

Присяжнюк Микола Миколайович

*Кандидат технічних наук, старший науковий співробітник
Навчально-науковий інститут інформаційної безпеки
Національної академії Служби Безпеки України*

Присяжнюк Николай Николаевич

*Кандидат технических наук, старший научный сотрудник
Учебно-научный институт информационной безопасности
Национальной академии Службы безопасности Украины*

Prysiazhniuk M.

*Candidate of Technical Sciences, Senior Research Fellow
Educational and Scientific Institute of Information Security
National Academy of Security Service of Ukraine*

Коваленко Богдан Дмитрович

*Студент 2-го курсу магістратури навчальної групи У-151М
Навчально-науковий інститут інформаційної безпеки
Національної академії Служби Безпеки України*

Коваленко Богдан Дмитриевич

*Студент 2-го курса магистратуры учебной группы У-151М
Учебно-научный институт информационной безопасности
Национальной академии Службы безопасности Украины*

Kovalenko B.

*Student 2-year student of Master Study Group U-151M
Educational and Scientific Institute of Information Security
National Academy of Security Service of Ukraine*

НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ СУГЕСТІЇ В ІНТЕРНЕТІ

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СУГГЕСТИИ В ИНТЕРНЕТЕ

NEW TECHNOLOGIES SUGGESTION IN THE INTERNET

Анотація. У статті розкриваються нові технології сугестії в Інтернеті, також розкриваються особливості сугестії в мережі Інтернет, до яких було віднесено: цілеспрямованість і плановість застосування; конкретність визначення об'єкта навіювання; некритичне сприйняття інформації об'єктом; визначеність, конкретність поведінки, що ініціюється. Розглядаються лінгвосугестивні технології, що сприяють здійсненню маніпулювання в мережі Інтернет. Досліджується ключові етапи сугестивного маніпулятивного впливу на свідомість людини в Інтернеті. Розкриваються причини ефективності сугестивних технологій в мережі Інтернет та найбільш впливові техніки сугестії.

Ключові слова: Інтернет; сугестія; інформаційний простір; сугестивна лінгвістика; маніпулювання свідомістю.

Аннотация. В статье раскрываются функции Интернета как среды для осуществления манипулирования сознанием, также раскрываются особенности суггестии в сети Интернет, к которым были отнесены: целенаправленность и плановость применения; конкретность определения объекта внушения; некритическое восприятие информации объектом; определенность, конкретность поведения, что инициируется. Рассматриваются лингвосуггестивные технологии, способствующие осуществлению манипуляции в сети Интернет. Исследуется ключевые этапы суггестивного манипулятивного воздействия на сознание человека в Интернете. Вскрываются причины эффективности суггестивных технологий в сети Интернет и наиболее влиятельные техники суггестии.

Ключевые слова: Интернет; суггестия; информационное пространство; суггестивная лингвистика; манипулирование сознанием.

Summary. The article deals with new technologies suggestion in the Internet, also the peculiarities of suggestion on the Internet, to which was referred: focus and planning applications; a concrete definition of the object of suggestion; the uncritical perception of the information object; a certain, specific behavior that is initiated. Discusses lingual-suggestive technologies that contribute to the implementation of manipulation in the Internet. Explores the key stages suggestive of a manipulative impact on a person's consciousness to the Internet. Reveal the reasons for the effectiveness suggestion technologies in the Internet and most influential techniques of suggestion.

Keywords: Internet; suggestion; information space; suggestive linguistics; manipulation.

