»

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Для формирования миллионов «идеальных людей» фашисты использовали тотальный страх, боль, неопределённость, бессмысленность, доведённые до неукоснительной, абсолютной системы. Заключённым не позволялось ни о чём думать, они не должны были понимать смысл происходящего.

Принято считать, что разные социальные системы стремятся создать разные типы людей, каждая «строит» человека под себя, видит собственный идеал.

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Но в своей сути идеал везде видится одинаковым.

Это - послушное, управляемое существо, знающее общие правила поведения и действующее, в том числе инициативно, лишь в их пределах; кроме того, имеющее потребность славословить хозяина, благодарить его за счастливую жизнь. На практике любое общество стремится «держать человека в выгодном для себя состоянии безликости» (А. Швейцер).

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Вступление человечества к концу XX века в *информационную стадию развития* существенно расширило возможности получения нужных результатов в деле управления индивидуальной психикой и психологией больших масс людей. В работу по программированию психики включились новые науки (кибернетика, информатика, генетика) и технологии (электронные СМИ, глобальные информационные сети, в первую очередь Интернет).

Установки манипуляторов те же: сделать поведение людей более стабильным, неконфликтным, хорошо поддающимся контролю и управлению.

Особенно преуспели в этом *средства массовой*

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Известно, что Сталин активно поощрял работу так называемых «инженеров человеческих душ».

Вроде бы нынче нет того, что проделывали с людьми маги и гаитянские колдуны. Однако с младенчества и до самой смерти мы тоже подвергаемся разным типам зомбирования. Этот процесс принято называть социальным программированием, или социальной адаптацией.

Цель же любого социального программирования не отличается от цели магов создать послушный человеческий экземпляр, которым легко управлять.

Хорошо воспитанный и обученный ребенок - это уже социально управляемый индивид.

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Конечная цель интенсивного манипулирования психикой людей в современном мире состоит в том, чтобы незаметно подвести человечество к новому обществу, в котором есть **управляющее меньшинство и управляемое большинство**. Люди, в одинаковой степени самостоятельные в своих решениях, для нового миропорядка не пригодны. Меньшинство—это «**золотой миллиард**», «интернациональное братство богатых и очень богатых людей» (П. И. Одинцов), **которым необходима только стабильность**.

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

Вот некоторые явные признаки того, что молодой человек находится на пути к состоянию *социального зомби*:

1. он бесповоротно одержим каким-либо желанием, связанным, например, с приобретением престижной вещи, стремлением всеми доступными средствами «делать деньги», добиваться лидерства в коллективе или выглядеть эффектнее других внешне;
2. круг основных интересов его узок, неоригинален, почти полностью подобен общепринятым в данной среде шаблонам;
он готов бездумно повторять в кругу друзей как «последнюю истину» то, что услышал в телепередаче, от знакомых или прочитал на рекламном щите:

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

3. он верит рекламе, живет от одного телешоу до другого, не представляет свое времяпрепровождение без телевизора и сериалов;
4. почти утрачена способность переживать за других людей, сострадать им, а понятия «душевность», «сердечность», «справедливость» стали для него пустыми звуками;
5. налицо боязнь ответственности за свои решения и действия и готовность обвинять всех и каждого в совершенных ошибках, утрачена способность сомневаться, чувствовать свою вину в случившемся;

5.1. Современные манипуляции (управление) сознанием и поведением людей.

6. защищая свое мнение, он готов лгать, изворачиваться, извращать факты или, напротив, бездумно, не приводя аргументов, при первых возражениях оппонентов отказаться от собственного утверждения;
7. потеряло остроту чувство любви к близким, способность получать наслаждение от общения с природой, искусством, людьми, осталось желание, например, часами сидеть у компьютера или игрового автомата;
8. в его суждениях и убеждениях много фанатизма и нетерпимости к другим мнениям, растет желание активно участвовать в деятельности объединений «фанатов» того или иного толка;

5.2. Основные методы и средства информационного воздействия на человека.

В настоящее время существуют целые научные дисциплины о том, как управлять поведением человека, коллектива, общества. К ним относятся современные варианты психотерапии, теория рекламы, суггестология, нейролингвистическое программирование, дианетика и т. п. Получил свое теоретическое обоснование гипноз, и были сделаны попытки перенесения методов гипнотического воздействия с отдельного индивидуума на коллективы и целые человеческие сообщества. Все это было невозможно 40-50 лет назад из-за отсутствия эффективных средств массовой информации и научно обоснованных алгоритмов управления социумом.

5.2. Основные методы и средства информационного воздействия на человека.

Нейролингвистическое программирование

В основе концепции нейролингвистического программирования (НЛП) лежит убеждение, что нашу психику можно уподобить компьютеру, в котором **восприятие и обработка информации осуществляется по определенным, заданным, программам.** Первичная информация в ней воспринимается, структурируется, осмысливается и оценивается на основе внутреннего опыта, состоящего из мыслей, убеждений, ценностей, эмоциональных переживаний, памяти. Один из принципов НЛП: сознание и тело - части одной управляемой системы.

5.2. Основные методы и средства информационного воздействия на человека.

Вторым основанием НЛП является убеждение, что можно соединить в единое целое две системы: первую сигнальную систему (система условно-рефлекторных связей, формирующихся в коре больших полушарий головного мозга животных и человека при воздействии конкретных раздражителей: свет, звук, боль) и вторую сигнальную систему (обычная человеческая речь).

Словосочетание «нейролингвистическое

программирование» включает в себя понятия: «нейро»-то, что происходит в мозге, «ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ»-какими словами мы пользуемся; «программирование»- процесс, как его видит сам

5.2. Основные методы и средства информационного воздействия на человека.

- **Специалисты по НЛП работают с программами, которые незаметно для пациента вводят в его мозг в виде слов и вызывают появление того или иного типа поведения. НЛП – это современный вариант кодирования психики.**
- **Территория и карты.** У человека есть индивидуальный образ мира. Он субъективен (индивидуален) и не тождествен реальности. Территория – это мир вокруг нас, все события и вещи в нем; **ментальная карта – наша модель, наше представление об этом мире.**
- **Разные люди неодинаков воспринимают одни и те же события и даже слова и по-разному реагируют на них. Столь важна роль ментальных карт в деле управления психикой человека.**
- **Ментальные карты формировались стихийно (семья, школа, церкви и т.д.). НЛП может быстро изменить наши карты (программы).**

5.2. Основные методы и средства информационного воздействия на человека.

- Все техники НЛП построены на создании новых психологических карти фильтров восприятия и, как следствие, изменении в нужную сторону его взаимодействия с реальным миром. Причем изменению подлежат не только поведение индивида, но и внутренние установки, оценочные критерии, весь процесс мышления и принятия решений. НЛП стремится манипулировать человеческим сознанием путем подбора кодовых фраз, слов, звуко сочетаний, изображений и т.д. Цель - пробраться к потаенным инкстинтам, чувствами желаниям в обход разума и заставить «жертву» соверщать поступеи под диктовку навязанных установок.
- НЛП можно использовать для избавления людей от навязчивых страхов, выстроить более комфортную модель поведения, но могут быть и противоправные действия. Цель последователей НЛП – манипуляция другими людьми. В Америке разработки НЛП запрещены во всех штатах.
- внедрения в подсознание людей

5.2. Основные методы и средства информационного воздействия на человека.

