

интервью с экспертами в области дошкольного образования. Обновленных программ и методик обучения, обновление материально-технической базы дошкольных учреждений, повышение квалификации педагогического персонала и внедрение инновационных подходов к обучению детей.

Список использованной литературы:

1. Дошкольное воспитание в Туркменистане: достижения и проблемы / Ш. Ахмедов, Н. Тажиев, Д. Резанов // Образование в Евразии. – 2018. - №1. – С. 87-94.
2. Актуальные вопросы дошкольного образования в Туркменистане / Е. Каракова // Вестник Туркменистана. – 2020. - №4. – С. 22-28.
3. Тенденции развития дошкольной системы образования в мире и опыт Туркменистана / А. Абдурасулова // Инновационные технологии в образовании. – 2019. - №3. – С. 13-18.

©Шапыева О., Айназаров Ю., Аннаева Н., Какагельдиева М., 2024.

УДК 681

Шовгеня Маргарита Михайловна

Барановичский государственный университет
г. Барановичи, Республика Беларусь

СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация

В статье рассматривается информационное воздействие как средство манипулирования сознанием. Рассмотрена сущность информационного воздействия в работах В.П. Шейнова, Т.С. Кабаченко и Г.А. Ковалева. Выделена ключевая характеристика информационного воздействия: многоуровневость. В статье рассматриваются методы информационного воздействия предложенные В.П. Шейнова, Т.С. Кабаченко.

Ключевые слова

Информационное воздействие, влияние, власть, воздействие, манипулирование.

Shovgenya Margarita Mikhailovna

Baranovichi State University
Baranovichi, Republic of Belarus

ESSENCE AND CHARACTERISTICS OF INFORMATION IMPACT

Annotation

The article examines information influence as a means of manipulating consciousness. The essence of information impact in the works of V.P. is considered. Sheinova, T.S. Kabachenko and G.A. Kovaleva. The key characteristic of information impact is highlighted: multi-level. The article discusses the methods of information influence proposed by V.P. Sheinova, T.S. Kabachenko.

Key word

Information impact, influence, power, impact, manipulation.

Информационное воздействие – это сложный и многогранный процесс передачи информации, который ориентирован на активное воздействие на восприятие и понимание получателей. Это осуществляется с использованием различных каналов общения, таких как средства массовой информации, социальные сети и Интернет-ресурсы. Это явление широко применяется для изменения общественных мнений, стереотипов мышления, мобилизации масс или дезинформации.

Информационное воздействие является основным средством манипулирования сознанием и психологического воздействия на людей. Информационное воздействие основано на передаче и получении информации с целью повлиять на мысли, эмоции, поведение и мнения людей. В представленной статье мы рассматриваем сущность информационного воздействия, исходя из работ В.П. Шейнова, Т.С. Кабаченко и Г.А. Ковалева. Информационное воздействие отличается от простой темы общения, поскольку его целью является изменение сознания и поведения другого человека, а не только передача информации. Это может произойти как сознание, так и неосознанно, используя различные методы и технику. Обладая функцией воздействия на мысли и эмоции, информационное воздействие становится все более сильным в руках тех, кто контролирует, манипулирует или изменяет сознание людей.

Одним из ключевых моментов информационного воздействия является его многоуровневость. Оно может быть направлено на различные аспекты сознания и поведения, такие как убеждения, ценности, стереотипы, привычки и т.д. При этом информационное воздействие может осуществляться не только на индивидуальном уровне, но и на групповом или массовом уровне.

В своих исследованиях Шейнов сопоставляет понятия «влияние» и «власть». Власть в его понимании опирается на сложившуюся систему отношений, установок, потребностей, стереотипов, статусов и т. д., а влияние проявляется через их изменение. В последнем определении влияние рассматривается Шейновым как результат психологического воздействия [3]. Шейнов ставит вопрос о соотношении понятий «влияние» и «воздействие» и предлагает следующие определения:

Воздействие — это достижение изменений в объекте действия при его взаимодействии с субъектом. Воздействие (в психологии) — это целенаправленный перенос информации, движения или других агентов от одного участника взаимодействия к другому. Успешное информационное воздействие требует определенных навыков и знаний. В.П. Шейнов в своей работе «Манипулирование сознанием» рассматривает различные техники и методы, используемые для манипулирования сознанием людей. Он говорит о понятии «манипуляции сознанием», которое описывает использование информационного воздействия для достижения конкретных целей. Среди основных методов информационного воздействия Шейнов предложил следующие:

1. Подмена разумного мышления эмоциональными аргументами. В этом случае информационное воздействие направлено на активацию эмоционального потока и подавление разумного мышления, чтобы создать благоприятную почву для принятия определенных решений или поведения [3].

