

5. Петренко В. Ф. Психосемантика сознания / В. Ф. Петренко. – М. : Изд-во МГУ, 1998. – 208 с.
6. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека / К. Роджерс. – М. : Прогресс, 1994. – 480 с.
7. Семиченко В. А. Психология речи / В. А. Семиченко. – К. : Магистр-S, 1998. – 112 с.
8. Станкевич Г. О. О диалогической природе психотерапевтических изменений // Московский психотерапевтический журнал / Г. О. Станкевич. – 1999. – № 2 (22). – С. 24-27.
9. Ханецька Т. І. Культура мовленнєвого спілкування психолога: навч. посібник (для студ. психол. спец. з грифом МОНМС України) / Т. І. Ханецька. – К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. – 328 с.
10. Шевченко Н. Ф. Особливості професійного висловлювання психолога-консультанта // Проблеми загальної та теоретичної психології: зб. наук. праць / [за ред. С. Д. Максименка] / Н. Ф. Шевченко. – К.: Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України, 2003 – 2003. –Т. 5.–Ч. 1.– 2003. – С. 293-299.

В статье представлены особенности речевой деятельности психолога, его профессионального высказывания как способа психологического влияния на клиента в процессе психоконсультирования, требования к формулированию профессионального высказывания психолога и его критерии. Также представлены результаты экспериментального исследования сформированности умения формулировать профессиональные высказывания студентами, определены его уровни.

The features of speech activity of psychologist are presented in the article, his professional expression as method of psychological influence on a client in the process of psychological advising, requirement to formulation of professional expression of psychologist and his criteria. The results of experimental research of formed of ability to formulate professional expressions students are also presented, his levels are certain.

РОЗДІЛ II.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ У МАЛИХ ТА ВЕЛИКИХ ГРУПАХ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ. СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ В КОНТЕКСТІ НАДАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ

Т.В. Андрущенко (м. Київ)

ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ ГРОМАДЯН У СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСАХ

Постановка проблеми. Феномен маніпуляції останнім часом репрезентується в науковому дискурсі з огляду на масову свідомість, масову поведінку й масове суспільство загалом. Концепт останнього в сучасному теоретизуванні й дослідницькій рефлексії поступився місцем концепту демократичного суспільства.

Реалії сучасних демократичних країн часто свідчать про те, що маніпулятивний вплив залишається вагомим інструментом організації суспільного життя. А основним змістом маніпулятивного впливу вважається встановлення контролю над об'єктом впливу з тим, щоб змусити його діяти у спосіб, потрібний для того, хто здійснює маніпулювання. Також необхідно виокремити і основні складові маніпулятивного впливу. Це, зокрема: оперування інформацією (цілеспрямоване перетворення інформації); приховування маніпулятивного впливу (потрібно замаскувати цілі маніпуляції, а в ідеалі й

сам факт впливу зробити непоміченим); ступінь і засоби примусу (в межах офіційних соціальних структур обговорюється вияв сильної або слабкої позиції); мішені впливу (позначення тих психічних структур, на які здійснюється вплив з боку ініціатора впливу); тема уподібнення адресата впливу технічному приладу (об'єкти маніпулятивної обробки перетворюються на маріонеток, керованих тими, хто має владу)" [1, с.195].

Аналіз останніх публікацій та виклад основного матеріалу. Новітні реалії розвитку демократичних суспільств демонструють всеохопність маніпулятивного впливу. Все більших обертів набирає поширення технологій маніпулювання, які зумовлюють функціонування всієї політичної системи суспільства. До того ж мистецтво маніпулювання щонайперше спирається на основні правила впливу на масову свідомість і насамперед на таке серед них, як правило спрощення, сутність якого полягає, зокрема, у зведенні будь-якої тези до простого, доступного та зрозумілого більшості значення. Орієнтуючись на найменш досвідченого члена аудиторії, пропаганда апелює до емоцій. Тому важливою вимогою є максимальне спрощення об'єкта пропаганди. Для успіху в пропаганді, особливо для створення образів або іміджу необхідно досягти асоціації об'єкта за однією рисою. Багатозначність, наявність напівтонів принципово не придатні для пропагандистських текстів [2, с.12-13].