- **Дианетика как метод и технология манипулирования человеком.**
- Писатель-фантаст Р.Хаббард 1950 г.Руководство по применению технологии очищения и рационализации психики человека.
- Методика позволяет проникнуть через завесу времени и выяснить, какие события прошлого явились причиной сегодняшних бед человека.
- Суть терапии – пройти (много раз !) через «критические точки» прошлого и повторить переживания - убирая негатив, накопленный в них. В результате человек получает«чистый» разум. Все иное (чувства, эмоции, переживания) ему не нужны. «Новый человек» становится вычислительной машиной!
- **Внушение и гипноз.**
- Внушение – скрытое воздействие на подсознание и оптически сознание человека с целью изменить его общее состояние и характеристики психики –установок, ценностей, убеждений и т.п.

5.2. Основные методы и средства информационного воздействия на человека.

- Внушение осуществляется с помощью слов (вербальное), взглядов, жестов и других средств передачи информации. Действия внушения зависят от состояния человека, возраста, эмоциональности, цивилизационной культуры.
- **Гипноз – это внушаемый сон.** Гипноз: как лечение; как метод извлечения забытой информации; как метод программирования психики и управления человеком. Для введения людей в транс используется ритмическая музыка, песнопения, телепередачи.
- **Средства манипуляции человеком:** СМИ, реклама, произведения литературы и искусства, энергоинформационные средства, психотропные средства (наркотики, алкоголь, антидепрессанты).

ЗАЩИТНЫЕ действия:

- тренинг и обсуждение ситуационных задач;
- в пламенных речах ухватить только главный довод;
- творческое отношение к жизни, участие в делах, любовь к творчеству;
- поменьше бывать в зоне с манипуляторами, не смотреть в глаза (метод Одиссея);
- Уход от манипулятора – «Утро вечера мудренее».

5.3. Мифы как инструмент воздействия на людей.

Миф – предание, сказание о сотворении мира и человека, о деяниях богов и героев.

В первобытных обществах мифы воспринимались как подлинное, святое знание и **принимались на веру**. Миф предотвращает негативное воздействие недостатка знаний на человеческую психику, уменьшает страх, стресс, спасает психику от разрушения. Для преодоления мучительной неопределенности греки выдумали Олимп с богами. Боги спасли их от душевного перенапряжения (от неврозов, депрессии и др. расстройств, присущих современному человеку).

В качестве очередного **спасительного средства - великие религии**, затем новые общественно–научные мифы – научного **коммунизма**, **национал-социализма**, **теории рыночного процветания** – **всегда объясняющие жизнь с радужными перспективами**.

Происхождение мифов. Определенные группы людей (жрецы, правители) стали вносить коррективы, работающие в их интересах, в существующие мифы. Так появляется «высшая мифология». Если традиционные мифы определялись мудростью предков, то современные – корыстными интересами мировой элиты и широкой возможностью СМИ воздействовать на психику людей.

5.3. Мифы как инструмент воздействия на людей.

- **По степени достоверности современные представления о глобальных событиях в природе и мире почти подобны мифам. Еще более похожи на мифы научные теории в социальной сфере.**
- **В США существует ПЯТЬ социальных мифов:**
 - **- об индивидуальной свободе и личном выборе граждан;**
 - **- о нейтралитете институтов: конгресс, суд, Президент, СМИ;**
 - **- об отсутствии социальных конфликтов, эксплуатации и угнетении;**
 - **- о плюрализме и свободе СМИ;**
 - **- о неизменной эгоистической природе человека, его агрессивности, склонности к накопительству и потребительству.**

5.3. Мифы как инструмент воздействия на людей.

- По степени достоверности современные представления о глобальных событиях в природе и мире почти подобны мифам. Еще более похожи на мифы научные теории в социальной сфере.
- В США существует ПЯТЬ социальных мифов:
 - - об индивидуальной свободе и личном выборе граждан;
 - - о нейтралитете институтов: конгресс, суд, Президент, СМИ;
 - - об отсутствии социальных конфликтов, эксплуатации и угнетении;
 - - о плюрализме и свободе СМИ;
 - - о неизменной эгоистической природе человека, его агрессивности, склонности к накопительству и потребительству.
- Современная ИДЕОЛОГИЯ не предполагает заботы о сохранении душевного здоровья людей, что было в древности.

5.3. Мифы как инструмент воздействия на людей.

- **По степени достоверности современные представления о глобальных событиях в природе и мире почти подобны мифам. Еще более похожи на мифы научные теории в социальной сфере.**
- **В США существует ПЯТЬ социальных мифов:**
- **- об индивидуальной свободе и личном выборе граждан;**
- **- о нейтралитете институтов: конгресс, суд, Президент, СМИ;**
- **- об отсутствии социальных конфликтов, эксплуатации и угнетении;**
- **- о плюрализме и свободе СМИ;**
- **- о неизменной эгоистической природе человека, его агрессивности, склонности к накопительству и потребительству.**
- **Современная ИДЕОЛОГИЯ не предполагает заботы о сохранении душевного здоровья людей, что было в древности.**

ЛЕКЦИЯ № 13

Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях

- Соперничество кандидатов, их стремление убедить избирателей в преимуществе своих программ и личных возможностей естественная сторона любой избирательной кампании, однако возможно и применение «всех доступных средств», выходящих за грань этических норм. В этой связи можно говорить о двух видах воздействия на избирателей: прямом (открытом) и косвенном (скрытом). В 90-е годы при проведении избирательных кампаний все больший «вес» стало приобретать *косвенное воздействие*, истинная цель которого в той или иной степени закрыта от населения. Его характеризуют:
 - скрытость истинных целей;
 - отношение к другому человеку (группе людей) как к средству достижения собственных целей;
 - воздействие на человека вопреки существующему у него в данный момент желанию;
 - стремление побудить человека к определенным решениям и действиям и др.

Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях

- Преобладание некорректных методов воздействия на избирателей к концу 90-х годов стало обычным делом для выборов в ряде регионов России. Каждые следующие выборы поднимали технологию фальсификации на еще большую высоту. В стране за короткое время **возникли сотни агентств, предлагающих свои услуги по избранию претендентов в органы власти** разного уровня. **Основной причиной манипуляции избирателями с помощью «грязных технологий»** были и остаются: **острая конкуренция, нравственная порочность тех, кто стремится к власти, неспособность политиков выдвинуть привлекательные идеи и изменить к лучшему ситуацию в стране и регионах.**
- Привычными стали выражения «выборные технологии», «политтехнолог», «имидж» (по-русски, «образ»), «имиджмейкер» (то есть, «делатель образа»), «пиар» (от английского PR - public relations).

Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях

- С целью информационного воздействия на граждан древнего Рима уже тогда применялись нацарапанные на стенах зданий надписи, выполнявшие **функции современных рекламных щитов. Например**, «Голосуйте за Ватуса! За него голосуют все пьяницы и все те, кто бьет своих жен!». на россиянах был опробован богатейший набор приемов манипуляции их мнение.
- 1. Зная из опросов социологов, что лишь **6 % наших граждан читают** предвыборные программы кандидатов, **имиджмейкеры о них почти не вспоминают. Главное, чтобы их подопечный произвел на избирателей хорошее личное впечатление, сумел убедить людей, что перед ними «порядочный человек», «интересный мужчина», «хороший семьянин», «человек дела», «прекрасный оратор».**

Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях

- **Изучение специфики потребностей и ожиданий различных групп населения. С учетом этого формируется и представляется избирателям общая характеристика кандидата, составляется перечень раздаваемых им и его командой многочисленных обещаний.**
- Прямая «работа» с наиболее опасным кандидатом-соперником. Ради снятия его с выборов в ход идут попытки подкупа, угрозы, шантаж сомнительной информацией, обещание привлекательной должности, обработка членов семьи и других авторитетных для него людей и т. п.
- «Слив компромата», распространение измышлений и слухов о противнике.
Накануне голосования возможна организация выступлений авторитетных для избирателей лиц с сенсационными «разоблачениями» нежелательных кандидатов.
- **Распространение среди избирателей сувенирной продукции - маек, бейсболок, значков, календарей, брелоков с эмблемой кандидата и т. п.**

Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях

- **Тайная организация перед выборами террористических актов, выступлений экстремистских групп, например скинхедов, и широкое эмоционально окрашенное освещение на телевидении и в печати трагических последствий такого рода акций. Подобная информация, как правило, активизирует потребность людей в безопасности и повышает шансы кандидатов, выступающих за «жесткие меры» и «твердый порядок».**
- **Выполнение неблагоприятных действий от имени конкурента. В качестве примера приведем три возможные акции в стиле «черного пиара».**
- *В день голосования, когда агитация запрещена, у избирательного участка организуется шумная реклама в пользу оппонента, раздаются листовки с призывом голосовать только за него. Затем в избирком подается протест, требующий отменить результаты голосования за данного кандидата.*

Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях

- В периоды избирательных кампаний действия конкурентов строятся, главным образом, на технологии *информационного обмана*. «Чем более невероятной и наглой будет ложь, тем больше людей в нее поверят». В финансовом отношении избирательные кампании весьма разорительны для регионов и страны в целом. Последние открытые выборы (до перехода на новую систему представления и утверждения глав регионов) а президентская кампания одного, реального, кандидата обходится уже **губернатора в Красноярском крае, по некоторым данным, «стоили» около 20 миллионов долларов, в миллиарды долларов.** Не случайно у россиян нарастает нежелание пользоваться этим правом и неприятие самого института выборов.
- Манипулятивные технологии бессильны против внутренне богатого, творчески мыслящего и самостоятельного в своих решениях человека.

Методы тоталитарных сект и способы защиты от них

- Идея спасения человека в общении, основанном на любви, - великая идея. Она же делает неистребимым процесс **возникновения и в нынешнем рациональном мире все новых и новых сообществ, в том числе - сект, религиозных общин, коммун хиппи, объединений байкеров и даже бомжей**. Однако многие объединения людей очень скоро обнаруживают внутри себя отсутствие главного цементирующего вещества -Любви, без чего они неизбежно из средства спасения превращаются в средство умножения человеческих страданий.
- ***Информационный тоталитаризм***, манипулирующий сознанием людей, навязывающий им безоговорочные истины, изначально тоже строится на предложении человеку - в той или иной форме, в настоящем или будущем - подлинной любви и обычного человеческого счастья.

Методы тоталитарных сект и способы защиты от них

- **Примеры управления сознанием верующих в традиционных конфессиях:**
- **Монастыри и «подвижничество».** Организация жизни в традиционном монастыре всегда была направлена на то, чтобы вытравить из монаха все приобретенное им «в миру».
- **Методы инквизиции.** Войну, которую вела против человека инквизиция в течение нескольких веков середины второго тысячелетия новой эры, по числу жертв, потокам крови, масштабам людских страданий можно сравнить только с мировыми войнами XX века.
- **Орден иезуитов** - эффективное орудие римской церкви в борьбе с ересями и свободомыслием.
- **Информационное зомбирование террористов-смертников** также строится на обещании им райской жизни после выполнения задания и гибели.

Деструктивные секты

Сатанинские

Церковь
Сатаны

Дьяволо-
поклонники

Южный крест

Интернационал

Зелёный орден

Крысятницы

Восточные
тамплиеры

Российская
церковь

Псевдохристианские

Свидетели
Иеговы

Церковь
Христа

Баптисты

Адвентисты
седьмого дня

Мормоны

Белое
братство

Посольство
Божье

Единая вера
(Вассарион)

Муниты

Восточной ориентации

Кришнаиты

АУМ синрике

Бахаи

Дзэн (чань)

Тантрическая
йога

Белый лотос

Теософское
общество

Академия йоги

ОШО

Лекция № 14

Рыночные отношения-социально-экономическая основа манипуляции людьми

- Рыночные отношения – **главная оценочная характеристика государства.. Конкуренция. Деньги решают все.**- этим пользуются манипуляторы в условиях рыночных отношений в сфере информации.. Взаимные манипуляции скрыть информацию, обмануть, всучить некачественный товар или услугу. Этот подход переносится во все сферы отношений. Примеры. WTO.
- **Рыночные отношения, изначально сориентированные на дух соперничества, порождают в людях бессердечность, корыстность,, агрессивность. Человек подвергается серьезному испытанию. Рыночные отношения оказались губительными для многих людей, менталитет которых строился на нравственных приоритетах.**

Взаимные манипуляции - один из объективных факторов рыночных отношений

- Даже при добросовестной конкуренции в рыночных отношениях неизбежны различные виды обмана, скрытых манипуляций. **В ходе обмена** товарами или услугами **обе стороны** подчас стараются **исказить или скрыть** определенную информацию, иногда обмануть, предложить некачественный товар или услугу, не заплатить оговоренную ранее сумму.
- *«Манипуляция - привычный способ для любого бизнесмена добиться успеха».*
- Особенности экономических отношений в современном обществе, включая возможные установки на обман и манипуляцию, из сферы бизнеса **неосознанно переносятся в политику, массовую культуру, деятельность различных фондов и организаций, в повседневную жизнь** - на работе, в семье, на улице, - в любое взаимодействие людей друг с другом.
- **Чтобы достичь своих целей и добиться более выгодных условий для своей стороны, как правило, за счет ущемления каких-либо интересов другой.** Причем это происходит как в ситуациях, затрагивающих **интересы отдельных лиц, так и в межгосударственных отношениях, когда ценой манипуляций**

