

ФЕНОМЕН ІНТЕРНЕТУ ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ В УКРАЇНСЬКОМУ СУЧАСНОМУ СОЦІУМІ

2005 р., П.М. Лісовський

*експерт при Раді національної безпеки та оборони України,
старший викладач Міжнародного університету фінансів*

Інтернет як засіб маніпуляції свідомістю сьогодні посідає актуальне місце, в якому формуються нові форми соціального спілкування. Сучасні вітчизняні і зарубіжні автори приділяють достатньо уваги аналізу різних аспектів щодо ініціювання процесів комп'ютерного спілкування. Саме Інтернет є засобом маніпуляції (в даному випадку, контролю та управління) свідомістю, коли оформлення повідомлень реалізується шляхом модифікації інформації про події чи факти з використанням таких прийомів як фабрикація фактів, пропаганда, створення паніки чи масового психозу.

Сьогодні можна сміливо констатувати, що засоби масової інформації майже витіснили особисте спілкування, про що свідчить статистика: з середини 80-х років телебачення стало основним джерелом отримання інформації для 62 % американців, газети – для 56 %, радіо – для 13 %, журнали – для 9 %, а пряме міжособистісне спілкування – лише для 1 % (сума складає понад 100 %, оскільки опитування передбачало, що інформант може обирати більш ніж один вид джерела, що ще більше знижує значення міжособистісного спілкування) [4]. Значна роль комунікації в житті сучасного суспільства пояснюється тим, що комунікація є не механічним процесом обміну повідомленнями, а феноменологічним простором, де досвід наповнюється значенням та смислом, набуває структурної зв'язності і цілісності. Важливим є те, що у процесі комунікації створюються та відтворюються соціально-політичні інститути і культурні схеми, цінності, формуються соціальні аспекти життя індивіда, оскільки кожен вид масової комунікації – преса, радіо, телебачення, Інтернет, – виник у зв'язку з певними потребами суспільства та обслуговує окрему сферу його діяльності.

Сьогодні Інтернет стрімко ввійшов у життя сучасного суспільства і так само стрімко почав змінювати реальність людини. Саме ця стрімкість та масштабність змін, що внесли в наше суспільство сучасні інформаційні технології, є предметом занепокоєння багатьох філософів. Так, Б.І. Пружинін зазначає, що Інтернет – це потужний засіб спілкування, а з іншого боку – це сфера спілкування, що не контролюється суспільством, оскільки вона є анонімною та віртуальною. Тут філософ зазначає, що нові інформаційні технології знищують соціокультурні положення, на основі яких вони були побудовані [5].

Епоха високих технологій та глобальної інформації визначає особливу роль та значення процесів масової комунікації в освітянській сфері, зокрема, у вищій технічній освіті, засоби якої стають більш оперативними завдяки глобальній комп'ютерній мережі, і виконують не так інформативну, як прагматичну функцію, беручи участь у формуванні суспільної думки.

Інтернет виник у зв'язку із певними особливостями європейської культури, а саме, орієнтація на розумні принципи організації життя, в основі яких лежать повнота та доступність інформації про світ, так само як орієнтація на демократичні та ліберальні цінності. Але нові інформаційні технології породжують певні явища, які часто знищують зміст цих самих принципів, – від маніпуляції свідомістю до постмодерністської дискредитації самої ідеї раціональної організації життя. Розширення системи масового інформування, зростання кількості комунікативних потоків, прискорення інформативного обміну призвело до зміни уявлень суспільства про саму реальність. Соціальна реальність, яка безпосередньо недоступна більшій частині суспільства, доводиться до реципієнтів виключно через дискурси засобів масової комунікації, де певна частина суспільства дивиться на реальність поглядами засобів масової інформації. Таким чином, маніпуляція свідомістю (в даному разі, індивіда) полягає в тому, що Інтернет, надаючи різноманітну інформацію про світ, тим самим не дає можливості людині власноруч оцінювати події.

Мас-медіа значною мірою використовують нові інформаційні технології для розповсюдження новин. Головним феноменом нашої доби стали не велетенські електронні банки даних і штучний інтелект, а Інтернет в освітянській сфері, який орієнтується на зростання можливості здійснення комунікації. Інтернет є медіумом, тобто водночас засобом і середовищем віртуалізації суспільства, перетворення системи соціальних інститутів у своєрідну віртуальну реальність.

