

УДК 004.77:681.3.06

КАЧИНСЬКА К.А., аспірант Інституту телекомунікацій і глобального інформаційного простору НАН України

ЗАСОБИ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ МАСОВОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ

***Анотація.** У статті проаналізовані найпоширеніші методи маніпулювання свідомістю особи, суспільства та держави та використання з цією метою різних засобів Інтернет-комунікацій. Розглядаються найбільш вживані засоби Інтернет-комунікацій, що в останнє десятиріччя перетворилися на частину не лише культурного, але й інформаційного простору.*

***Ключові слова:** інформація, засоби Інтернет-комунікацій, пропаганда, соціальні мережі, сугестивні впливи.*

***Аннотация.** В статье проанализированы наиболее распространенные методы манипулирования сознанием личности, общества и государства и использование с этой целью различных способов Интернет-коммуникаций. Рассматриваются различные аспекты использования Интернет-коммуникаций, которые в последнее десятилетие превратились в часть не только культурного, но и информационного пространства.*

***Ключевые слова:** информация, способы Интернет-коммуникаций, пропаганда, социальные сети, сугестивные воздействия.*

***Summary.** The article analyzes the methods of manipulating human, social and the state conscience and using various Internet Communications for this purpose. It also discusses various aspects of using Internet technologies that have become the part of not only cultural, but also information space in the last decade.*

***Keywords:** information, means of the Internet Communications, propaganda, social networks, suggestive influence.*

Постановка проблеми. Сучасний період розвитку людської спільноти характеризується новим етапом еволюції суспільних процесів, який в умовах світової економічної кризи та зростання масштабів тероризму й антитерористичних заходів спрямований на прагнення розвиненого індустріального суспільства до вдосконалення своїх соціальних структур і систем забезпечення безпеки. Ключовими умовами, що формують систему механізмів запобігання сугестивного впливу на спільноту, є докладний аналіз маніпулятивних технологій, а також класифікація засобів Інтернет-комунікацій¹, за допомогою яких він здійснюється. Враховуючи наведене вище, без здійснення такого аналізу видається неможливою успішна реалізація основної мети Стратегії кібербезпеки України – створення умов для безпечного функціонування кіберпростору, його використання в інтересах особи, суспільства і держави.

Аналіз останніх публікацій. Значний вклад у дослідження проблем масової маніпуляції свідомістю здійснили такі вчені як Грачев Г., Зинов'єв А., Кара-Мурза С., Расторгуев С. та ін. В Україні дослідженню питань, пов'язаних із Інтернет-комунікацією та кібербезпекою, присвячені роботи Зими І., Литвиненко О., Нагорного А., Почепцова Г., Присяжнюка М., Сенченко М. та ін., про результати робіт яких йдеться, зокрема, у [43].

© Качинська К.А., 2016

¹ Інтернет-комунікація – це такі методи спілкування, за яких інформація передається по каналах Інтернет з використанням нових технологій – передача голосу, відео, документів, миттєвих повідомлень, файлів тощо.

Проте, розвиток новітніх Інтернет-технологій потребує подальшого дослідження засобів та методів сучасного маніпулювання свідомістю та інформаційно-психологічного впливу на особу, суспільство та державу.

Метою статті є визначення основних сучасних засобів Інтернет-комунікацій, а також поширених методів маніпулювання свідомістю, за допомогою яких здійснюється сугестивний вплив на особу, суспільство та державу.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукових робіт, що стосуються засобів Інтернет-технологій, за допомогою яких здійснюється сугестія, дав змогу виокремити такі найпоширеніші методи маніпулятивного впливу, як [7; 17; 21; 23; 32; 37; 41]:

- *метод ствердження.* Цей метод полягає у тому, що ЗМІ часто надають перевагу бездоказовим твердженням замість дискусії аргументів, обмежуючи тим самим плюралізм думок і презентуючи тільки одну, вигідну для них. Так символами безсоромної брехні російської пропаганди стали “розп’ятий хлопчик” і відстрілювання снігурів через те, що вони мають забарвлення російського прапора тощо;

- *метод повтору інформації.* Вважається, що через 30 хвилин аудиторія пам’ятає лише 60 відсотків змісту повідомлення. У кінці дня – лише 40, а за тиждень ледве 10 відсотків. В результаті будь-яка проблема зникає сама собою, якщо ЗМІ не будуть її повторювати, розвивати або нагадувати про неї. І навпаки – якщо абсурдне повідомлення повторювати з достатньою частотою, то врешті-решт воно таки закріпиться у масовій свідомості. В новинах подібні повтори – звична практика;