Постановка наукової проблеми. Разом з розвитком інформаційного суспільства та сучасними досягненнями в галузі інформаційних технологій розвивається мережа Інтернет. Однак, Інтернет-середовище часто використовується для здійснення всякого роду маніпулювань і сугестивних впливів на людину і різні співтовариства. Зважаючи на інтенсивний розвиток інформаційних технологій і те, що сугестія є основним способом маніпулювання, виникає необхідність поглибленого дослідження цього феномену. Активна динаміка розвитку інформаційного суспільства та вживання маніпулятивних сугестивних технологій в Інтернеті обумовлюють актуальність дослідження.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженням Інтернету як середовища сугестивного маніпулятивного впливу займалася значна кількість вітчизняних і зарубіжних вчених. Проблеми впливу засобів сугестії на свідомість і підсвідомість окремими аспектами розглянуті в роботах таких науковців як Н. В. Слухай, Л. Ф. Компанцева, Є. Л. Доценко, Д. Рашкофф та ін. Проте, технології сугестивного маніпулятивного впливу в Інтернеті ще не стали предметом конкретних наукових досліджень.

Метою статті є розкриття суті технологій сугестивного маніпулятивного впливу в глобальній мережі Інтернет.

Для досягнення мети в статті вирішуються такі завдання:

- 1) розкриття суті сугестії в Інтернеті в аспекті соціальних комунікацій;
- 2) дослідження сугестивних технологій маніпулятивного впливу в глобальній інформаційно-комунікаційній мережі.

Об'єктом дослідження є глобальний інформаційний простір з позицій соціальних комунікацій.

Предмет дослідження — сугестивні технології маніпулятивного впливу в Інтернеті.

Викладення основного матеріалу дослідження. Завдяки Інтернету людство дістало можливість налагодити ефективні комунікаційні зв'язки. Саме Інтернет забезпечує доступ до будь-яких інформаційних продуктів і баз даних в реальному часі, в довільній точці планети і цілодобово. Проте Інтернет став і ареною для здійснення маніпулятивного впливу.

Є. Доценко дав таке визначення: «Маніпулювання — це різновид психологічного впливу, майстерне використання якого сприяє прихованому пробудженню в іншій людині намірів, що не збігаються з актуально існуючими бажаннями» [1, с. 58].

До прикладу, маніпулювання використовують для зміни поглядів чи експлуатації особистості (матеріальної, моральної, сексуальної тощо).

С. Кара-Мурза виокремлює три, на його думку, головні ознаки маніпулювання: 1) це вид духовного, психологічного впливу (а не фізичне насильство чи загроза насильства); 2) це прихований вплив, факт якого не має бути помічений об'єктом маніпулювання; 3) це вплив, що вимагає значної майстерності та знання [2, с. 16–17].

Крім зазначених пунктів, Є. Доценко додає до цієї схеми ще низку ознак, зокрема 1) відношення маніпулятора до іншого як засобу досягнення власних цілей; 2) прагнення отримати односторонню вигоду; 3) використання (психологічної) сили, гри на слабостях; 4) мотиваційне привнесення, спонукання.

Сугестивний вплив в мережі Інтернет припускає виділення двох сторін у структурі цього процесу. Одна сторона визначається як джерело впливу, суб'єкт впливу або сугестор. Друга сторона, на яку спрямований вплив, виступає об'єктом впливу або сугестантом. Об'єктом сугестії може бути як окрема людина, так і групи, колективи, соціальні спільноти (феномен масової сугестії).

Сутність навіювання (сугестії) — вплив на почуття людини, а через них — на волю і розум. Сила впливу залежить від наочності, доступності, логічності інформації, авторитету сугестора. Ефект підсилюється, коли навіюваний зміст відповідає потребам та інтересам людини.

Ю. Шерковін вважає, що навіювання — основний спосіб організації громадської думки та маніпулювання свідомістю, пряме вторгнення в психічне життя людей. При цьому інформаційний вплив організовується так, щоб думка, уявлення, образ безпосередньо входили у сферу свідомості та закріплювалися в ній як дані, безперечні й уже доведені. Це стає можливим під час підміни активного ставлення психіки до предмета комунікації, навмисно створеної пасивністю сприйняття, що так властиво релігійним виданням,

через розсіювання уваги великою кількістю інформації, активну форму її подання, штучне перебільшення престижу джерел [3, с. 115].

