

Микола Миколайович Присяжнюк (канд. техн. наук, с.н.с.)

Олександр Сергійович Шимчук

Навчально-науковий інститут інформаційної безпеки НА СБ України, Київ, Україна

ІНТЕРНЕТ ЯК НОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ СУГЕСТИВНОГО МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ

У статті досліджуються особливості мережі Інтернет як нового середовища для здійснення маніпулювання свідомістю, розкривається поняття та сутність сугесії, проводиться аналіз технологій сугестивного маніпулятивного впливу в соціальних мережах Інтернету. Розкриваються особливості ефективного застосування сугестивних технологій в Інтернеті, до яких відносяться: висока довіра до неофіційних ресурсів мережі; залучення до інформації аудиторії надією розв'язати будь-які проблеми; формування мережових співтовариств на основі емпатії (співчуття). На основі аналізу наукової літератури щодо маніпулювання свідомістю людини показується повтор відповідних тем, сукупність яких зводиться до таких груп, як оперування інформацією; приховування маніпулятивного впливу; засоби примушення, застосування сили; мішені впливу; роботизація, які визначаються як методи маніпулювання свідомістю людини. Розкриваються поняття механізмів: вербального впливу через усвідомлене сприйняття інформації, що є своєрідним морально-семантичним фільтром людини та невербального інформаційного впливу через підсвідомість, що може програмуватися зовнішнім, неконтрольованим людиною інформаційним впливом.

Ключові слова: Інтернет; свідомість; підсвідомість; маніпулятивний вплив; сугесія; морально-семантичний фільтр.

Вступ

Постановка проблеми. Використання інформації як невичерпного ресурсу розвитку разом із сучасними досягненнями в галузі інформаційних технологій поклато початок формуванню глобального інформаційного суспільства, яке несе людству необмежені можливості. Поступово суспільство просувається від суто інформаційної парадигми убік інформаційно-комунікативної. Проте, інформаційно-комунікативне суспільство при всіх позитивних аспектах його організації є також ідеальним середовищем для здійснення всякого роду маніпулювань і сугестивних впливів на людину і різні співтовариства

Метою наукової статті є дослідження особливостей мережі Інтернет як нового середовища сугестивного маніпулятивного впливу.

Відповідно до мети завданнями статті є: розкриття поняття та сутності маніпулятивного впливу; аналіз сугестивних технологій маніпулятивного впливу та особливостей їх ефективного використання в Інтернеті.

Викладення основного матеріалу дослідження

Розгляд маніпулювання як специфічного різновиду психологічного впливу припускає виділення двох сторін у структурі даного процесу. Одна сторона визначається як джерело маніпулятивного впливу, суб'єкт впливу. Другу сторону, на яку спрямований маніпулятивний вплив, виступає об'єктом маніпулювання, адресат впливу чи реципієнт.

Суб'єктами і об'єктами маніпулювання можуть виступати не лише окремі особистості, а й суб'єкти різного рівня складності, від малих соціальних груп і громадських організацій до вищого політичного керівництва держав, населення однієї або кількох країн [1].

Маніпулювання свідомістю є системою інформаційно-психологічного впливу (ІПсВ) з метою впровадження у свідомість певного світогляду, ціннісних установок, уявлень про мораль, моральність, нормативність тих чи інших форм поведінки тощо.

Аналіз наукової літератури показує повтор відповідних тем, сукупність яких можна звести до таких груп, як оперування інформацією; приховування маніпулятивного впливу; засоби примушення, застосування сили; мішені впливу; роботизація, які можна визначити як методи маніпулювання свідомістю людини.