Водночас головною причиною використання спрощення, а отже, й певної стереотипізації дійсності, переважно виявляється необхідність економії часу й зусиль. Адже, якщо складні ідеї втілюються в спрощеному узагальненому образі, для їхнього сприйняття й осмислення потрібно менше часу та зусиль. Як наслідок, стереотипи відучують людину аналізувати й синтезувати явища, критично їх оцінювати, а тому привчають приймати їх беззастережно. Отже, характерні властивості стереотипу – спрощення, стійкість і упередженість – можуть сприяти перетворенню його на ярлик, забобон, тенденційність, які надто складно зруйнувати.

У дослідників немає однозначного погляду на природу і суть стереотипу як спрощеного відтворення людиною світу. Одні вважають, що стереотипи масової свідомості завжди є спеціально організованими і функціонують на підставі певних соціальних замовлень. Вони залежать від завдань соціалізації, а не від стихії чуттєвої природи сприйняття. Інші у формуванні стереотипу віддають перевагу значенню чуттєвого досвіду. Треті, погоджуючись з тим, що стереотипне мислення утворилося стихійно, підкреслюють, що стереотипи підтримуються свідомо, з допомогою спеціально й історично впроваджуваних у буденну свідомість апріорних суджень, які поступово пронизують усі сфери життя і, насамкінець, набирають сили етичного закону або правил співіснування, що мають історичне значення. Водночас майже всі дослідники зазначають, що переважна більшість функціонуючих стереотипів масової свідомості пояснюється гігантським впливом на індивіда засобів масової інформації, які формують ставлення людини до світу, типи її поведінки (на прикладі вчинків „героїв” преси, радіо, телебачення, Інтернету) і намагаються „прив'язати” ці принципи поведінки до визначених ЗМІ сфер життєдіяльності суспільства. Така маніпуляційна діяльність ЗМІ щодо індивідуальної і масової свідомості має чітко виражену пропагандистську природу [3, с.102-103].

Тому пропагандистська діяльність ЗМІ в будь-якому сучасному суспільстві будується на впровадженні у свідомість людей певних „цінностей” у формі системи спрощених стандартів поведінки, соціальних іміджів, політичних міфів та ілюзій. А правило спрощення в процесі стереотипізації як створення ілюзорних стандартів є одним з головних стрижнів пропаганди. З погляду Ж. Еллюля, всі людські стереотипи, забобони тощо певною мірою є продуктами пропаганди, в якій обов'язковими є спрощення. Вони необхідні насамперед тому, що чим більшою є аудиторія, тим більшою є потреба в спрощенні. Якщо, наприклад, стереотипізується досить складне явище, ідея, то розрив між цими спрощеними уявленнями і реальністю розширюється. Пропагандист тільки тоді буде

спроможний адекватно реалізувати поставлені перед ним завдання, коли врахує за допомогою існуючої інформації наявні стереотипи та нав'язані забобони. Тому він зобов'язаний знати аудиторію, набір її стереотипів, підґрунтя, на якому розгортається пропаганда тощо [4, с.212-213].

Спрощення дозволяє відобразити головну думку, яку необхідно нав'язати аудиторії, у формі короткого та енергійного твердження. Така форма спирається на беззастережну віру і потребує в аудиторії відмови від роздумів. Через це спрощення виявляється одним з головних правил упровадження потрібних стереотипів у свідомість індивіда. Під цим оглядом можна стверджувати, що спрощення вкорінюється у глибинах підсвідомості, там, де зароджуються мотиви дій людини.

Сучасні теоретики і практики пропаганди не тільки взяли на озброєння твердження В. Ліпмана про можливість психологічного впливу на людей за допомогою ілюзорних стереотипів, але й поглибили його тезою про необхідність такого впливу. Його думка про те, що „середня людина” мислить переважно ірраціонально була підтримана майже всіма теоретиками пропаганди. „Всі вони сходяться на тому, що пропаганда і, особливо, маніпуляція масовою свідомістю повинні бути звернені не до розуму людини, а до емоцій. Хоча теоретики пропаганди і не заперечують ролі людської свідомості та відзначають значення попереднього досвіду, але основним методом пропаганди вважають стереотипізацію – вироблення за допомогою інформації стереотипних уявлень” [5, с.106].

Сила стереотипів, на думку А. Тертичного, полягає в тому, що вони автоматизують мислення. Спрощуючи його, вони допомагають без будь-яких труднощів давати оцінку тим явищам, яких стосуються стереотипні судження [6, с.162].