Взаимные манипуляции - один из объективных факторов рыночных отношений

- **Примеры** подобных манипуляций можно **найти в любой сфере жизни:**
- **продавец** активно использует различные приемы, чтобы скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства рекламируемого товара;
- **работодатель** прибегает к таким же информационно-психологическим манипуляциям, чтобы дешевле оплатить труд работника;
- **чиновник умело** манипулирует обратившимся к нему посетителем, чтобы ничего не делать или получить взятку;
- **политические «предприниматели» в своей «конкурентной» борьбе дают невыполнимые обещания** и обменивают их на голоса избирателей.
- А **имиджмейкеры** создают кандидату, как товару, далекий от реальности **привлекательный образ.**
- **Эти отношения свойственны уже не какому-либо отдельному бизнесу или отдельной стране, но и Всемирной Торговой Организации, и так называемому «мировому рынку» в целом.**

Объективные закономерности рынка.

- У многих «рыночников» в ходу самые разнообразные формы недобросовестного сотрудничества - аферы, мошенничество, нарушение условий заключенных контрактов, подделка финансовых документов и многие другие. Методы манипуляции покупателями и деловыми партнерами тоже разнообразны. Они включают различные способы скрытого побуждения человека действовать вопреки своим интересам.
- В условиях рыночной экономики без манипулятивной работы против своих конкурентов не обойдется ни одно предприятие. Таковы **объективные закономерности рынка**. И по ним вынуждено жить не только «недобросовестное», как порою принято считать, а любое предпринимательство.
- **Далеко не все предприниматели бесчестны. Особенно это было характерно для старой России, Германии, других стран. У многих купцов прошлых столетий помимо стремления к выгоде существовали и иные ценности.** Сотни больниц, приютов, музеев, театров, фондов, стипендий и премий (в том числе Нобелевские) были созданы на пожертвования российских предпринимателей. И в сегодняшней России многие предприниматели ведут активную благотворительную и меценатскую деятельность в социальной сфере, в области образования, культуры и в других направлениях.

Последствия рыночных манипуляций человеком

- **Став главным системным принципом современной жизни, рыночные отношения уже не могут не влиять на внутренние установки и ценности, представления о морали и на нравственность каждого человека, выросшего в этом мире.**
- **Нарастающий вал технических достижений и потребительских товаров, непрерывно улучшая материальную жизнь, не решает наших душевных, психологических проблем, а часто обостряет их, все больше углубляет пропасть между внешним благополучием и внутренней опустошенностью, усиливая то и другое одновременно.**
- **Да, рынок способен более гибко удовлетворять потребности человека. Но все ли? Человек сложнее, глубже всех упрощений, в том числе по части оценки первичности и достаточности экономического фактора в его жизни.**
- **Рыночные отношения могут обеспечить на какое-то время статус «победителя» по степени материального обладания, но истинно человеческое в человеке они подвергают серьезному испытанию.**

Рынок и информационно-психологические проблемы россиян

- Для современной России драматические последствия интенсивного внедрения рыночных отношений проявились не столько в том, что основные богатства страны оказались в руках частных компаний, сколько в массированном многолетнем навязывании средствами массовой информации сознанию россиян непривычных им нравственных ценностей и жизненных норм.
- Именно информационно-психологические издержки рыночных отношений оказались наиболее губительными для многих людей, менталитет которых издревле строился на иных нравственных приоритетах.
- ***Рыночные отношения изменили психологию людей, породили новые идеалы в обществе.***
- Вместе с рыночными отношениями многие россияне приобрели их неизбежных спутников - угнетающий страх, ощущение нестабильности. **Мы сегодня боимся** отстать в ежедневном изнуряющем беге наперегонки, оказаться последним в этих «танцах на выбывание» - **остаться без работы, привычных средств существования и без уважения со стороны окружающих.**

Сплошные противоречия: конкуренция – братская любовь

- «Противоречие в том, что, с одной стороны, **мы ценим и превозносим концепцию конкуренции как двигателя прогресса, а с другой - не устаем пропагандировать братскую любовь и смирение».**
- **Рыночная цивилизация объясняет** нарастание негативных тенденций в поведении людей, общее чувство внутренней неудовлетворенности жизнью **только внешними факторами, прежде всего социальной неустроенностью ряда стран, низким уровнем их экономического развития.** И через наведение порядка в этих сферах пытается решить все проблемы.
- **Но ... к концу XX века лидерами по наркомании были социально и экономически благополучные Голландия и Бельгия, по преступности - процветающие США, по суицидам - примерная во всех отношениях Япония. Следовательно, не спасает человека от внутренних проблем экономическое благополучие.**
- ***Видимо, человечеству для сохранения своей подлинности необходимо и нечто иное, позволяющее видеть в человеке не только потребителя и производителя.***

Влияние средств массовой информации на мировоззрение людей и духовно-нравственное становление подрастающих поколений

- **Общей закономерностью общественного развития является то, что современный человек, в отличие от своих отцов, все реже находит время и возможность для обычного общения с окружающими его людьми и непосредственного обмена важной жизненной информацией. *Основную часть информации, необходимой для адекватного поведения в обществе, он получает из теле- и радиопрограмм, газет и других периодических изданий.***
- **Особенно ярко это проявляется при формировании мнения людей по вопросам, которые не находят отражения в их непосредственном опыте, например, о политической жизни и ее лидерах, экономической конъюнктуре, обстановке в других странах и регионах.**
- ***В итоге одним из наиболее распространенных механизмов (институтов) современного мира стали средства массовой информации (СМИ)***

Самое действенное информационное оружие современности - СМИ

- **Возможности современных средств массовой информации таковы, что они создают для человека своего рода «вторую реальность» (или «субъективную реальность»), влияние которой на его внутреннюю (психическую) и практическую жизнь не менее значимо, чем влияние объективной реальности.**
- **Создание спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, массовое распространение компьютеров и Интернета способствовали формированию глобальных, общемировых информационных сетей и возможности распространения нужной информации в любом уголке земного шара.**
- **Влияние СМИ на все происходящее в жизни человечества обрело всеобщий характер. Средства массовой информации стали главным информационным оружием современного мира.**
- **Оценки растущего влияния СМИ на политику и общество далеко не однозначны, а то и прямо противоположны.**
- **Опыт показывает, что потенциально СМИ способны служить различным целям. С одной стороны, они могут просвещать людей, помогать их компетентному участию в общественной жизни, способствовать личностному становлению. Но с другой, что сегодня нередко происходит, - духовно порабощать, дезинформировать, создавать не желая того, разжигать массовые**