Інтенсифікація інформаційного потоку передбачає контроль над складними високотехнологічними засобами обробки інформації, але оскільки такі засоби доступні не всім, це виливається в неминуче створення окремих соціально-культурних груп для відбору інформації. Ця ситуація може призвести до припинення вільного обороту інформації в суспільстві. Творцям мережі Інтернет відкриваються нові можливості маніпулювання свідомістю, оскільки вони мають змогу створювати необхідні соціально-культурні орієнтири. Оскільки інформаційний потік в Інтернеті підлягає контролю певної вузької групи суспільства, то інформація, що представлена у всесвітній мережі, як правило, має переконуючий характер, тобто є певним чином сугестивною [1]. А це означає, що переконання людини відбувається шляхом підбору доказів, психологічного тиску, чергування емоційної та логічної аргументації, використання відповідних прикладів та аналогій. Відмітити та

проаналізувати все це під час спілкування не може жодна людина, тим більш на це не здатна людина без спеціальної кваліфікації.

Особливу роль у маніпуляції свідомістю відіграють аудіовізуальні ефекти, оскільки сукупність візуального образу з текстом та звуком значно впливає на свідомість. “Ми часто думаємо, що бачимо все своїми очима, але ми не думаємо про те, що поданий аудіовізуальний матеріал зроблений певною людиною і визначений іншою позицією. Вже є відомий той факт, що людина, яка підпадає під вплив інформаційних технологій, дійсно не може диференціювати, де чутки, де версії, де точка зору, а де факт [1].

Деякі люди думають, що вони вільні від маніпуляційних технологій, оскільки не мають прямого доступу до нових технологій, але не треба забувати, що ці люди отримують ще більш опосередковану та оброблену інформацію, тим самим не маючи змоги протистояти цьому, що вельми суттєво і для освітньої сфери.

Сучасні інформаційні технології є саме технологіями, що розробляються для забезпечення ймовірності у досягненні запланованого результату. Це не випадковий, а системний процес, націлений безумовно впливати на аудиторію. Вони застосовуються у соціально значущих сферах: ідеологія, іміджмейкінг, передвиборчі кампанії, public relations, реклама, соціально-культурне проектування тощо.

Інтернет-технології використовують різноманітні стратегії, в основі яких принципи соціально-орієнтованого управління, спрямовані на встановлення партнерських стосунків із аудиторією, що спираються на технократичну модель. На наш погляд, така модель є зовнішнім вираженням змісту інформаційної технології, в якій визначаються її зовнішні обриси, структурні елементи. Необхідно зауважити, що стратегії, використані Інтернетом, мають одну мету – здійснення прямого чи опосередкованого впливу на маси людей. Суть “теорії інформаційного управління” полягає в процесі продукування та реалізації управління в ситуації, коли вплив має опосередкований характер: об’єкту управління надається визначена суб’єктом управління інформація про ситуацію (певна інформаційна картина), причому об’єкт немовби самостійно вибирає лінію поведінки, орієнтуючись на дану інформацію [2]. Очевидним є те, що теорія інформаційного управління базується на маніпуляції свідомістю, введенням у свідомість людей цілеспрямованої достовірної чи недостовірної інформації, кінцевим результатом чого є бажана поведінка об’єкта управління, яка постулюється суб’єктом.

Інтернет-комунікація являє собою найважливіший інструмент маніпуляції свідомістю (в даному разі, політичного управління та забезпечення лояльності мас до існуючої влади). У сучасному суспільстві одним із інструментів влади виступає інформація. Маніпуляція свідомістю за допомогою інформації поступово замінила собою насильство, що тривалий

час вважалося єдиним знаряддям правління. Однак, слід відмітити, що сам по собі Інтернет не є тільки інструментом маніпулювання свідомістю, оскільки маніпуляторами виступають ті сили, що контролюють всесвітню мережу.

Маніпулятивні стратегії досягають своєї мети за умови врахування низки факторів. Вчені виділяють дві основні групи факторів, що визначають схильність людини підпадати під вплив – це внутрішні та зовнішні фактори [3].