- *метод фокусу на емоції, а не на здоровий глузд.* Це класичний прийом, спрямований на те, щоб заблокувати здатність людини до раціонального аналізу, а зрештою – до критичного мислення взагалі;

- *метод відволікання уваги.* Одним із найбільш ефективних важелів управління суспільством є відволікання уваги від важливих проблем та рішень, які приймаються політичними та економічними елітами. Це досягається через насичення інформаційного простору менш важливими подіями;

- *метод “дезінформація”.* Сила його в тім, що дезінформація викидається зазвичай у момент прийняття якогось важливого рішення, тож коли з’ясується правда, мета дезінформування вже буде досягнута. Як правило, спростування дезінформації у більшості випадків залишається непоміченим і вже не впливає на сформовані за допомогою неправди соціально-психологічні установки;

- *метод “історичних аналогій”* вельми вигідний у багатьох аспектах. По-перше, пропагандист отримує змогу підлеститися до аудиторії, апелюючи до її ерудованості. Цей метод допомагає в конструюванні “історичних” метафор, а також “історичних міфів”, що використовуються в стратегічній перспективі, котрі програмують об’єкт впливу;

- *метод “міфів”.* Для укорінення соціальних міфів технологія маніпулювання передбачає використання багатого арсеналу конкретних методів впливу на свідомість людей. До них відноситься пряме підтасування фактів, замовчування небажаної інформації, поширення брехні і клевету, а також більш тонкі, рафіновані засоби: напівправа (коли з метою забезпечити довіру аудиторії об’єктивно і докладно висвітлюються конкретні, малозначущі факти і одночасно замовчуються більш важливі або ж подається загально хибна інтерпретація подій);

- *метод закидання брудом.* Цей метод зараховується до числа найгрубіших пропагандистських прийомів, проте частіше від інших використовується в сучасній політично-інформаційній боротьбі. За рахунок підбору таких епітетів і лексики, що дають

предмету розмови жорстко негативну етичну оцінку, образ “клієнта” перетворюється на суцільне “втілення зла” і в такому світлі визріває в масовій свідомості;

- *метод використання стереотипів.* Під стереотипом розуміють сприйняття людьми якогось соціального об’єкта у спрощеному схематизованому вигляді. З часом таке уявлення фіксується у свідомості людини і практично вже не піддається перевірці досвідом – заміна імен, або наклеювання ярликів (наприклад, “фашисти”, “червоно-коричневі”, “особи кавказької національності” або “жидобандерівці”);

- *метод створення проблем, а потім пропонування способів їх вирішення.* Створюється проблема, що викликає необхідну владним колам реакцію і дозволяє впровадити рішення, які в іншій ситуації викликали б протест серед населення. Наприклад – криваві теракти, як рушій для прийняття законів, що підсилюють “безпеку”, а по суті діють на обмеження прав звичайних громадян.

Необхідно зазначити, що наразі для визначення способів маніпулятивного впливу використовуються різні терміни – такі, як “прийом”, “метод”, “техніка”, “технологія”. У той же час, чітких критеріїв їх розподілу не вироблено, їм також властиві певні поєднання. Ми розглядаємо дану сукупність методів маніпулятивного впливу як теоретичну основу, за допомогою якої в майбутньому будуть отримані кількісні оцінки ризику інформаційно-психологічного впливу на особу, суспільство та державу.

Розглянемо деякі засоби Інтернет-комунікацій, які вдало використовуються для маніпулювання свідомістю людини.

1. Електронна пошта.

Існують численні Інтернет-мережі комунікаційного зв’язку, що працюють за різними міжнародними протоколами. Нині електронна пошта (e-mail) – зручний засіб швидкого й ефективного спілкування великої кількості адресатів. Тому поширення спеціально підібраної інформації (дезінформації) було однією з перших Інтернет-технологій маніпулювання свідомістю, що активно використовується ворогуючими сторонами під час політичних і воєнних конфліктів [23; 32].