Для усвідомлення сутності та змісту завдань маніпулювання необхідно зрозуміти механізми ІПсВ на поведінку індивіда (особистості), а також на прийняття рішень на будь-якому рівні суспільних і державних структур. Для цього необхідно ввести поняття механізму вербального інформаційного впливу, розуміючи при цьому, що в його основі лежить закономірність усвідомленого сприйняття інформації, саме її змісту. Під впливом змісту інформаційних потоків, які людина сприймає, акцентів на окремих його фрагментах, інших факторів у неї формується спосіб мислення, її світогляд, система цінностей та інтересів, які з часом збагачуються і розвиваються в той чи інший бік, виступають під час аналізу

© М.М. Присяжнюк, О.С. Шимчук

поточної інформації у вигляді своєрідного морально-семантичного фільтра. Від орієнтації й усталеності цього фільтра залежать вчинки, поведінка людини в тій чи іншій ситуації.

За допомогою навмисно спотвореної, вибірково неповної інформації і цілеспрямованої дезінформації можна впливати не лише на рішення людини, та її поведінку, але й на елементи фільтра (систему духовних і моральних цінностей, інтересів та потреби, релігійних і філософських поглядів тощо), корегуючи їх в бажаному напрямку.

Механізми невербального ППсВ ґрунтуються на використанні закономірностей сприйняття людиною інформації через підсвідомість, що може програмуватися зовнішнім, неконтрольованим людиною інформаційним впливом.

Базовими методами ППсВ є переконання і навіювання (сугестія). Переконання звернене до власного критичного сприйняття дійсності (морально-семантичного фільтру). Сугестія навпаки спрямовано на суб'єктів, що некритично сприймають інформацію.

Прагнення до наукового розуміння навіювання як своєрідного психічного процесу, а також дослідження значення сновидінь, прикмет, забобонів, магічних дій як компонентів сугестії; їх вплив на поведінку людини містять роботи Ф.Александера, В.Бехтерева, Е.Кречмера, Б.Малиновського, А.Леманна, М.Лінецького [2]. Наукова інтерпретація цих явищ допомагає виявити приховані рушійні сили психологічних перевтілень, що виникають у результаті певних сугестивних дій. Аналіз деяких соціальних явищ, які є наслідком сугестивного гіпнотичного впливу, здійснено в працях Д.Дубровського, Е.Феїзова, Г.Шингарова. Проведені ними дослідження не лише виявляють реальну картину багатьох шарлатанських екстрасенсорних практик, які ґрунтуються на використанні методів сугестивного впливу, але й розкривають суть інформаційного процесу передачі та сприйняття інформації, тобто процесу навіювання.

Сугестивні маніпулятивні технології беруть початок із герменевтики – науки про тлумачення текстів. Герметизм означає закритість. Щодо маніпулятивних прийомів це означає тлумачення повідомлень, вербальних текстів (а також жестів, зображень, образів, дій і вчинків) “у потрібному ключі” для їх інтерпретатора.

У сучасних умовах активно розробляються та впроваджуються новітні форми, способи і технології сугестивного маніпулятивного впливу на індивідуальну, групову та масову свідомість. До таких каналів впливу на свідомість та поведінку людини можна віднести глобальні комп'ютерні мережі та програмні засоби швидкого поширення інформаційних матеріалів.

Глобальна інформаційна мережа “Інтернет” уже давно є невід’ємною частиною та основною рушійною силою розвитку сучасної цивілізації. Завдяки Інтернету людство дістало можливість

налагодити ефективні комунікативні 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 глобального маніпулятивного впливу.

Цю тему досліджували такі вчені як: Ю.Шерковін, Г.Шиллер, Д.Райгородський, С.Кара-Мурза, І.Черепанова, О.Романов, Є.Доценко, К.Каландаров, Г.Почепцов та інші. Вони розкривали суть сугестивних явищ з точки зору маніпулятивного впливу.

Механізми впливу на психіку людини лежать в основі технологій маніпулювання свідомістю, але ці механізми відповідають маніпулюванню тільки в тому випадку, якщо воно майстерно приводить до прихованого збудження в людини намірів, якими вона до цього не володіла.

Суб'єкт маніпулювання прагне, щоб об'єкт впливу сам визнав той чи інший вчинок, що йому навіюється, єдино правильним для себе.

У практиці масової комунікації досить часто використовується навіювання як вид психологічного впливу. При цьому під навіюванням розуміють такий словесний або образний вплив, який викликає некритичне сприйняття та засвоєння певної інформації.