Багато дослідників звертають увагу на зв'язок подібних спрощень у свідомості людей із впливом ЗМІ, які формують ставлення до світу. Брак часу, а також необхідність забезпечення оперативності та максимального впливу на аудиторію часто призводить до того, що журналісти віддають перевагу видовищним або сенсаційним подіям. Отримавши повідомлення про них, люди змушені трактувати їх з урахуванням звичних механізмів, наявних політичних рішень. Розіграна в ЗМІ вистава спричинює в індивідів не лише пасивне сприйняття прихованої системи ідеологічного панування, але й утвердження в свідомості людей під час побудови інформації дихотомії „законний – незаконний”. Такий підхід не сприяє виробленню в індивідів чітких позицій, і вони підсвідомо тягнуться до спрощеного пояснення складних проблем. З огляду на це А. Моль сформулював правило, на яке спираються усі сучасні ЗМІ: повідомлення завжди повинно мати рівень зрозумілості, відповідний коефіцієнту інтелектуальності приблизно на десять пунктів нижче середнього коефіцієнту того соціального устрою, на який розраховано повідомлення [7, с.249].

Отже, основним способом маніпулятивного впливу на широку громадськість є цілеспрямоване просування спрощених стереотипів і образів. Адже стереотипи – це спрощені уявлення про соціальне явище або певного суб'єкта, які мають яскраве емоційне забарвлення і безпосередньо не слідує із власного досвіду індивіда. Створення таких уявлень передбачає апелювання до емоційної сфери особистості, що є особливо ефективним у випадку великого скупчення людей. Останнє робить можливим використання механізму масового зараження, який значно посилює вплив на сферу емоцій [8, с.185].

До основних психологічних прийомів політичної маніпуляції свідомістю і поведінкою особистості також відносять такий прийом як перебільшення, спрямоване на гіпертрофування та спотворення окремого факту, фрази, тези, стану тощо.

Історико-культурний розвиток людства свідчить, що гіпертрофована воля до владарювання над ідеологічними переконаннями громадян була притаманна різним цивілізаціям. І якщо західна культура принаймні позиціонує неморальність подібного підходу до людини, то східна культура розробила систему створення маніпулятивних технологій-стратагем. Наприклад, в ідеології китайського мистецтва жити й виживати

побуває думка про позачіннісність стратагем. Вважається, що стратагеми – це лише засоби, які не повинні оцінюватися з погляду моралі. „Не стратагема як така, а лише конкретна мета, якій вона слугує, підлягає моральній оцінці” [9, с.18].

Всупереч такому погляду західна культура не виробила одностайної думки щодо панування однієї людини над іншою шляхом застосування гіпертрофованих маніпулятивних практик. Крім того, підхід до людини в західній культурі змінювався залежно від культурно-історичної настанови певного періоду суспільного розвитку. До того ж погляди різних мислителів переважно розрізнялися щодо маніпулювання свідомістю і поведінкою особистості. Зокрема, у Платона поєднуються ідеальна держава й примус як засіб втілення її керівних функцій. Правителям надається виняткове право обману громадян, котрі, навпаки, мають бути позбавлені такого права. А ось у добу Середньовіччя обман за християнським вченням вважався великим гріхом, моральним злом. Але вже в епоху Відродження моральні засади життя суспільства дещо переглядаються, оскільки наділена розумом людина проголошувалася найбільш досконалим божественним творінням. Проте з усталенням раціоналістичних цінностей в добу Просвітництва було не тільки проголошено необмежене панування людини над природою, але й раціоналізовано взаємини між людьми. „Настанова панування над природою, на переконання численних філософів, містить негативні тенденції, які значно вийшли за межі міжособистісних стосунків й стали загрозою для самої сутності людини (М. Гайдеггер), що позначилося на поширенні явища відчуження. Принцип раціоналізації полягає у нічим не обмеженому пануванні над природою і співпадає з принципом волі до влади. Наслідком настанови панувати над природою та ставлення до людини як до об’єкта стало небезпекою для її буття і призвело до створення маніпулятивних технологій, найповніше втілених у практиці тоталітарних систем”. [10, с.95].