Так під час конфлікту в Косово Югославською стороною широко застосовувалося розсилання електронних листів. Змушуючи сумніватися у правильності офіційної пропаганди, поштові скриньки більше 10 тис. користувачів різних агентств новин та урядових чиновників США регулярно заповнювалися посланням з описом результатів бомбардувань і ракетних ударів по цивільних об’єктах, числа жертв серед мирного населення, а також страждань мирних громадян.

Зі свого боку під час військової компанії в Іраку США за допомогою електронної пошти здійснили широкомасштабну операцію: арабською мовою іракським генералам розсилалися послання із закликом не виконувати накази С. Хусейна. В електронних листах також звучав заклик позначати місцезнаходження складів хімічної, біологічної та ядерної зброї, а також містилося звернення до громадян Іраку допомогти запобігти використанню зброї масового ураження.

Нарешті, ймовірний злом російськими спецслужбами електронної пошти Національного комітету демократичної партії – є найсвіжішим прикладом того як Путін застосовує сучасні інформаційні технології як засіб інформаційної війни. Показово, що зв’язки із Wikileaks Кремль розвиває впродовж багатьох років [1].

Одним з небезпечних видів сугестії є розсилка шахраями електронних листів від імені банків та створення підробленої сторінки сайту банку чи іншої установи з метою “витягнути” у користувача пари логін/пароль від його акаунта (фішинг). Це дає можливість зловмисникам, наприклад, перевести всі гроші з банківського рахунку

жертви на власні. Частіше за все, фішинг розрахований на неуважних користувачів, які не звертають уваги на незвичайні назви сайтів, частіше за все з помилками, незвичайний зовнішній вигляд знайомих ресурсів та нехтують основним правилами сучасної кібербезпеки (наприклад, оригінальна адреса відомого в Україні он-лайн-банку – privat24.ua. У той самий час фішингова сторінка може мати тільки одну неправильну літеру або схожу назву та бути витриманою у корпоративних кольорах компанії – privat24.ua) [35].

Ще одним напрямком використання всесвітньої мережі, зокрема електронної пошти з метою інформаційного протиборства, маніпулювання свідомістю є виведення з ладу або зниження ефективності функціонування структурних елементів мережі. Серед найбільш часто вживаних таких способів є “бомбардування” електронної пошти великою кількістю електронних листів.

Механізмом реалізації даного способу вважається наступне: оскільки відправка великої кількості електронних посилок на одну адресу впродовж короткого періоду часу ускладнює або робить неможливим отримання звичайних листів із загального масиву. Це може призвести до порушення роботи обслуговуючих серверів. Так, під час різного роду конфліктів його сторони регулярно піддають “поштовому бомбардуванню” різні урядові організації.

2. Мережеве теле- та радіомовлення.

Реалізація методів управління свідомістю людини, особливо з використанням каналів розповсюдження аудіовізуальної інформації, призвела до появи поняття “медіа вірусу”. Особливістю інформаційних вірусів є здатність утворювати фільтри сприйняття, за допомогою яких відбувається відбір інформації, що створює у сприйнятті людиною суттєве викривлення реальності. Завдяки чому одним з найбільш цинічних розповсюджувачів інформаційних вірусів стала Інтернет-реклама.

Д. Рашкофф описав нове середовище перебування людини, котре ще можна завойовувати – медіа простір. Він розглядав медіа вірус як медіа події, що зумовлюють значні соціальні зміни [20].

Прикладом медіа вірусного зараження є використання медіа вірусів в українсько-російському газовому конфлікті. У новинах мережі істина не відшукувалася, а проголошувалася, її змінювали декларації та здогадки: “Українська сторона не проявляє ніякої ініціативи в підписанні контракту на поставку газу на 2009 рік”; “Балога боїться, що лаври перемоги в газовій війні дістануться Тимошенко, а не Ющенко”; “Газпром скаржитися, що Україна вимагає газ безкоштовно, тобто задарма”; “В Америці вирішили, що в газовому конфлікті винна сама Європа” тощо [37].

В Інтернеті разом із порівняно нешкідливими інформаційними вірусами (сленгові вирази тощо) існують вкрай руйнівні (віруси тоталітарних, молодіжних банд, фашистських ідеологій). Такі віруси можуть програмувати свідомість людини на завдання максимальної шкоди людям або самому собі (наприклад, самогубство). Вважається, що революції, війни та інші масові суспільні негаразди є епідеміями, викликаними інформаційними вірусами [36].