Самое действенное информационное оружие современности - СМИ

- Средства массовой информации **обладают заведомым преимуществом** перед отдельным человеком и даже аудиторией. **Люди вынуждены воспринимать информацию, но не могут на нее ответить.** Их негативная реакция не находит разрядки и лишь усиливает эмоциональное напряжение. Аудитория зрителей (слушателей, читателей) территориально разобщена, и люди находятся если не в одиночестве, то по крайней мере в малых группах и имеют возможность возразить разве что друг другу. ***При современной системе информирования люди почти обречены на пассивное исполнение роли объекта воздействия.***
- В условиях информационной цивилизации **СМИ** обладают огромными возможностями дня манипулирования, они уже сегодня **способны добиваться от людей нужного мировосприятия, закладывать требуемые стереотипы поведения, программировать их желания, формировать реальное единомыслие в стране и мире.**

Самое действенное информационное оружие современности - СМИ

- Информированность граждан, в том числе политиков, прямо зависит оттого, кем, как, с какими целями и по каким критериям отбирается информация, насколько глубоко она отражает реальные факты после ее препарирования информационными агентствами, а также от способа и форм подачи информации. Для достижения нужного эффекта ведущими программами *используются самые различные приемы*. Назовем некоторые из них:
- через подавляющее представительство членов какой-либо партии, которых мы постоянно видим на телеэкране, **создается ложное впечатление о преобладании ее сторонников.**
- постановкой «выгодных» вопросов и уходом от нежелательных тем преувеличиваются «успехи» одних групп.
- доводы оппонентов прерываются рекламой;
- **максимальная оперативность в информировании**, немедленное доведение самых «горячих фактов» (Дубровка, 2002 г. – передвижение спецназа).

Многие отечественные публикации носили откровенно тенденциозный характер (Политковская – Чечня).

СМИ и «массовая культура». *Лидер СМИ - телевидение*

- **Навязываемая СМИ массовая культура направлена, прежде всего, против духовных глубин сознания человека. Ее задача - полностью оккупировать внутренний мир личности, лишить самостоятельности, приучить к безропотному копированию предлагаемых обществу упрощенных жизненных стандартов. Подлинно духовная культура заменяется культурой искусственно выращенных средствами массовой информации «звезд».**
- Среди всех средств массовой информации по эффективности воздействия на внутренний мир личности особое значение имеет ***телевидение. Сегодня оно является не только самым массовым, но и наиболее действенным механизмом проникновения в структуры человеческого сознания.***
- Телевидение лидирует среди других СМИ по силе убеждающего воздействия на граждан. «*Вся жизнь: природа, наши друзья, литература, женщины - все постепенно угасает под воздействием этого маленького экрана, который становится все большим и проникает всюду. Он проглотил все: реальность, нас самих и наше отношение к действительности.*».

Средства массовой информации и молодежь

- **Специалисты свидетельствуют: телевидение, видеотехника воздействуют на поведение молодых людей, их нравственные ценности и общесоциальные установки сильнее, чем столь авторитетный институт формирования личности, как школа или семья. Чтение книг отошло на задний план.**
- **Специалисты выделяют три опасных направления информационной политики отечественных СМИ, способных отозваться губительными последствиями для сознания молодых россиян:**
- **1. связано с последовательной переориентацией молодежи с традиционного для России положительного героя на суперличность западного образца (культ насилия, жестокости, бездуховности, эгоизма – агент 007).**
- **2. дестабилизацией социальной преемственности поколений, отчуждением общества от позитивного исторического опыта - ныне одна из опасных особенностей построения информационных потоков в российских СМИ.**
- **3. ослабление способности к самоконтролю за своим поведением, активизация иррациональной сферы сознания, усиление садомазохистских склонностей. Есть прямая связь между преступностью на экране и на улице. 50 % школьников готовы добыть деньги любым способом и свыше трети 15-летних школьников считают**

Средства массовой информации и молодежь

- **Общение**, во все времена привлекавшее человека как средство спасения от своих внутренних проблем, в условиях господства СМИ обрело обратную силу. Сейчас мы имеем феномен «**одиначества человека в толпе**». Стремительно **растет число людей**, испытывающих патологический страх перед «другими», **страх общения с окружающими, боязнь любой деятельности на публике**. Появилась новая болезнь - социофобия. Человек возвращается в свое одиночество, но уже в другом, до предела измененном состоянии.
- **Один из наиболее травмирующих факторов** телевизионного влияния на психическое и физическое здоровье детей и подростков составляет **содержание того, что они смотрят**. Главным образом, это относится к **насилию**, в избытке демонстрируемому по телевидению. Постоянный просмотр сцен насилия:
 - притупляет чувствительность к агрессии;
 - уменьшает значимость внутренних факторов, сдерживающих агрессию;
 - увеличивает фактические проявления агрессивности в поведении;
 - формирует неверный образ социальной реальности, который может стать основой.

Защитные действия.

- Отчет Национального института психического здоровья США содержит данные, согласно которым к **16-летнему возрасту средний телевизионный зритель наблюдает около 13 000 убийств** и множество других актов насилия. Все это содействуют росту агрессивности, ведет к появлению и усилению проблем в межличностных отношениях. Средний десятилетний ребенок в США проводит больше времени перед телевизором, чем в классе, - около 30 часов в неделю.
- **БОРОТЬСЯ** с чрезмерным увлечением учащимися телевидением необходимо не с меньшим напряжением, чем с тягой к наркотикам и игровым автоматам.
- **БОЛЬШЕ ЧИТАТЬ.** В России традиционно важнейшим источником самых глубоких и нужных для человека знаний была классическая литература.
- **ВОСПИТАВАТЬ** чувства гордости за свою историю, национальную культуру и, на этой основе - уважения к культурным традициям разных стран и народов.
- **НЕЛЬЗЯ ПОЗВОЛЯТЬ** телевидению и другим СМИ обращаться с собой, как с безвольной куклой.
- активно бороться за право **свободного получение объективной информации** путем досрочного раскрытия информации, контроля прессы

Роль рекламы в манипуляции сознанием людей

- **РЕКЛАМА** - инструмент формирования интересов и потребностей человека
- Нам следует четко представлять и постоянно помнить: реклама - далеко **не справочное пособие** на потребительском рынке. Она не ограничивается лишь информированием людей, как может показаться сначала, не дает сравнительных оценок различным видам товара - напротив, **навязывает человеку что-то единственное, лишая его права выбора.**
- **существует опасность, что рано или поздно она начнет управлять нами - вначале в экономической, а затем в политической и нравственной сферах.**
- в качестве одного из наиболее действующих приемов внушения используется **многократное повторение** одного и того же рекламного ролика (иногда с интервалом в 15-20 секунд). Известно утверждение Наполеона: **«Повторенное много раз, в конечном счете, начинает восприниматься как доказанная истина»;**
- **реклама вкрапляется** в популярные фильмы, встречи с интересными людьми, дискуссионные обсуждения, прогнозы погоды, то есть **в те передачи, которые в данный момент больше всего интересуют зрителей или слушателей;**
- **Подпороговая реклама – 25 кадр запрещена, но не контролируется. Фирма ФИЛИПС реализовала программу не разрешающую**