До внутрішніх належать фактори, пов'язані зі змістом повідомлення. Першим фактором є підбір повідомлення, що має безпосереднє відношення до ефективності маніпулятивних технологій, що використовує Інтернет для впливу на значущу кількість людей. Принципи відбору матеріалу іноді не сумісні з глибокими аналітичними повідомленнями і можуть перешкоджати створенню інформаційної картини світу, більш-менш адекватної реальності. Виділяють п'ять принципів відбору матеріалу для інформаційних повідомлень: пріоритетність (дійсна чи уявна) та привабливість теми для аудиторії, неординарність та новизна фактів, успіх, високий соціальний статус джерела інформації [7]. Прикладом уявної пріоритетності повідомлень слугує існування розмаїтої інформації стосовно війни в Іраку. Так, наприклад, одна з англійських під час ведення кампанії присвячує 5 із 24 сторінок темі про звіт щодо іракської зброї масового знищення для обґрунтування необхідності війни з цією країною. Розміщення такої кількості повідомлень на одну й ту саму тему в одному випуску газети сприяє закріпленню думки читачів про виправданість військових дій.

Іншим внутрішнім чинником відбору інформації є ціннісний акцент повідомлення, оскільки важливим є не лише ким подається інформація, але й як вона подається. Автор статей так чи інакше оцінює інформацію, яку він подає. Контекст повідомлення, в якому подається інформація, може бути побудований таким чином, що ця інформація набуде іншого оцінного значення. Наприклад, повідомлення з негативною оцінкою, що подається в позитивному контексті, може нейтралізуватися за рахунок контексту. Наприклад, статті, присвячені війні в Іраку, містять позитивні наслідки війни, що зменшує негативний ефект.

До другої групи належать зовнішні чинники, які об'єднують соціально обумовлені характеристики сприйняття повідомлення даною аудиторією. До них належать процедури маніпулювання соціальними характеристиками аудиторії. Маніпуляції у межах соціальних систем побудовані на оперуванні знаками та символами соціальної реальності, маніпуляції соціальними стереотипами (шаблонами поведінки, етнічними та соціальними, тощо), системами цінностей тих чи інших аудиторій та груп.

Стереотипи значною мірою використовуються маніпуляторами, оскільки їх можна використовувати для найрізноманітніших цілей. Просто лише згадати створення стереотипного уявлення про СРСР у США як про

“імперію зла”. Цей самий стереотип було використано у війні з Іраком, який було включено до країн “вісі зла” [6].

До зовнішніх факторів слід також віднести міфотворення, яке є складним та тривалим, але результативним процесом. Мова йде про ідеологічні міфологеми як фундатор маніпуляцій, що створюються та впроваджуються в інтересах владної еліти. Міфологеми в цьому аспекті виконують подвійну функцію: вони пояснюють та виправдовують існуючий лад, надаючи йому моральну базу, репрезентуючи як систему, засновану на праві [4]. Перша умова вживання ідеологічних міфологем – це володіння Інтернетом, друга – надання права мовлення через Інтернет людям, що певною мірою усвідомлюють ідеологічні установки та вміло використовують міфи. Третя, менш очевидна умова, – ефективне впровадження ідеології, активізування міфологічного мислення, створення свідомості людей більш чутливою до сприйняття міфологем. У спеціальній літературі сучасні ідеологічні міфологеми мають назву міфів. Дослідники поділяють їх на „темні” та “світлі” міфи [4]. „Темні” міфи підтримуються у свідомості для того, щоб у потрібний момент активізувати їх та провести термінову кампанію маніпуляції свідомістю. До “світлих” міфів належать міфи Заходу, які в сукупності складають ідеологію сучасного західного суспільства, що прийнято називати “євроцентризмом”, причому Європа як еталон маніпуляції тут поняття не географічне, а цивілізаційне.

Також до групи зовнішніх факторів належить економічний фактор, який полягає в тому, що Інтернет знаходиться у залежності від конкретних суб’єктів. Економічний фактор призводить до того, що Інтернет працює на певних суб’єктів, наприклад, рекламодавців. Їхня влада може бути настільки вагомю, що засоби масової інформації, а також Інтернет можуть дозволити собі ігнорування етичних принципів та цілком підпорядковують своє інформаційне виробництво особистому інтересу в потенційності капіталу.