Л. Компанцева зазначає, що аналіз мережевих ресурсів дозволив визначити найбільш впливові нові техніки сугестії, до яких було віднесено:

- конкретність та образність ключових слів у дискурсах офіційних і неофіційних Інтернет-ресурсів і посиленнях пошукових систем;
- емоційне перенасичення тексту — велика кількість яскравих прикметників, порівнянь, метафор й інших образних засобів, що підміняють фактичний матеріал;
- використання риторичних запитань, котрі підштовхують читача до потрібних відповідей: «Невже Ви зможете промовчати?»;
- приховування джерел інформації, використання невизначених конструкцій типу «як говорять деякі експерти», «за даними останніх опитувань й ін.»;
- використання наказових конструкцій, що особливо дієво для посттоталітарного співтовариства: «Не дозволяйте себе обманувати!»;
- звернення до базових для того або іншого співтовариства концептів і наповнення їх новим змістом: «Отримайте інформацію про останні новини в галузі ІТ-технологій!»;
- використання мовних конструкцій єдності, довіри: «Не кожний відвідувач може стати членом нашої блоггової спільноти!»;
- експлуатація ідеї «кола своїх», навмисне включення до нього відвідувачів мережевого ресурсу;
- використання евфемізмів, що актуалізує роботу підсвідомості споживача інформації й формує необхідний маніпулятору образ;
- активне звертання до антропоцентричних словотвірних моделей: уведення в текст новотворів, що називають осіб (френди, блогери тощо);
- активізація оказіональних конструкцій, звернення до основ лінгвопластики, що передбачає ставлення до слова як до фізичного тіла, яке може стискатися, розширюватися, розчленовуватися й зливатися з іншими словами; і як до біологічної особи, живої й життєздатної, мінливої, спроможної саморозвиватися. Цей прийом особливо часто використовують на гумористичних й опозиційно налаштованих інтернетних ресурсах;
- міміка, жестикуляція замінені в Інтернет-комунікації певним чином дібраними фотографіями, малюнками, смайлами тощо. Якщо візуальний ряд підкріплює зміст переданої інформації, це також сприяє підвищенню сили навіювання: немовні компоненти спілкування менше піддаються осмисленому контролю» [4, с. 14].

Різним індивідам властиві різний рівень навіюваності, сприйнятливості до навіювання, суб'єктивної готовності сприйняти навіювання і підкоритись йому. Навіюваність залежить від багатьох чинників. Значно підвищують навіюваність такі особистісні властивості, як невпевненість у собі, несміливість, низька самооцінка, вразливість, слабкість логічного аналізу.

Небезпека сугестивного маніпулятивного впливу на свідомість людини в Інтернеті полягає в тому, що може зумовити два види взаємозалежних змін: зміни психіки, психічного здоров'я людини; зміни в цінностях, життєвих позиціях, орієнтирах, світогляді особистості. Як правило такі зміни спричиняють антисоціальні вчинки й становлять небезпеку для усього суспільства.

Загалом існує кілька сугестивних підходів у здійсненні психологічного впливу з метою маніпулювання свідомістю людей:

1. Психоаналітично орієнтовний підхід, що використовує «підсвідомість» із метою маніпулювання свідомістю.

2. Гіпнотичний підхід використовує трансний стан.

3. Підхід за допомогою еріксонівського гіпнозу передбачає застосування мовних стратегій для нейтралізації здатності до опору навіюванню.

4. Підхід нейролінгвістичного програмування [5, с. 44–47].

У технології нейролінгвістичного програмування (НЛП) широко застосовується найвище досягнення комп'ютерних технологій на сьогодні — віртуальна реальність. Це якісно новий крок у технології сугестії. Процес навіювання з використанням НЛП передбачає декілька етапів:

1. Блокування критичного сприйняття людини для безперешкодного сприймання нею того, що хоче нав'язати сугестор.

Отже, наприклад, в Інтернеті вже є початкова група людей зі схожими переконаннями і спільними інтересами. Тому першим кроком для створення умов для маніпулювання є завоювання авторитету в певній цільовій аудиторії, а ще краще — і в максимальній кількості «нецільовиків».