2. Искусство создания стереотипов и предубеждений. Информационное воздействие может быть направлено на создание определенных стереотипов и предубеждений, которые влияют на восприятие и наблюдение окружающего мира, а также на поведение и решения людей [3].

3. Использование обратной связи и подкрепления. Информационное воздействие может быть усилено с использованием обратной связи и подкрепления. Положительные эмоциональные состояния и похвала за желаемое поведение могут стимулировать его повторение [3].

Методы психологического воздействия, предложенные Т. Кабаченко в своей работе «Методы психологического воздействия» включают еще больше аспектов в изучение сущности информационного воздействия. Отличительной особенностью методов психологического

воздействия является их направленность на понимание и учет психологических показателей целевых аудиторий. В монографии Т.С. Кабаченко «Методы психологического воздействия» дается такое толкование психологического воздействия: «Воздействие психологическое, когда оно имеет внешнее по отношению к адресату (реципиенту) происхождение и, будучи отраженным им, приводит к изменению психологических регуляторов конкретной активности человека. При этом речь может идти как о внешне ориентированной, так и внутренне ориентированной активности. Результатом этого может быть изменение степени выраженности, направленности, значимости для субъекта различных проявлений активности. Психологическое воздействие может рассматриваться и как процесс, приводящий к изменению психологического базиса конкретной активности, и как результат (собственно изменения)»[1].

Так, Г.А. Ковалев в своей работе «Психологическое воздействие: теория, методология, практика» также подробно исследует психологические аспекты информационного воздействия. В своей докторской диссертации «Психологическое воздействие: теория, методология, практика» объединяет понятия «психологическое воздействие» и «влияние». Под психологическим воздействием (влиянием) он понимает «процесс, осуществляющий регуляцию (саморегуляцию) активности взаимодействующих сторон, результатом которого является поддержание их функционального состояния или изменения состояния хотя бы в одной из них». Он предлагает создать «психологические воздействия», которые учитывают все аспекты психологии, которые можно использовать для эффективного информационного воздействия [2].

Таким образом, информационное воздействие оказывает наибольшее влияние на сознание и поведение людей. Оно основано на передаче и получении информации, с целью изменить убеждения, ценности, стереотипы, привычки и другие аспекты сознания человека. Работы В.П. Шейнова, Т.С. Кабаченко и Г.А. Ковалева вносят ценный вклад в изучение особенностей информационных воздействий и позволяет лучше понять его методы и эффекты.

Информационное воздействие играет решающую роль в современном мире, где информация стала одним из самых важных ресурсов. Целью такого воздействия является не только передача информации, но и ее активное воздействие на аудиторию. Будь то политические кампании или рекламные компании, информационное воздействие потенциально влияет на общественное мнение и эмоциональное состояние людей. Например, его можно использовать для формирования определенных принципов или стереотипов, касающихся решений людей или взглядов на мобилизацию и солидарность в создании группы управления.

В современную эпоху, когда доступ к информации стал простым и всеобщим, информационное воздействие стало регистрируемой частью массовой коммуникации. Отношение к нему может быть двояким: с одной стороны оно может способствовать распространению правдивой и полезной информации; с другой стороны его можно использовать для дезинформации и манипуляций. Важно понимать, что информационное влияние имеет глубокий контекст и может оказать влияние на общество и отдельных лиц. Важно отметить, что информационное воздействие, то есть процесс передачи информации с направленными намерениями, имеет возможность использоваться как с переменными, так и с отрицательными последствиями.

Характеристики информационного воздействия, которые определяют его направление и методы использования, охватывают широкий спектр возможностей. Они могут включать в себя такие аспекты, как манипулирование информацией для достижения определенных целей, акцент на пропагандистских идеях или взглядах, использование рекламы для привлечения потребителей, лоббирование в развитии поведения группы людей или даже проведение образовательных методов для повышения осведомленности и знаний. Каждый из этих методов информационного воздействия

обладает своими особенностями и ограничениями и может использоваться с разными уровнями эффективности и в зависимости от контекста и ситуации.

Информационное воздействие играет решающую роль в нашей современной общественной жизни и становится все более значимым с обеспечением доступности и распространения информации посредством средств массовой коммуникации и Интернета.

Исследование выполнено при финансовой поддержке в рамках реализации проекта БРФФИ "Развитие психологической устойчивости личности юношеского возраста к информационному давлению в ситуациях неопределенности (на примере виртуальной и реальной коммуникации)" (БРФФИ: №Г22М-088).

Список использованной литературы:

1. Кабаченко, Т.С. Методы психологического воздействия: учебное пособие. - Москва: Педагогическое общество России, 2000
2. Ковалев, Г.А. Психологическое воздействие: теория, методология, практика: автореферат дис. ... докт. психол. наук. - Москва, 1991.
3. Шейнов, В.П. Манипулирование сознанием. - Минск: Харвест, 2010.

© Шовгеня М.М., 2024