Таким чином, існує ряд факторів, які впливають на вибір маніпулятивних стратегій. Підбір повідомлень, контекст, в якому їх подають, роль коментатора, соціофактори та економічні фактори беруться до уваги для забезпечення ефективного маніпулювання впливом на аудиторію.

Однією з найважливіших маніпулятивних технологій, безпосередньо, в освітянському просторі є відбір подій реальності для повідомлення на Інтернет-сайтах (висвітлення чи приховування інформації) та фальсифікація фактів – перекручення реальності, тобто створення її версій, що досягається за допомогою незначних “відхилень” в різні боки, причому такі відхилення не повинні виходити за межі сприйняття “пересічної” людини, тобто вони мають бути непомітними і діяти на рівні підсвідомого. Даний прийом не використовується лише тоді, коли його можливо виявити. Якщо розголосу небажаної інформації неможливо уникнути, використовується техніка

створення „шуму”, повідомлення поглиблюється в хаотичному потоці інформації за допомогою *подрібнення інформації*.

Інтернет використовує прийом фабрикації фактів лише при наданні недоступної інформації. Відбір подій реальності є одним із головних прийомів програмування мислення – контролю над інформаційним раціоном людини [4]. Це – відмова від цілісного, різнобічного представлення інформації. Характерною рисою прийому є приховування (замовчування) інформації і створення таким чином віртуальної реальності). При створенні ідеологічних символів, наприклад, “образу ворога”, “терориста” значне застосування знаходять групові, національні та етнічні упередження. Зокрема, після подій 11 вересня 2001 року, тероризм став асоціюватися з особами арабської національності та мусульманською вірою. Стереотипи загалом створюються політиками, а поширюються та закріплюються у свідомості завдяки Інтернету.

При цьому відзначимо, що в основі прийому створення паніки чи масового психозу лежить вплив на емоції і почуття людини (наприклад, страх-страх тероризму, голоду). Інтернет створює єдину сітку і повідомлення отримує можливість рухатися по замкненому колу, набуваючи нових якостей із введенням нових фрагментів реальності. Прикладом одного із всесвітньо відомих масових психозів, створених Інтернетом, була паніка, викликана хворобою “сказ корів”, яка змінилась подіями повідомлень про ящур. Аналогічний прийом був застосований весною 2003 року, коли для відволікання уваги від воєнних дій США в Іраку, застосовувалось повідомлення про поширення на Сході хвороби “нетипова пневмонія”. Тобто прийом створення паніки може використовуватись для відволікання уваги від однієї події за допомогою чіткого висвітлення іншої. Таким чином, Інтернет можна розглядати як ефективний засіб, який у завуальованій формі забезпечує контроль та управління свідомістю.

Суттєве значення в контексті Інтернету як засобу маніпуляції свідомістю для розкодування уяви і стимуляції має гра. Ігрові моменти використовуються при створенні спеціальних методик стимуляції несвідомого. Тут суб’єкт (в даному разі, студент) сприймає Інтернет як гру: відкрити нові можливості, подолати нові ступені труднощів, здобути певну інформацію і тощо. Не маючи реальних живих органічно контактів, котрі б коректували цей ціннісний набір, не маючи достатнього життєвого досвіду, у відповідний момент такий суб’єкт реалізує свою віртуальну мораль в так названому реальному суспільстві. Це саме той випадок, коли віртуальна мораль не пов’язана ні з інститутами, ні з соціальними прошарками, групами, класами і тощо. Оскільки гра, на наш погляд, – це не тільки соціальна або педагогічна, або терапевтична технологія, а й феноменальне явище буття. При цьому ділова гра не має предмета вивчення, тому ми отримуємо суспільство, котре складається з людей із ігровою залежністю. На цьому фоні знання

піднімаються схемами у вигляді технологічного аспекту. Тут і відбувається роботизація особистості та тиражування отриманого результату. Адже створює відповідні ігрові схеми людина, тому фальсифікувати життя грою означає прагнути розвитку маніпулятивних структур в сучасному українському соціумі. Такі маніпулятивні структури є виявом тотальної інституції, що цілком скасовує основи соціалізації, де індивід певною мірою акумулює цінності на протязі свого тривалого життя і користується ним.

Варто підкреслити, що певні “ігрові” співтовариства в Інтернеті часто носять бездуховний характер. Бо сьогодні комп’ютер ігнорує книгу, а Інтернет – живе органічне людське спілкування.