Людина, перебуваючи у віртуальному просторі, частково занурюється у стан ілюзорної реальності. Ілюзорна реальність є продуктом зміненої реальності. Вона збіднює особистість, допомагає лише ввести людину в потрібний стан зниженої критичності свідомості, тобто змушує приймати все за “чисту монету”. У крайньому випадку веде до її руйнування. Саме тому методи вербального впливу на її підсвідомість (нейролінгвістичне програмування – НЛП, гіпноз, контроль свідомості) насправді діють і приносять результати.

На веб-сторінках багатьох політичних партій можна спостерігати, що центральне і найважливіше місце займає гучний слоган партії, спрямований на виклик у людини потрібних емоцій [27]. Психолінгвістично грамотно складені слогани завжди в підтексті містять певний концепт, суттєвий для картини світу споживача інформації. Апеляція до цього концепту на підсвідомому рівні закликає до дій, запрограмованих сугесторами.

За твердженням деяких фахівців, Росія в інформаційній війні проти України використовує технології НЛП і різні форми гіпнозу. При цьому вплив на підсвідомість наших громадян здійснюється за допомогою екрану монітору комп'ютера, вводячи їх у стан підвищеної чутливості до зовнішньої сугестії. Однак особливих успіхів кремлівські пропагандисти досягли у зомбуванні власних громадян.

3. Електронні видання.

Електронне видання – електронний документ, що пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді [21].

В залежності від наявності друкованого еквівалента електронні видання розрізняють:

електронний аналог друкованого видання, що в основному відтворює відповідне друковане видання, зберігаючи розташування на сторінці тексту, ілюстрацій, посилань, приміток тощо;

самостійне електронне видання, що не має друкованих аналогів.

Нині Інтернет-видання перетворюються на масові дискусійні портали. Коментарі є своєрідною зброєю інформаційної війни, завданнями якої є відволікання уваги від гострих тем, знищення репутації опонентів через поширення наклепів, компроамату, пліток, провокування до конфліктів, порушення душевної рівноваги об'єкту впливу, зниження інтересу користувачів до ресурсу, формування потрібної громадської думки [16].

Ця сфера інформаційного простору слугує не лише джерелом новин, а й емоційним тлом сприйняття поточних подій, оскільки Інтернет-коментарі зазвичай містять надзвичайно сильний почуттєвий компонент [39]. Читаючи їх, людина поринає в інформаційне поле фрагментарних, суперечливих і часто поверхових відомостей.

4. Спеціалізовані мережеві сайти.

Вперше сучасні інформаційні технології були використані НАТО для підтримки воєнних операцій. За безпосередньої підтримки американських фахівців з комп'ютерних технологій або з їх допомогою були розроблені спеціалізовані сайти. Вони здійснювали потужне інформаційне супроводження всіх дій альянсу. Впродовж лишень перших двох тижнів операції в Косово американське інформаційне агентство CNN підготувало понад 30 статей, розміщених потім у всесвітній мережі [22; 33].

Згодом з'явилися нові риси у психологічних операціях Збройних Сил США – широкомасштабне адресне звернення до іракського воєнного керівництва. Вищим офіцерам навіювалася думка про те, що “іракці понесуть величезні втрати, якщо не приєднаються до боротьби проти Саддама або, принаймні, не відмовляться підняти зброю проти вторгнення”.

Вище наведене свідчить: немає нічого дивного в тому, що між військовими кампаніями Росії в Україні та Сирії є багато спільного [35].

Путін за допомогою ЗМІ й Інтернет застосував хитрощі, обман і брехню, щоб прикрити операції та їхні цілі. Під час переговорів та конференцій із західними дипломатами його представники постійно погоджувалися на мирні плани, у той час як російські наземні сили продовжували артилерійські обстріли та бомбардування.

Для пропаганди своїх ідей, поширення дезінформації, збору коштів на свою підтримку і залучення нових найманців можливості Інтернету активно і цілеспрямовано використовують як сепаратисти, так і терористи різного роду. Для цього на серверах організаціями та приватними особами розміщується безліч сайтів, що містять статті, фото- та відеоматеріали, а також посилання на повідомлення найбільших світових інформаційних агентств, в яких критикуються дія урядів їх опонентів. Часто сайти дублюються різними мовами [10].