Личностные угрозы рекламы

- Можно выделить три основных направления, по которым современная реклама наносит фундаментальный вред человеку.
- 1.реклама формирует у человека фрагментарно-клиповое мышление, не требующее умения сравнивать, оценивать, делать обобщения, принимать решения, регулирующие поведение изнутри, а не по внешним сигналам. Реклама не предполагает использование аналитических способностей человека, напротив, отучает от них. Она всегда направлена на безоговорочное принятие навязываемого представления об объекте.
- 2. реклама формирует человека с сугубо потребительским сознанием, в котором гипертрофированы, выведены на высший уровень материальные и физиологические потребности, а духовно-нравственные ценности вытеснены на второй план как малозначимые для жизни. Рекламные ролики представляют собой репортажи из мира перевернутых человеческих ценностей.
- 3. реклама представляет собой прямую угрозу жизненному благополучию и здоровью наших граждан. Знаменитая эпопею с рекламой финансовых «пирамид» MMM, «Властелина» и др. Столь же опасна популярная нынче реклама сомнительных способностей различных целителей, ясновидящих, магов, реклама сомнительных лекарств.

Личностные угрозы рекламы

- **Дети и подростки наименее устойчивы к психологическому воздействию, оказываемому рекламой, и, как следствие, быстрее и легче становятся курильщиками табака, подражая взрослым. В 16-летнем возрасте регулярно курят 27 % мальчиков и 24 % девочек.**
- При рекламировании табачных изделий производители скрывают правду о вреде продаваемой ими продукции.
- Жизнь показывает, что большинство россиян с их доходами не может воспользоваться рекламируемыми вариантами потребления и досуга.
- **Современные формы рекламного воздействия небезопасны и для психического благополучия населения. Они могут возбуждать зависть и, как следствие, агрессивность, формировать комплексы из-за невозможности удовлетворить навязываемые потребности, вызывать ощущение неудавшейся жизни, вводить в длительное стрессовое состояние. А это - уже преддверие психического расстройства, срыва в наркоманию или алкоголизм, и даже начало пути к суициду.**
- **надо поступать с рекламой, как с товаром на рынке -могу смотреть и ничего не покупать; могу смотреть и что-то купить**

Повседневно-бытовой уровень манипуляции сознанием

- При рассмотрении проблем, определяемых понятиями «информационное противостояние», «дезинформация», «манипуляция общественным сознанием», «информационная безопасность», современная литература ориентирована, главным образом, на отношения между государствами, партиями, правящими элитами, социальными группами. Написаны сотни книг об информационных войнах между Западом и Востоком, исламом и христианством, США и СССР, США и Ираком (Панамой, Югославией, Суданом, Ираном и т. д.). Но **практически единичны книги, предлагающие анализ манипуляционных отношений (тоже, по сути, информационных войн) на уровне повседневной жизни людей.**
- Любое глобальное противостояние имеет свои корни и «частные ячейки» в действиях и психологии отдельных людей, во взаимоотношениях на уровне малых групп и коллективов. **В жизни общее и частное неизбежно взаимно связаны.** Поэтому не менее важно рассмотрение проблем информационной манипуляции не только на государственном уровне, но и в рамках повседневной жизни людей, их ежедневных отношений в быту, на работе, в ходе обучения, досуга и т. д. Этот уровень не менее важен для повышения жизненного благополучия конкретных людей и для понимания проблем информационной безопасности.

Межличностные манипуляции

- Отношения между людьми складываются из сотен контактов как **по вертикали** (между руководителем и подчиненным, учителем и учеником, отцом и сыном и т. п.), так и **по горизонтали** (между соседями по дому, коллегами по работе, учениками в классе и т. п.). Наконец, это множество контактов на улице, за пределами дома, работы и учебы: в транспорте, на отдыхе, при встрече с незнакомым человеком. Рассмотрим кратко некоторые из таких отношений с учетом их манипуляционной составляющей.
- **Мужчина и женщина.** Их взаимоотношения (на всех стадиях) – плодороднейшее поле для манипуляций. Уже при первой встрече мужчина стремится манипулировать женщиной, чтобы привлечь внимание, а затем и завоевать ее как объект любви. Женщина различными уловками манипулирует мужчиной, чтобы показать себя более привлекательной, очаровать партнера.
- **Учитель и ученик.** «Класс – одно из самых подходящих мест для манипуляций». Первое направление манипулятивного противостояния – вопросы дисциплины. Учитель, стремясь поддерживать порядок в классе, **использует все возможные способы воздействия:**
 - внушение (логикой слов, жестами, интонацией, взглядами и т. п.);
 - угроза вызвать родителей и вызов к директору;
 - изоляция нарушителя (изгнание из класса);
 - наказание оценкой и нелестное сравнение с другими учениками;
 - создание системы любимчиков и организация доносов на тех, кто, к примеру, курит, ругается, хулиганит.
 - Ученики воздействуют на учителя (лестью, плохим самочувствием, столкновением с

Межличностные манипуляции

- *Родители и дети.* Появившийся в этом мире младенец сразу оказывается в жестком плену родительской любви, и давление старших сопровождает его всю жизнь. **Общий принцип таков: не знаешь, как вести себя в этом мире, – научим; не хочешь – заставим.**
- Отношения между родителями и детьми в наше время нередко превращаются в «изнуряющую манипулятивную битву». каждое взаимодействие поколений оборачивается, по меньшей мере, информационной схваткой. В таких схватках у каждой стороны свои приемы и козыри.
- Первый урок манипулятивных отношений они получают от родителей, старающихся всячески опекать (конечно, из любви!) своих детей и выстраивать их внутренний мир по собственному образу и подобию.
- *Ребенок и коллектив.* Унифицирующую «смирительную рубашку» затягивают на ребенке всевозможные *коллективы*. Быстро гасятся в нем независимость суждений, самостоятельность в поведении, рвущаяся изнутри поисковая активность.
- Процесс нивелировки детей, приучение их к жизни по единому «уставу» продолжается в школьном коллективе.
- Уличные игры.

Переговорные манипуляции

- Переговоры – это факт нашей повседневной жизни. Вы обсуждаете с начальником свое повышение по службе или пытаетесь договориться с малознакомым вам человеком о цене на его дом. Кто-то обсуждает со своей супругой, куда пойти обедать, и со своим ребенком, когда гасить свет. Два адвоката стараются решить спорное дело из-за автомобильной аварии.
- Переговорный процесс реализуется во всех тех ситуациях межличностного взаимодействия, в которых согласовываются или уточняются интересы (в обоюдном или одностороннем порядке), ищется общая точка зрения на какие-то вопросы, осуществляется организация совместных действий или изменяется поведение партнера без применения «силового» принуждения.
- Рыночные отношения предполагают активизацию и массовое распространение переговоров и в деловой сфере, и в частной жизни. Они становятся необходимым элементом и типичным способом взаимодействия.
- Одним из этапов переговорного процесса, в ходе которого наиболее рельефно проявляются разные способы скрытого принуждения личности, выступает **обсуждение**. Анализ опыта обсуждения дает многочисленные **примеры разнообразных способов и приемов психологического воздействия на людей с целью их принуждения**.