Гіпертрофованому здійсненню маніпуляцій цінностями і контролю над свідомістю та поведінкою людей сприяє мова, використання якої передбачає свободу в певному застосуванні й інтерпретації, самостійність, незалежність у використанні для утвердження переконань. Маніпулювання мовними засобами дає можливість моделювати смислові акценти та відтінки у висловлюваннях, програмувати семантичний аспект комплексу суджень про світ загалом. Наприклад, Г. Гадамер свідомі операції з мовними засобами правомірно пов’язував із винаходами технічної цивілізації та налагодженим механізмом політичного маніпулювання. У масовій комунікації маніпулятивний аспект конструювання мови є провідним. Тому політика як боротьба за досягнення й утвердження влади породжує у сфері мови таке специфічне явище, як мова політики, в якій насамперед використовуються абстракції. Високий рівень абстрактності мови політики зумовлений властивостями самої політики. Ключові поняття політики мають визначати ідеї та оцінки, цілі й інтереси, віддалені від безпосереднього досвіду громадян. Уживання мови з політичною метою перетворює останню на одну з детермінант політики [11,с.60].

Мова політики – це особлива знакова система, специфічною смисловою одиницею якої виявляється поняття. „Навіть тоді, коли слово прийшло до мови політики з повсякденної мови, воно набуває рангу поняття, але втрачає цю властивість, тільки-но випадає з політичного контексту. Поняття, на думку автора, – це не тільки символи як звичайні слова, що їх вживають як імена або знаки для визначення предметів і явищ. Поняття – конденсовані символи, які слугують для визначення взаємозв’язків і визначаються ними. Тільки у взаємозв’язках один з одним поняття набувають своїх значень. Пропаганда пов’язана з політикою, щодо якої відіграє підпорядковану роль, є інструментом для проведення того чи іншого політичного курсу. У мові політичної пропаганди можна виокремити три типи символів: класифікуючий тип (визначення державних форм: „монархія”, „республіка”); описовий тип (такі поняття описують феномен без його оцінювання, наприклад, „демократія”, „фашизм”); ідеальний тип

(поняття цього типу особливо чітко відображають особливості мови політики, вони є „мислячими конструктами”, побудованими на базі одностороннього перебільшення одного чи декількох з можливих поглядів шляхом об’єднання множини дифузних і дискретних явищ (наприклад, „справедливість”, „солідарність”)” [12, с.230].

Сьогодні „постачальниками” колективного знання, посередниками в його поширенні є ЗМІ. Тому останнім часом все більше посилюється увага науковців до проблеми інформаційного насильства, впливу засобів масової інформації на особистість, маніпуляції свідомістю людей за допомогою інформації. Цінність інформації залежить від можливостей її впливу на стан, поведінку соціальної системи, на перспективи вирішення системою наявних завдань. Реалізація правила перебільшення під час поширення інформації призводить не тільки до її неадекватної гіпертрофії, але й спотворення. Під цим оглядом одиничне часто видається за загальне, явище – за сутність, привід – за причину, можливе – за дійсне, випадкове – за необхідне. Маніпулювання не тільки спонукає людину, що перебуває під таким впливом, робити те, чого бажають інші. Воно змушує її прагнути це робити.

Однією з основних умов успішного маніпулювання є той факт, що у сучасної людини здебільшого немає ні часу, ні бажання перевіряти правдивість повідомлень, які надходять через канали засобів масової комунікації. В цій ситуації змінюється традиційне уявлення про знакові системи. За допомогою медіа формується не тільки світогляд, а й дії індивідів. Акцентування уваги на матеріалі у програмах, у яких висвітлюються новини, сприяє, наприклад, тому, що засоби масової комунікації не просто повідомляють нам про те, що відбувається. Вони навіть визначають хід наступних подій. Це ненавмисний вплив, оскільки засоби масової інформації зовсім не намагаються стимулювати насильство, але їх всемогутність важко переоцінити. [13, с.86-87].