Останнім часом для залучення уваги до агресивної сторони, демонстрації своїх можливостей або намірів часто використовують заміну інформаційного змісту сайтів, здійснюючи підміну його сторінок або їх окремих елементів в результаті злому. Часто використовується реєстрація в пошукових системах сайтів протилежного змісту за однаковими ключовими словами, а також підміна посилань на іншу адресу зі спеціально підготовленим наперед текстом.

5. Боти.

Тривалий час Україна перебуває в епіцентрі інформаційної війни, що на разі загострилася до краю. Її основна мета – маніпулювати свідомістю людей і створювати у суспільстві певні настрої. А Інтернет – найзручніший майданчик для того, щоб плодити усілякі чутки, плітки і фейки [3].

Дослідження компанії Incapsula свідчить, що 61,5 % трафіку всіх сайтів тепер генерують боти. Боти посилають чіткі інформаційні блоки в розрахунок на те, що від їх постійного повторювання ці блоки врешті засвоюються [6]. Наслідки цього не можна недооцінювати.

В соціальних мережах можна створювати ботів у великих кількостях, вони потенційно можуть використовуватися для впливу на громадську думку. Вони можуть створювати численні повідомлення, які змінюватимуть сприйняття певних подій людиною.

Майже за два роки війни українці звикли до російської безглуздої пропаганди на кшталт “розіп’ятих хлопчиків” та “вбитих снігурів” і навіть сміються з того. Але боти та тролі в мережі продовжують вигадувати нові й нові історії про Україну та українців.

Нині боти стають все більш досконалими. Вони краще маскуються і більш схожі на людей. Тому завдання їх розпізнавання стає дедалі важчим. Ми навіть не знаємо, яка точність систем у виявленні останніх і найбільш передових ботів [4; 28].

Штучне керування громадською думкою за допомогою цілого батальйону наполегливих ботів називається “астротурфінг” [14].

Наслідки астротурфінгу насправді настільки серйозні, що міністерство оборони США почало фінансувати дослідження програмного забезпечення, що могло би визначати фейкові акаунти в соцмережах.

6. Чат.

Історично чат став першим методом масового спілкування в Інтернеті. Під чатом розуміють специфічну форму спілкування у Web’і, що називається IRC (Internet Relay Chat), чи просто chat (бесіда). За допомогою IRC (трансляція чатів в Інтернеті) можна вести розмову в Інтернеті в режимі реального часу.

Чат відносять до відкритих груп спілкування, де користувач можете спілкуватися в режимі реального часу, використовуючи псевдонім. Чат-групи або чат-кімнати часто називають відповідно до теми або вікової групи учасників. Спілкуванню в чаті характерні своя мова, етикет і культура [8].

Думки, висловлювані в чатах, здебільшого образні і невтішні. “Тінейджерські балачки”, “ескапістський наркотик”, “відчуття тихого божевілля” – ось далеко не найяскравіші визначення. І на перший погляд вони абсолютно справедливі. При першому відвідуванні чату людина спостерігає величезну мішанину різнобарвних реплік різного ступеня пристойності. Очевидно, що сугестія у чаті може легко використовуватися як спосіб відволікання уваги від актуальних проблем. Тобто, практикувати переважно спілкування заради самого спілкування.

Вважається, що люди в мережі поведуться далеко не так як у реальному житті – вони реалізують те, що не можуть реалізувати в реальному житті. Однак, необхідно додати, що при цьому обов’язково відображаються їх знання, набуті в реальному житті. Зазвичай говорять, що при віртуальному спілкуванні долаються численні соціальні бар’єри у вигляді віку, зовнішності, соціального статусу, манер тощо. Безосібність свого часу швидко створила умови для того, щоби чат став чудовою основою для тролінгу – одного із найяскравіших проявів психологічної маніпуляції в Інтернеті [25].

Тролінг – це написання в Інтернет-мережі (на форумах, у групах новин тощо) провокаційних повідомлень з метою викликати флейм, конфлікти між учасниками, беззмістовну розмову, образи тощо. Під флеймом (з англ. flame – вогонь, полум’я) слід розуміти обмін повідомленнями на форумах і в чатах у формі словесної війни, яка нерідко втрачає відношення до первинної причини дискусії [38].