Примеры разнообразных способов и приемов психологического воздействия на людей с целью их принуждения.

- **Основные уловки обсуждения:**
- *Дозирование исходной информационной базы.*
- *Формирование установок (мнений) путем целенаправленного подбора выступающих.*
- *Двойной стандарт* в нормах оценивания поведения участников дискуссий.
- *«Маневрирование» повесткой обсуждения.*
- *Управление процессом обсуждения.*
- *Ограничения в технике (процедуре) проведения обсуждения.*
- *Реферирование* – краткое изложение вопросов, предложений, доводов, в ходе которого происходит смещение акцентов в желаемую сторону.
- В случаях «злостного» использования оппонентом манипулятивных уловок возможен ответ на его уловку аналогичной уловкой, парализующей первую и сам ход переговоров. Это нежелательный прием, применяемый тогда, когда другие способы нейтрализации манипуляций оппонентов были использованы и не дали результата

Защита русского языка – важное условие информационной безопасности России

- Общение – краеугольный камень современной цивилизации. Через него – путь к семье, друзьям, учебному и производственному коллективу, к обществу в целом. Собственно, без общения и общество невозможно.
- Согласно современной психологии, *язык*, в самом общем смысле, *есть система словесных знаков, служащая средством человеческого общения и мышления*. В реальной жизни он выступает как бы в трех ипостасях, будучи одновременно:
 - средством передачи и усвоения общественно-исторического опыта;
 - средством коммуникации (общения) в повседневной жизни; средством интеллектуальной деятельности человека и познания мира.
- Однако язык (устный и письменный) – это не только механизм передачи информации между поколениями и современниками, но и специфически человеческое средство управления поведением индивида и преобразования этого поведения в нужном направлении, в том числе в безопасном.

Манипулятивные возможности языка

- Речь – важнейшая сущностная характеристика человека. Она формируется в раннем детстве и отражает в себе особенности той социальной среды, в которой это детство прошло. Известно, что дети, выросшие среди животных, речь не приобретают. Отсутствует у них и необходимое для жизни в обществе мышление. Все это говорит о возможностях манипулирования его сознанием и поведением через речь.
- Поэтому *Доктрина информационной безопасности РФ* к числу основных объектов обеспечения информационной безопасности России в сфере духовной жизни относит *русский язык, рассматривая его и как фактор духовного единения* народов многонациональной России, язык межгосударственного общения народов Содружества Независимых Государств. Язык в большей степени, чем какая-либо другая психологическая характеристика человека, определяет его национальную принадлежность. Это – важнейший критерий национальной идентификации людей. Еще Н. Г. Чернышевский писал: «Человек, говорящий нашим языком, – наш человек».
- Отсюда – та исключительная роль, которая отводится воздействию на язык и его использованию во всех программах манипулирования человеком.
- XX век можно назвать *столетием языкового (или речевого) манипулирования людьми*. Достаточно вспомнить пропагандистское

Основные угрозы русскому языку

- На современном этапе информационного противостояния существуют достаточно серьезные угрозы «великому и могучему» языку, этому уникальному фактору национального самосознания и обеспечения национальной безопасности. В числе этих угроз можно назвать:
- вытеснение русского слова фотографиями и рисунками, кадрами телевизионных и рекламных сюжетов;
- «вестернизацию» русского языка, засорение его терминами и словесными оборотами иностранного, прежде всего западного, происхождения;
- широкое внедрение в русскую речь слов и оборотов жаргонного характера.

Речевая форма мышления – это главный базис становления и развития человеческого интеллекта. С ней связано формирование аналитического склада ума и способности к восприятию абстрактных понятий.

Интернет с его картинками-иконками, чрезмерное увлечение телевидением), иллюстрированные журналы и реклама во всех ее видах неуклонно ведут к снижению интеллектуального и нравственного начала у молодежи, подавляют в ней нечто подлинно человеческое и делают ее удобным объектом для по следующего зомбирования. Заменяя речевое мышление образным, мы невольно снижаем

- Состояние языка и культуры речи всегда являлось индикатором общей культуры человека и национальной культуры общества в целом.
- Обладая самым богатым в мире языком, мы, будто комплексуя от своего языкового превосходства над другими народами, готовы раз за разом приносить жертвы другому языку, заведомо более слабому и бедному. При Петре I и его ближайших преемниках россиян приучали говорить по-немецки; при Александре I вся российская элита перешла на французский. Может быть в качестве протеста, произведения Пушкина, Гоголя, Достоевского, Тютчева, Толстого, показали всему миру величие русского языка. Нынче мы вновь – во главе с новой элитой – готовы перейти на другой язык. С детства приучаем россиян к «правильному» английскому, гордимся их успехами в освоении чужого языка и позволяем любое кощунство по отношению к своему. Не понимаем при этом, что речь идет не столько о приобретении дополнительного средства общения, сколько о трансформации внутреннего мира ребенка, его менталитета, характера и судьбы.

- Заметно усиливается влияние западной терминологии в *сфере финансово-экономической деятельности*. Мы все чаще встречаем не свойственные русскому языку термины типа «прайс-лист», «бизнес-план», «менеджер», «консалтинг», «мониторинг», «кастинг» и т. п. Опасно, что этот переход на новый язык, следовательно, новый образ мышления, стал уже почти обыденным и привычным делом.
- *Информационная сфера* также богата англоязычными терминами. Особенно много их в публикациях по информатике и вычислительной технике, в области программного обеспечения. Есть причины объективного характера, обусловленные спецификой самого процесса развития средств ВТ и информатики.
- *Еще одна напасть для русского языка*. В последние годы среди определенных групп молодежи, стало модным говорить и писать с ошибками, сознательно искажая слова родной речи. Среди любителей «новой орфографии» популярны, например, выражения: «аццкий сотона», «превед кросавчег», «превед солнц», «пасиб» (спасибо), «кстате», «будующее» и др.