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 й закріплювалися в ній як щось беззаперечно доведене. Це стає можливим при підміні активного відношення психіки до предмета комунікації навмисно створеною пасивністю сприйняття, що так властиво релігійним виданням [3].

Сугестивні технології особливо ефективні в Інтернеті з певних причин: висока довіра до неофіційних ресурсів мережі; залучення аудиторії до інформації надією розв'язати будь-які проблеми; формування мережевих співтовариств на основі емпатії (співчуття).

Сугестивні технології в Інтернеті націлені на масовий результат. Їх об'єктом найчастіше виступає соціальна мережа – співтовариство постійних користувачів певного мережевого ресурсу, “коло своїх”, об'єднаних єдиними нормами й спільністю цілей комунікації.

Сугестивний вплив на мережеві співтовариства може спонукати їх представників до певних дій. “Навіювання й самонавіювання ... підсилює почуття й прагнення, піднімаючи до надзвичайного ступеня активність народних мас... Не підлягає ніякому сумніву, що психічний мікроб у відомих випадках виявляється не менш згубним, ніж фізичний мікроб, спонукаючи народи на сприйнятливий до того основи до спустошливих війн і взаємознищення, збуджуючи релігійні епідемії. ...проте, навіювання в інших випадках... сприяє захопленню народів як єдиного цілого до

найбільших подвигів, що залишають найвищою мірою яскравий і величний відбиток в історії народів”[4].

Щоб результативно впливати на людину, сугестивні технології в Інтернеті ґрунтуються на значущих мотивах і потребах людини. За А.Маслоу, це початкові потреби – у захищеності, визнанні, задоволенні фізичних потреб.

Насамперед сугестивному впливу найбільш піддана аудиторія, що прагне розв’язати певні проблеми:

люди активно шукають інформацію про проблему, що стосується їх, і фіксують інформацію, яка пропонує порятунок від проблеми;

сила сугестивного впливу визначається ступенем віри людей у те, що існують перешкоди, які обмежують їх спроможність реалізувати плани [5].

Децентралізований характер Інтернет-ресурсів полегшує маніпулювання громадською думкою як усередині країн, так і в глобальному масштабі.

Сучасні приклади сугестивного впливу на соціум в глобальній мережі Інтернет показують, що маніпулювання свідомістю здійснюється шляхом пропаганди, дезінформації та перекручування фактів:

більшість російських телеканалів стверджували, що був масовий виїзд громадян України до Російської Федерації. Підтвердження цього факту не вдало проілюстрували фотографіями і відео з польського прикордонного переходу з Україною;

відео з Сирії представлялося як відео збитого українського вертольота над Донецьком;

відео артилерійських навчань з використанням систем “Град” в Росії було представлено в Twitter як зображення українських військових, які, нібито, використовували “Град” проти мирних жителів Донбасу. Насправді це бойовики намагалися обстріляти мирне місто Добропілля з установок Град, поставлених російськими військовими [6].

Організація мітингів через соціальні мережі, які формуються за 10–20 хв., є ознакою розумного натопту і може назбирати більше 500 тис. учасників. Прикладом цього є шопінг-бунти у Великобританії, які теж організовувалися через соціальні мережі. Віртуальний світ став реальністю без якого суспільству важко обійтися. Сьогодні в мережі “Інтернет” широко використовуються емоційно-забарвлені елементи для прихованого та явного впливу на аудиторію. Тонально забарвлені матеріали сприймаються краще, ніж офіційна інформація. Причому факти, обрамлені негативом, більшою мірою викликають бажання до дій. Сприйняття відомостей припиняється, або навіть повністю обмежується після прочитання яскравої, емоційно забарвленої статті [7].