Головною ціллю тролінгу є внесення в суспільство розладу, хаосу. Провокаційні, інколи гумористичного, іронічно-саркастичного характеру повідомлення троля направлені на залучення інших Інтернет-користувачів до безкорисної конфронтації. Чим більше реагує віртуальне суспільство, тим більша можливість тролінгу з боку ініціатора, оскільки увага інших стверджує його впевненість у тому, що його дії досягають поставленої мети – викликати хаос. Такий штучно створений хаос може трансформуватися в одну з двох стадій: стадія втрати контролю і стадія умілого прихованого використання хаосу його творцем з маніпулятивними цілями. При втраті контролю над хаосом може відбутися або його розпалювання, або затухання.

У зв’язку з вищенаведеним, не можуть не викликати занепокоєння плани менеджменту мережі Facebook, що планує запустити функцію секретних чатів, користувачі яких матимуть можливість встановити таймер електронного листування. Як стверджують розробники, такі чати створюються для зручності обговорення делікатних питань і будуть доступні тільки конкретним користувачам.

7. Он-лайн-форуми (веб-форуми).

Он-лайн-форум – один з найпопулярніших видів спілкування в Інтернеті – це спеціальний веб-сайт для проведення дискусій, на якому користувачі обмінюються досвідом та ідеями з певної заданої теми, в тому числі обговоренню певних політичних подій тощо. Бувають форуми, де учасники спілкуються та діляться досвідом із певних вузькоспеціалізованих тем.

Робота форуму полягає у створенні користувачами тем у розділах і можливістю обговорення всередині цих тем. Найпоширеніший поділя веб-форуму: “розділи → теми → повідомлення”. Звичайно повідомлення несуть інформацію “автор – тема – зміст – дата/час”. Повідомлення та всі відповіді на нього утворюють гілку. Кожен учасник форуму (користувач) має свій унікальний пароль та логін, якими він користується для доступу на сторінку форуму. При цьому учасник за своїм бажанням може або

залишатися анонімним, або брати участь в обговореннях під своїм справжнім ім'ям та прізвищем.

Багато в чому завдяки великому обсягу інформації, що циркулює в Інтернеті, і, на перший погляд, уявній простоті, доступності подачі і розуміння інформаційних повідомлень, як і блоги, різноманітні форуми в більшості мають такі ж самі властивості, що роблять їх чудовим майданчиком сугестивного впливу.

Так, на анонімних Інтернет-форумах продавці синтетичних наркотиків, відомих у народі як “солі” і “мікси”, оголошують про відкриття “філій” у великих містах України. Серед міст, де створюють цілі центри з розповсюдження наркотичних засобів, – Харків, Одеса, Запоріжжя, Дніпро, Черкаси, Львів і Житомир. Організатори наркомережі викладають прайси і оголошують набори “мінерів” – тих, хто розкладатиме пакетики з наркотиками по під'їздах тощо.

8. Іміджборд.

Іміджборд – це різновид форуму з необов'язковою (часто відсутньою) реєстрацією, або навіть ідентифікацією особи, та певними особливостями модерації. Він має розділово-тредовий спосіб організацію спілкування.

Оскільки іміджборди є підвидом форумів, то і мережева культура, що формується на їх базі, містить ті ж самі загальні категорії, що й форумна. Розділово-тредова система спілкування формує явища протидії та використання механізму оновлення тредів, причому кількість тредів зазвичай обмежена. У зв'язку з особливостями розмітки, утворюються особливі засоби вираження текстом як то наприклад поетапна конкретизація. Важливу роль у цьому відіграє простота оформлення [24].

Головна причина популярності іміджбордів – безосібне дописування без реєстрації і з мінімальною модерацією. Так, дана концепція надає лише можливості. Але користувачі, використовуючи дані можливості, перетворюють те про що ви прочитали у попередніх розділах, на домівку феєрії та драми.

За рахунок вищенаведених обставин, культура іміджбордів, є надзвичайно насиченою особливостями, що відрізняють її від усіх відомих досі Інтернет-культур. Значна частина цих особливостей полягає у відкиданні будь-яких моральних принципів (незалежно від того, де мешкає член спільноти) та використанні нових засобів соціальної динаміки [10].

До визначення власне іміджбордів увіходить також поняття про орієнтованість на обмін зображеннями. Використання банерів, яскравої навігації, а також динамічної картини відволікає користувачів, поступово переманюючи їхню увагу, що стало нині одним з дієвих видів маніпулювання в Інтернеті.

9. Блоги.