Русский язык в ближнем и дальнем зарубежье

- Оценивая состояние русского языка в других странах, специалисты выделяют две тенденции:
- *Во-первых*, происходит активное сокращение русскоязычного информационного пространства в ближнем зарубежье – в новых независимых государствах, еще недавно бывших республиками СССР.
- *Во-вторых*, после ликвидации СССР с его авторитетом и возможностями наметился процесс вытеснения русского языка из зоны дальнего зарубежья, все большего ограничения его использования в качестве одного из языков международного общения.
- Сегодня объективной реальностью является тот факт, что в большинстве независимых государств ближнего зарубежья проводится активная и целенаправленная политика по сокращению использования русского языка в сферах государственной деятельности, экономики, науки, образования и культуры. Русский язык сегодня является вторым государственным языком лишь в Республиках Беларусь, Казахстан и Молдова. В других странах ближнего зарубежья русский язык не получил государственного статуса.
- Сегодня в странах ближнего зарубежья проживает около 27 миллионов русских людей, оказавшихся за пределами своей этнической родины., их дети, порою искусственно, лишены возможности получить образование на русском языке. Не обернутся ли проблемы языка проблемами, куда более опасными – издержками духовно-нравственного обустройства

Средства информационного воздействия и защита здоровья

- В правовом отношении внимание к вопросам здоровья наших граждан, и прежде всего детей, в последние годы заметно возросло. Это внимание распространяется и на информационную сферу как на потенциальный источник не только развития, но и искажения процесса психического и физического становления современного молодого человека.
- Статья 14 Закона «Об основных гарантиях прав ребенка в РФ» обязывает органы государственной власти принимать меры по защите ребенка от информации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, а также от распространения печатной продукции, аудио– и видеопродукции, пропагандирующей насилие и жестокость, порнографию, наркоманию, токсикоманию, антиобщественное поведение.
- В 2006 г. вступили в действие *национальные программы «Здоровье» и «Образование»*. В соответствии с ними проводится дополнительное оснащение электронными технологиями медицинских учреждений, повышаются оклады их персоналу; в образовательных учреждениях создаются компьютерные классы с подключением их к Интернету

Переход к информационному обществу и проблемы здоровья

- К числу положительных тенденций можно отнести и то, что в условиях свободного обмена информацией о неблагополучии здоровья населения страны стали говорить открыто и на всех уровнях. Более активной и принципиальной стала позиция родителей по вопросам влияния деятельности СМИ и компьютеризации на здоровье, развитие и воспитание детей.
- За предельно короткие (по историческим меркам) сроки кардинально изменились условия жизни человека. Он был вынужден ослабить свои тесные связи с природной средой и полностью окунуться в технизированное бытие.
- В условиях *постоянного ускорения темпа жизни*, частого и резкого обновления ее требований к человеку психика части людей не успевает перестраиваться и хотя бы временно обретать состояние устойчивой адаптированности. Известно, что 90 % всех научных открытий, сделанных человечеством за свою историю, пришлось на XX век.
- На дворе – новый мир. А что внутри? Главным образом – хаос. Не поспевает внутренний мир за внешним. Современная жизнь – это некий *гиперпереходный процесс*.

Характер информационного воздействия и здоровье

- Принципиальное значение для психоэмоционального состояния и всех видов здоровья человека имеет содержание информации, поступающей из электронных и печатных средств массовой информации. Воспользовавшись отсутствием цензуры, в погоне за рейтингами и прибылью некоторые из наших СМИ потеряли чувство меры в показе насилия, безнравственности, развратных действий, пренебрежительного отношения к здоровью окружающих людей и собственному здоровью.
- Информация, получаемая сегодня в некоторых общеобразовательных учреждениях, тоже ведет к сужению разнообразия и масштабов душевной деятельности развивающегося индивида и этим невольно, приближает его к психической и физической неадекватности. Заметной тенденцией последнего времени стал переход от фундаментального образования в пользу «практикоориентированного». Школам предлагается воспитывать социально компетентного человека только в определенной области. Общекультурное содержание фундаментального образования предлагается заменить воспроизводством конкретных практических навыков, целостные курсы обучения заменяются рядом частных предметов (модулей).

Рассматривая влияние информационных средств на здоровье человека уместно различать три вида здоровья: психическое, физическое и нравственное.

- **Психическое здоровье.** Согласно выводам всероссийской диспансеризации, «проблема состояния психического здоровья детей в России за последнее десятилетие стала острой медико-социальной проблемой». Рост психических расстройств за последние годы составил 32 %, подростков – в 1,7 раза.
- **Физическое здоровье.** В качестве наиболее репрезентативного исследования здоровья школьников можно рассматривать проведенную в 2002 г. всероссийскую диспансеризацию. Из ее итогов следует, что за последние 10 лет общая заболеваемость детей в возрасте до 14 лет выросла в 1,4 раза. Самые высокие темпы роста наблюдаются у болезней костно-мышечной системы – сказывается компьютеризация и малоподвижность (в 2,6 раза), системы кровообращения (в 2,5 раза).
- **Нравственное здоровье.** Преобладающее информационное воздействие на подростков сегодня таково, что они уже не рассматривают труд как главное средство обретения материального благополучия и внутреннего удовлетворения. Все хотят быть богатыми, но никто не хочет работать. В общении между школьниками вышли из употребления понятия «совесть», «честь», «душевность», «бескорыстность»

Болезни зависимости

- Информационные технологии дали человеку определенные удобства в жизни, но и породили новый вид стресса – **информационный стресс и новые варианты болезней зависимости**. Произошли изменения не только в условиях жизни, но и в структуре психических расстройств, возникли предпосылки к **Зависимым поведением называют глубокую (рабскую) зависимость от некой принуждающей силы или страсти, требующей от человека тотального повиновения**. появлению принципиально новых аномалий психики.
- Причем это поведение выглядит **как добровольное**. К числу наиболее известных из десятков болезней зависимости относятся: наркотическая зависимость; алкоголизм; табакокурение; лекарственная и нелекарственная токсикомания; телемания; сетемания («интернет-зависимость»); игромания.
- В нашей стране проблема зависимости от азартных игр также приняла массовый характер. Стихийная коммерциализация жизни привела к тому, что сегодня игровые заведения существуют практически во всех городах и крупных населенных пунктах страны. По количеству игровых автоматов на душу населения большинство городов России опережают все города мира, за исключением Лас-Вегаса. Борьба – с помощью методов психотерапии.

Психотронные средства и здоровье

- В 80-е годы прошлого века был опубликован доклад, подготовленный для конгресса США, в котором впервые реализовывалась идея использования электронных средств в интересах воздействия на мозг и сознание человека.
- Технические средства такого рода, разработанные на стыке парапсихологии, электроники и медицины, получили название *психотронных (психотронного оружия)*.
- Из открытой печати известно, что созданы следующие виды аппаратуры по пси-излучению: лазерная аппаратура; импульсная инфразвуковая техника;
- электронная радиоволновая аппаратура; микроволновая резонансная аппаратура; магнитные генераторы; установки радиогипноза.
- В России хорошо известны живые «излучатели» определенных воздействий на мозг человека (Давиташвили, Кашпировский, Чумак).
- Психотронное оружие в любом его варианте опасно для здоровья человека на самом глубинном уровне его организма и психики. Оно не только разрушает мозг и делает человека послушным роботом, но и вызывает изменения в организме на клеточном уровне. А следствием этих изменений могут быть самые разные заболевания, нарушения функциональных возможностей. Потеря памяти.