Для досягнення цієї мети зацікавленою особою (групою) найчастіше використовується прийом «розриву шаблону» або «емоційна дестабілізація». Полягає він у тому, що людині підноситься певна неочікувана, але підтверджена безперечними фактами інформація, яка повністю ламає її звичне повсякденне мислення. Сприйняття такої інформації буквально перевертає з ніг на голову реальність багатьох читачів, а початкове повідомлення (серія повідомлень) автора поста миттєво розлітається новинними стрічками.

З цієї миті автор-маніпулятор стає майже героєм, а критичне сприйняття всіх його подальших повідомлень читачами поступово знижується внаслідок завоюваного авторитету.

2. Навіювання необхідних маніпулятору думок — «промивання мізків».

Оскільки підсвідомість цільового читача виявляється відкритою для маніпулятивного впливу, йому вже зовсім не обов'язково підбирати достовірні факти і демонструвати безліч документів. На цьому етапі все ще помітними є якість, адекватність дійсності і фактологічна підтвердженість запропонованої маніпулятором інформації, хоча й не в такій кількості, як раніше. Це робиться насамперед для запобігання швидкому відтоку адекватних читачів. Проте дедалі частіше зустрічається неперевірена і недостовірні інформація. Крім того, серед різних читачів такого «авторитетного джерела» розпочинається чіткий розподіл за схемою «свій-чужий», а з часом відбувається і поступовий процес «відгороджування» лідера і «найближчого оточення» від навколишнього світу. Спроби об'єктивної критики сумнівних повідомлень починають зустрічатися відсіч з боку новоявлених adeptів віртуальної «секти».

3. Вторинне навіювання — коли сам сугестант починає ретранслювати навіювання оточуючим.

Підвищена і сконцентрована увага до певних подій і явищ у блогах лідера і його оточення досягає критичного значення, що призводить до того, що розрив шаблону у випадкових читачів їхніх ресурсів починає відбуватися вже не під дією якоїсь шокуючої, але адекватної інформації, а через усвідомлення ними того факту, що «всі навколо вже в темі, а я один не знаю, що насправді відбувається», тобто під дією масованого тиску так званих «мережових хом'ячків» [6, с. 549–551].

Розглянувши підхід НЛП та його ключові етапи варто зазначити, що при здійсненні маніпулювання в мережі Інтернет суб'єкт маніпулювання прагне, щоб об'єкт впливу сам визнав той чи інший вчинок, що йому навіюється. Відбувається прихований вплив на адресата в потрібному для маніпулятора напрямі (прихований — отже, неусвідомлюваного адресатом).

Навіювання спрямовується на суб'єктів, які не критично сприймають інформацію. Його особливостями є: цілеспрямованість і плановість застосування; конкретність визначення об'єкта навіювання (селективний вплив на певні групи населення, що враховує їхні основні соціально-психологічні, національні й інші особливості); некритичне сприйняття інформації об'єктом навіювання (навіювання засноване на ефекті сприйняття інформації як інструкції до дії без її логічного аналізу); визначеність, конкретність поведін-

ки, що ініціюється (об'єкту необхідно дати інструкцію щодо конкретних його реакцій і вчинків, які відповідають меті впливу) [7, с. 16].

Сугестивний вплив найбільш активно застосовуються у комп'ютерних іграх, медіавірусах і блогах.

В комп'ютерних іграх здійснюється прямий сугестивний вплив на гравців, здатний змінити їхню картину світу аж до повної її модифікації.

Комп'ютерні ігри — порівняно новий метод трансформації психіки людини в заданому програмно підтримуваному напрямку, що дозволяє в контексті з ігровою захоплюючою фабулою вирішувати завдання сугестії.

Дослідники сучасного інформаційно комунікаційного простору розглядають медіавіруси як медіаподії, що зумовлюють значні соціальні зміни [8, с. 14].

Медіавіруси вводять в інфосферу приховані концепції у вигляді ідеологічного коду — мемів. Небезпека полягає в тому, що у медіавірусів, як і в біологічних вірусів, є організм-хазяїн, який вони хочуть захопити.