З огляду на приховану природу маніпуляції дослідники звертають увагу на міру спотворення дійсності під час її вчинення – від прямої брехні до приховування інформації, яка в найбільш повній формі проявляється в замовчуванні або приховуванні певних тем. Навколишній світ також спотворюється за допомогою необ’єктивного розставлення акцентів в описі або оцінці ситуації, ревізування інформації тощо. Як зауважує Є. Доценко, „спотворення інформації варіює від відвертої брехні до часткових деформацій, таких, наприклад, як підтасовування фактів або зсув по семантичному полю поняття, коли, скажімо, боротьба за права якої-небудь меншості подається як боротьба проти інтересів більшості” [14, с.109]. Поряд з оперуванням інформаційним потоком в межах комунікації, маніпулювання інформацією передбачає спотворення змісту інформаційного повідомлення та усього контексту комунікації. Ця складова передбачає врахування різних соціокультурних ознак середовища, в якому відбувається вплив. Також необхідно зважати на соціальні, демографічні, ментальні, національні особливості людини. Для визначення соціальної цінності політичної комунікації часто виокремлюється такий її критерій як влада, яку вона має над свідомістю індивіда.

Висновки. Таким чином, слід зазначити, що маніпулювання свідомістю та поведінкою людей, соціальних верств, політичних суб’єктів тощо тією чи іншою мірою властиве усім політичним режимам. Разом з тим, високий рівень демократичної політичної культури громадян, свобода слова, політичний плюралізм, інформаційна конкурентність та політична незалежність ЗМІ разом іншими властивостями реальної демократії спроможні максимально зневілювати негативні наслідки подібних маніпуляцій.

Література

1. Застольська В.В. Маніпуляція як засіб формування цінніснонормативних уявлень в сучасних демократичних суспільствах // Філософські проблеми гуманітарних наук. Альманах. – 2010. – № 17. – С.195-199.

2. Леонтьева Л.С. Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів / Л.С.Леонтьева ; Львівський національний університет ім. Івана Франка. – К., 2004. – 298 с.
3. Рябоконт О. Стереотип як механізм сприймання інформації і стереотипізація як метод впливу змі на масову свідомість // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. Вип. 26 / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2010. – 308 с. – С.100-109.
4. Эллюль Ж. Политическая иллюзия / Ж. Эллюль. – М.:NOTABENEMediaTradeCo., 2003. – 432 с.
5. Рябоконт О. Стереотип як механізм сприймання інформації і стереотипізація як метод впливу ЗМІ на масову свідомість // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. Вип. 26 / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2010. – 308 с. – С.100-109.
6. Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. Учеб. пособие для вузов. –М.: Аспект Пресс, 2002. – 384 с.
7. Моль А. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 416 с.
8. Политическая реклама / Науч. Ред. А.А.Бирюков. М.: Никколо-медиа, 2002. – 240 с.
9. Зенгер Х. фон. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. – М.: Изд.-во Эксмо, 2004. – Т.2. – 1024 с.
10. Лозниця С. Маніпулятивні практики: історія та сучасність // Методологія політичної науки: матеріали Всеукраїнської наукової конференції. Перші методологічні читання /Укл. Денисенко В.М., Угрин Л.Я. – Львів: ЛНУ 2010.– С.94-95.
11. Молодиченко В. Маніпуляція цінностями та засоби забезпечення молоді від руйнації ідеологічних впливів / В. Молодиченко // Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації, 2011. – № 2. – С.57-62.
12. Молодиченко В.В. Технології маніпулювання свідомістю та засоби безпеки особистості / В.В. Молодиченко // Гілея: науковий вісник, 2009. Вип. 28. – С.227-235.
13. Дмитровський О. Маніпуляційний вплив ЗМІ як загроза національній безпеці держави // Теле- та радіожурналістика, 2011. – Вип. 10. – С.85-88.
14. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – СПб.:Изд-во: Речь, 2003. – 304 с.
15. Кузина Р.З. Сравнительная социально-психологическая характеристика представителей „бедные” и „богатые” как социальных групп в условиях трансформации общества: Автореф. ... канд. психол. наук. – Ярославль, 2007. – 26 с.

В. Н.Чернобровкин, А.Н.Литвинчук (г. Луганск)

ПСИХОДИАГНОСТИКА СКЛОННОСТИ К МАНИПУЛЯЦИИ

Постановка проблемы. Теоретическая основа «Опросника склонности к манипуляции». Само слово «манипуляция» латинского происхождения (от слова *manipulus*), имеет два значения: а) пригоршня, горсть, маленькая группа, кучка, горсточка; б) небольшой отряд воинов (около 120 человек) в римском войске [1].

В настоящее время термин «манипуляция» используется как в прямом, так и в переносном значении. В прямом значении он обозначает сложные виды действий, выполняемые руками: управление рычагами, выполнение медицинских процедур,