Адже в мережі Інтернет виникає число проблем, пов’язаних з формуванням соціальної ідентичності. Тут формуються умови для виникнення множинної ідентичності, створення деяких тіл однієї і тої особистості. Можлива дифузійна ідентичність, деструктивна ідентичність, відродження фантастичного “Я”. Особиста мережева ідентичність сприяє до суперперсональності як вияву маніпуляції свідомістю. Людині надається можливість репрезентувати себе мережею у вигляді певних образів, змінити стать, вік, національність, експериментувати на предмет власної ідентифікованості, конструювати будь-які гібриди.

Для виправлення ситуації з маніпуляцією суспільства необхідно, перш за все, використовувати в освітянській сфері нові мультимедійні технології для раціональних цілей: заповнювати новий інформаційний простір морально-етичними засадами, систематизувати їх існуючий зміст, використовувати їх як бібліотеку, в якій необхідно чітко орієнтуватись для того, щоб досягти своїх цілей.

Таким чином, Інтернет може бут розглянутий як особливе явище соціальної реальності і індивідуального життя людини і в цьому ракурсі спроможне виступати як явище суперечне, що здатне з одного боку, розвитку особистості, а з іншого боку, призводить до певного відчуження від соціальної реальності.

Підводячи підсумки, можна виділити наступні риси Інтернету як засобу маніпуляції свідомістю і його соціокультурних функцій:

- аналіз особливостей культури інформаційного суспільства показав, що його динаміку визначає основне протиріччя, що проявляється в боротьбі двох тенденцій: потреби реалізації індивідуальності і нівелювання її в рамках глобалізації. З однієї сторони, нові інформаційні технології містять в собі потенційні можливості для розкриття індивідуальності, надають можливість враховувати своєрідність людини у всіх різновидах доторканості: економічних (орієнтація на конкретного виконавця), політичних (можливість відстоювати свою думку відповідній аудиторії и тим

самим рахуватися з нею), естетичних (створення творів, орієнтованих не на масову потребу, а на одиничних шанувальників) і тощо. З іншої сторони, стирання часових і просторових меж, об'єктивна потреба в єдиних стандартах в світовому масштабі створюють добротні умови для маніпулювання свідомістю, використання своїх технічних пріоритетів для експлуатації менш обізнаних в інформаційному плані суспільств;

- дослідження соціокультурних передумов виникнення Інтернету і закономірностей його трансформацій призводить до висновку про те, що відбувається містифікація можливостей нових інформаційних технологій (Інтернет), онтологізація віртуальної реальності, нав'язування визначення сутнісних особливостей Інтернет з точки зору постмодерністської парадигми. Це переплітається з домінуванням на даний момент американської моделі глобалізації, яка не є єдино можливою. В дійсності, нові інформаційні технології в цілому, і Інтернет як засіб маніпуляції свідомістю, є інструментом, котрий здатний використовуватися згідно з поставленими цілями, визначеним завданням в українському сучасному соціумі; при визначеності сутності Інтернет найбільш адекватним є інструментальний підхід як технічний засіб маніпуляції свідомістю, що транслює інформаційні потоки, але не здатний цілісно змінити суті суспільних відношень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Автономова Н.С. Новые информационные технологии и судьбы рациональности в современной культуре (материалы „круглого стола”) // Вопросы философии: Научно-теоретический журнал. – 2003. – № 12. – С. 24-28.
2. Вус М.А., Кульба В.В. Информационное общество. Информационное управление. Переход к устойчивому развитию России: Тезисы Первого всероссийского социологического конгресса «Общество и социология: новые реалии и новые идеи». – СПб.: Скифия, 2000. – С. 342-343.
3. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Издание второе, исправленное и дополненное. – М.: Алгоритм, 2002. – 288 с.
4. Кара-Мурза С.Г. Манипулирование сознанием. – К.: Орияни, 2003. – 500 с.
5. Пружинин Б.И. Новые информационные технологии и судьбы рациональности в современной культуре (материалы „круглого стола”) // Вопросы философии: Научно-теоретический журнал. – 2003. – Вып.12. – С. 3-8.
6. Хардинг Д. Страхи «писателя» президента США // Деловая неделя. – № 3. – 2003. – С.14.
7. Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. – М.: РИП-холдинг, 2002. – 165 с.