Варто виділити ключові аспекти сугестивного маніпулятивного впливу на свідомість людини в

Інтернеті:

трансляція думок – опитування кількох людей, думка яких узагальнюється і нібито приєднується до мільйонів співгромадян. Природно, при цьому головним стає думка про політичні переваги в матеріалі журналіста (зустрічаються на сайтах інформаційних агентств, офіційних сторінках міністерств, сайтах телеканалів тощо);

фальсифікація – можливі кілька варіантів подачі інформації. Наприклад, на виборах, думка, що сприятлива кандидату, ховається в негативній атмосфері всього репортажу і стає непомітною. Ще один варіант (протилежний) – небажана чи негативна інформація приховується, замість неї формується позитивний образ об’єкта, про який іде мова;

багаторазові повтори – це метод маніпулювання свідомістю, заснований на повторенні неправди в такій кількості, що в підсумку глядачі починають в неї вірити (масові репортажі одного і того ж самого сюжету на різних ресурсах Інтернету) [8].

Ще одним із методів сугестивного маніпулятивного впливу в Інтернеті є висвітлення неправдивих подій, що не відбувалися насправді, але подаються як факт, що відбувся. Такі “новини” часто висвітлює “жовта преса” не лише в своїх друкованих виданнях, але і на сторінках різних інтернет-ресурсів. При цьому розрахунок робиться на те, що коли людина не має доступу до об’єктивної інформації, то цілком вірить тому, що читає або бачить без аналізу чи зіставлення та порівняння фактів.

Висновки й перспективи подальших досліджень

Сугестивний маніпулятивний вплив найбільш ефективно здійснюється серед тих мережевих співтовариств, де інтерактивні відносини налаштовані на довіру, симпатію, співчуття й розуміння, що знижує рівень критичності в сприйнятті інформації. Зокрема сугестивні технології в Інтернеті націлені на масовий результат. Їх об’єктом найчастіше виступає соціальна мережа – співтовариство постійних користувачів певного мережевого ресурсу, “коло своїх”, об’єднаних спільними нормами й цілями комунікації. Здатність доносити будь-які відомості до мільярдів людей за лічені секунди робить мережу Інтернет унікальним механізмом ПСВ на населення. В багатьох ситуаціях сьогодні використовується дезінформація. По-перше, дезінформація подається, як правило, з різних джерел і западає в підсвідомість людини, а по-друге, дезінформація використовується в момент прийняття якогось важливого рішення, і коли стане відома правда – мета дезінформації вже буде досягнута.

Тому для ефективного протидії маніпулятивним технологіям необхідно сприймати інформацію виважено та усвідомлено, а також здійснювати її аналіз шляхом зіставлення окремих фактів і подій, тобто пропускати її через свій морально-семантичний фільтр.

Література

1. Грачев Г. В. Манипулирование личностью / Г. В. Грачев, И. К. Мельник. – М.: Алгоритм, 2002. – 72 с.
2. 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.
3. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева та ін.]. – К.: ВІПОЛ, 2011. – 248 с.
4. Бехтерев В. Внушение и его роль в общественной жизни. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.psylib.org.ua/books/behtv01/index.htm>.
5. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: монография / Е. И. Горошко – Х.: ФЛП Либуркина Л.М., 2009. – 816 с.
6. Джулия Дэвис // АРГУМЕНТ // 40 лживых “фактов” путинской пропаганды, направленной против Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://argumentua.com>.
7. Почепцов Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций / Г. Г. Почепцов – К.: Альтерпрес, 2008. – 403 с.
8. Карпчук Н. П. Маніпулятивні технології в рекламі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvvnv/misnarod_vidnos/2009_11/R2/Karpchuk.pdf.

ИНТЕРНЕТ КАК НОВАЯ СРЕДА СУГГЕСТИВНОГО МАНИПУЛЯТИВНОГО ВЛИЯНИЯ

Николай Николаевич Присяжнюк (канд. техн. наук, с.н.с.)
Александр Сергеевич Шимчук