Блог — це мережевий щоденник, стрічка авторських повідомлень, побудована в хронологічному порядку та, як правило, відкрита для читацьких коментарів [9, с. 4].

Блог може бути не тільки інструментом впливу, що добре, але й інструментом маніпулювання. Адже не існує якоїсь політики блогінгу, і ви можете робити з вашим блогом практично все, що завгодно. Блог, з одного боку, відрізняється від традиційних засобів масової комунікації, з іншого — ефективний майданчик сугестивного впливу. Прикладами таких майданчиків сугестивного маніпулятивного впливу є блоги політичних лідерів.

Небезпека сугестивного ефекту блогів полягає в тому, що установка відвідувачів блогів на щире спілкування, відкритий діалог, довіру до одержуваної інформації з неофіційних джерел робить можливими маніпулятивні тактики. Адже сьогодні в Інтернеті долучитися до блогосфери може кожен. Але слухаючи будь-якого невідомого «експерта», ви ризикуєте отримати завідомо неправдиву інформацію.

Висновки. Внаслідок стрімкого розвитку інформаційних технологій глобальна інформаційно-комунікаційна мережа Інтернет стала важливим механізмом будь-якої інформаційної кампанії, а також ареною активного застосування сугестивних технологій маніпулятивного впливу.

З точки зору сугестивної лінгвістики до найбільш популярних технік сугестії в Інтернеті варто віднести такі: конкретність та образність ключових слів, емоційне перенасичення тексту; використання риторичних запитань невизначених і наказових конструкцій; звертання до базового для того чи іншого співтовари-

ства концепту та наповнення його новим змістом; експлуатація ідеї — «кола своїх»; включення в дискурс мовних конструкцій спільності й довіри тощо.

Для здійснення сугестивного маніпулятивного впливу в Інтернеті можуть бути використані всі вищезазначені техніки та технології, але найбільш активно застосовуються комп'ютерні ігри, медіавіруси та блоги. Саме в цих жанрах створені сприятливі умови для застосування сугестії. Небезпека цього впливу полягає у зміні психіки, психічного здоров'я людини;

в зрушеннях в цінностях, життєвих позиціях, орієнтирах, світогляді особистості. Адже особистість позбавляється свободи дій і свободи прийняття рішень.

З метою розробки дієвих методів протидії маніпулятивним сугестивним впливам в мережі Інтернет ця проблематика потребує подальшого дослідження у вимірах лінгвістики, психології та суміжних наук (нейролінгвістики, психолінгвістики, соціальної психології та ін.).

Література

1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо, 1997. — 344 с.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. — М.: Изд-во: Эксмо, 2005. — 832 с.
3. Остроухов В.В. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підруч. / [Остроухов В.В., Петрик В.М., Присяжнюк М.М. та ін.; за заг. ред. Є.Д. Скулиша]. — К.: КНТ, 2010. — 776 с.
4. Наукові записки. Серія «Філологічні науки» (Ніжинський державний НЗ4 університет імені Миколи Гоголя) / відп. ред. проф. Г.В. Самойленко. — Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2013. — Кн. 3. — 235 с.
5. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов / заг. ред. Є.Д. Скулиша. — К.: ВІПОЛ, 2011. — 248 с.
6. Рябоконт О. Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж / О. Рябоконт // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. — 2012. — Вип. 33. — С. 543–553. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pnbnvimviv_2012_33_50.
7. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Є.Д. Скулиш [та ін.]; ред.: Є.Д. Скулиша; Нац. акад. СБУ. — Київ, 2010. — 247 с.
8. Рашкофф Д. Медіавірус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание [Електронний ресурс] / Д. Рашкофф. — Режим доступу: <http://mediavirus.narod.ru/content.html>.
9. Скобл Р. Разговор дороже денег. Как блоггинг меняет общение бизнеса и потребителей / Р. Скобл, Ш. Израэл. — СПб.: ИД «Питер», 2007. — 368 с.