Слухи как средство информационно-психологических войн

Шарапова Сабохат Джаббаровна,
старший преподаватель по психологии
кафедры начального образования и спортивно-воспитательных работ
Гулистанского государственного университета, Узбекистан

Методы и техники психологического воздействия на противника, для запугивания, расшатывания его взглядов, дестабилизации общественного порядка имеют многовековую историю. А.Македонский, Дарий, Чингисхан и А.Тимур использовали в этих целях специально подготовленных людей (дервишей, монахов, купцов и нищих) которые, проникая в стан противника, собирали информацию и распускали устрашающие слухи о непобедимости и жестокости нападающих.

Все эти методы по воздействию на психику населения модернизировались с ростом новых экономических отношений и уже, в начале XX века приобрели более масштабный характер. Технический и информационный прогресс, радио, телевидение, СМИ расширяли пространственное влияние психологического воздействия на сознание людей. Термин «психологическая война» возник в середине XX века, многие считают, что его ввел в обиход американский разведчик по спец операциям П.Лайнбарджер, который 1948 году написал книгу под названиям «Психологическая война». Эта книга до сих пор считается учебником по проведению психологических операций.

В основу И.П.В. легли теории и исследования о роли сознательного и подсознательного в поведении человека разработанные З.Фрейдом, а также элементы и методы современного гипноза М. Эриксона, в последствии ставшие новым направлением в практической психологии как НЛП. Лозунг фрейдистов «сознание размышляет, а бессознательное управляет человеком» был подхвачен специалистами И.П.В. и на его базе создан «принцип вируса». Этот принцип позволяет вводить в подсознание человека любую информацию минуя цензуру сознания, вследствие чего она, укоренившись в подсознание человека, незаметно стирает прежние представления и ценности, становясь доминирующей и программирующей его общественного сознания.

Этот «информационно-психологический вирус» также как вирус гриппа, начинает изнутри съедать и ослаблять защитные механизмы психики, делая его более внушаемым и управляемым. За последние десятилетия специалистами разработано много методик и техник, позволяющих программировать и перепрограммировать поведение человека через СМИ. Формирование общественного мнения через неформальные источники, к которым относится слухи, сплетни, анекдоты, притчи и частушки тоже входят в арсенал организаторов спецоперации.

В психологическом словаре-справочнике слово «слух» трактуется как:

«**Слухи** — не подтвержденные и не проверенные сведения или известия, передающиеся от одних людей к другим. Слухи выражение довольства, разочарования, страха, беспокойства, самовыставления и потребности блеснуть осведомленностью»

В большинстве случаев человек становится источником и соучастником распространения слухов, в силу своих прирожденных потребностей и психокомплеков, таких как страх, любопытство, превосходство, жадность.

Сплетни и слухи в организациях и коллективах, можно квалифицировать, как малые информационно-психологические операции, между сотрудниками и работниками, между руководителями и служащими. Они имеют те же механизмы возникновения, распространения

и воздействия что и масштабные И.П.В. Все виды слухов и сплетен, делится на:

— абсолютно недостоверные — то есть построенные на методах лжи;

— правдоподобные — то есть близкие и правдоподобно;

— достоверные — то есть имеющие элементы вероятности ;

Слухи классифицируются по пространственному и экспрессивному основанию.

По пространственному основанию их можно разделить на локальные (местные), региональные, национальные и межнациональные. В связи с развитием технических средств коммуникации, телевидение и радио слухи приобретают все большие размахи, объединяя континенты. Выявлена закономерность, что самая нелепый слух, вызывает интерес у аудитории и распространяется с большой скоростью, охватывая большие регионы.

По экспрессивному основанию или по эмоциональной реакции людей слухи их делятся на *«слух-желание», «слух-пугало» и «агрессивный слух».*

Знания причин и условий возникновений, анализ видов и достоверности слухов дает возможность принять меры противодействия им, и осуществить профилактические мероприятия по их затуханию и сглаживанию.

Целесообразно при работе с источником слуха придерживаться следующей тактики:

1. Задавайте, побольше уточняющих вопросов и лаконичных несогласий.

2. Конкретизируйте у источника откуда он взял информацию следующими фразами: «А, откуда Вы узнали об этом ?» , «Кто Вам сообщил или где Вы прочли об этом ?», «В какой газете, и за какое число Вы прочли об этом?».

3. В то же время, дайте возможность источнику слуха убедить Вас в достоверности слуха.

«Вы уверены и на сколько уверены в том, о чем вы говорите? », «На чем основана Ваша уверенность в том, что это правда?». «На сколько, Вы доверяете источнику информации?».

В заключении следует отметить что, «принцип вируса» лежащий в основе слухов, разжигая противоречия в коллективе и обществе, дискредитируя кого-то, в то же самое время изнутри разрушает нравственно-этические нормы и понятия самого распространителя, делая его духовно ущербным и морально не устойчивым.

Литература:

1. Гозиев Э. Психология познания.- Т., Укитувчи, 1990
2. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. Образ жизни в Соединённых Штатах сегодня.- М., 1992
3. Зуфарова М.Э. Общая психология.- Т., 2008