Учебно-научный институт информационной безопасности НА СБ Украины, Киев, Украина

В статье исследуются особенности сети Интернет как новой среды для осуществления манипулирования сознанием, раскрывается понятие и сущность суггестии, проводится анализ технологий суггестивного манипулятивного влияния в социальных сетях Интернета. Раскрываются особенности эффективного применения суггестивных технологий в Интернете, к которым относятся: высокое доверие к неофициальным ресурсам сети; привлечение к информации аудитории надеждой развязать любые проблемы; формирование сетевых содружеств на основе эмпатии (сочувствия). На основе анализа научной литературы относительно манипулирования сознанием человека представляется повтор соответствующих тем, совокупность которых сводится к таким группам, как операция информацией; скрытие манипулятивного влияния; средства принуждения, применения силы; мишени влияния; роботизация, которые определяются как методы манипулирования сознанием человека. Раскрываются понятия механизмов: вербального влияния через осознанное восприятие информации, что является своеобразным морально семантическим фильтром человека и невербального информационного влияния через подсознание, которое может программироваться внешним, неконтролируемым человеком информационным влиянием.

Ключевые слова: Интернет; сознание; подсознание; манипулятивное влияние; суггестия; морально семантический фильтр.

THE INTERNET AS THE NEW ENVIRONMENT OF THE SUGGESTIVE MANIPULATIVE INFLUENCE

Mykola M. Prysiazhniuk (Candidate of Technical Sciences, Senior Research Fellow)
Oleksandr S. Shymchuk

Educational and Research Institute of Information Security at Security Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine

In the article the features of network are probed the Internet as a new environment for realization of manipulation consciousness, a concept and essence of suggestion opens up, analysis of technologies suggestive manipulative influence is conducted in the social networks of the Internet. The features of effective application of suggestive technologies on the Internet, which include: high trust to the unofficial resources of network; bringing in to information of audience formation of network-based commonwealth of empathy (sympathy). On the basis of analysis of scientific literature in relation to manipulation consciousness of man repetition of the proper is shown to those the aggregate of which is taken to such groups, as an operation information; hiding manipulative influence; facilities of compulsion, applications of force; targets of influence; robotization, which are defined as methods of manipulating human consciousness. The concepts of mechanisms open up: verbal influence through the realized perception of information, which is original morally the semantic filter of man and influence of non-verbal information through the subconscious which can be programed an external, uncontrolled man by informative influence.

Keywords: Internet; consciousness; subconscious; manipulative influence; suggestion; moral semantic filter.

References

1. Grachev G.V., Mel'nik I.K. (2002), Manipulation of personality. [Manipulirovanie lichnost'ju], Moscow, Algoritm, p. 72.
2. Petryk V.M., Prysiazhniuk M.M., Kompantseva L.F., Boiko O.D., Ostroukhov V.V. (2011), Suggestive technology of the manipulative influence: teach. Guidelines. [Suhestyvni tekhnologii manipulyativnoho vplyvu: navch. posib], zah. Red. Ye.D. Skulysha, Kyiv, VIPOL, p. 248.
3. Kompantseva L.F. (2013), Principles of suggestive linguistics in website communication. [Pryntsypp suhestyvnoi lnhvistyky v internetni komunikatsii], Filolohichni nauky, Knyha 3, pp. 13–20.
4. Behterev V. Vnushenie i ego rol' v obshhestvennoj zhizni. [Electronic resources], Access mode : <http://www.psylib.org.ua/books/behtv01/index.htm>.
5. Goroshko E.I. (2009), Information and communication society from a gender perspective: monograph. [Informacionno-kommunikativnoe obshchestvo v gendernom izmerenii: monografija], Kharkiv, FLP Liburkina L.M., p. 816.
6. Dzhuiliya Djevis, 40 lzhivyh “faktov” putinskoj propanday, napravlennoj protiv Ukrainy. ARGUMENT, [Electronic resource], Access mode: <http://argumentua.com>.
7. Pochepcov G.G. (2008), Media: Theory of mass communication. [Media: teorija massovykh kommunikacij], Kyiv, Alt'erpres, p. 403.
8. Karpchuk N.P. Manipulative techniques in advertising [Electronic resource], Access mode: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvvnv/misnarod_vidnos/2009_11/R2/Karpchuk.pdf.

Отримано: 11.06.2015 року