Блог (англ. blog) – це мережевий журнал чи щоденник подій, веб-сайт, головний зміст якого – інформація, що регулярно додається. Це авторський твір, де автор (блогер) висловлює власне ставлення і суб'єктивні думки з приводу певної події. Сукупність усіх блогів в Інтернеті створює блогосферу [30].

Популярність блогосфери зумовлена можливістю використання таких недоступних раніше інструментів як RSS, trackback тощо. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості. Записи демонструються у зворотньо-хронологічному порядку. Тобто, спочатку ви отримуєте найновіші повідомлення. Крім того він діалогічний за своєю природою і передбачає зворотний зв'язок між аудиторією та автором.

Переважає більшість блогів (99 %) – це веб-сайти, в яких основна значуща частина – текст [9]. Проте блог може існувати у вигляді зображень, звуків або відео без жодного писаного слова, а е-пошта чи RSS (технологія отримання поновлень на своїх улюблених веб-сторінках) дозволяють обійтися без сайту. Теоретично у жанрі блога можна творити навіть в он-лайн: розміщувати повідомлення на дошках оголошень, залишаючи місце для коментарів, або вести стилізовану рубрику в журналі.

У контексті наших досліджень особливий інтерес становлять тематичні блоги. Саме блоги і мікроблоги за рахунок “живого спілкування”, за підтримки функції зворотного зв’язку можуть створювати якісно нове міжособистісне спілкування. Воно дозволяє вільно спілкуватися з будь-якою людиною незалежно від її територіального розташування, національної приналежності, ідеологічних переконань, віросповідання, включаючи людину в глобальний інформаційний простір.

Ключовою схемою для здійснення сугестивного впливу в блогах є: увага – довіра – репутація – вплив [20]. Щоб блог привернув увагу маніпуляторів, він повинен бути популярним у мережевому співтоваристві, викликати довіру, що забезпечує його репутацію в Інтернеті. Тільки в такому разі сугестивний вплив буде продуктивним.

Впродовж останніх років блоги отримали шалену популярність. Це сталося завдяки веб-сервісам, що дозволяють будь-кому без технічних навичок вести власний блог. Мільйони людей почали писати блоги – їхня кількість подвоюється кожні півроку [26].

Маніпулятивний потенціал блогів, що заснований на їхній принциповій настанові на довіру, відкритість і комунікацію, високо оцінили політики, військові, економісти, громадські активісти тощо.

10. Смартмоб.

Смартмоб (англ. smart mob – розумний натовп) – форма соціальної організації, яка самоконструюється завдяки засобам ефективного використання високих технологій.

Це визначення було запропоноване Г. Рейнгольдом, який вважав, що “розумні натовпи” – це результат поширення і розвитку комунікаційних технологій. Смартмоби організуються за допомогою Інтернету і мобільних телефонів та PDA. Вони можуть проводитися одночасно в декількох місцях для залучення уваги преси та суспільства [9].

У ЗМІ термін “флешмоб” замінив термін “смартмоб”. Флешмоб з англ. flash mob перекладається як “миттєвий натовп” – це наперед спланована масова акція, в якій велика група людей збирається в людному місці, виконує наперед обумовлені дії (сценарій) а потім розходиться. Збір учасників флешмобу здійснюється засобами зв’язку, загалом через Інтернет і участь в ньому є добровільною.

Формування політичних поглядів та переконань серед молоді можливе і за допомогою політ-мобів (соціо-мобів). Це – проведення акцій із соціальним або політичним відтінком. Вони є простим, оперативним і безпечнішим засобом вираження суспільної думки або привертання уваги до певних проблем, ніж мітинги чи демонстрації.

Прикладом політ-мобу можуть бути акції протесту в Білорусії, коли люди демонстративно зав’язали очі та відвернулися від встановленого на площі екрана, по якому транслювався виступ прокурора Білорусі. Щороку мобери проводять всесвітні фестивалі флешмобу: у серпні 2009 – у Харкові, 2010 – у Мінську, 2011 – в Одесі.

Ще одним варіантом флешмобу є флешмоб-туризм. Мобери можуть приїздити в будь-яке місто та брати участь у заходах. Як приклад можемо назвати сайт “Подорожник”, коли можна домовитися з незнайомими людьми стосовно доїзду на автомобілі за півціни або безкоштовно.

Якщо проаналізувати психологічні основи мотивації учасників флешмобів, то вони є різними: розвага, бажання відчувати себе вільними від суспільних стереотипів поведінки, вплинути на оточуючих, самоствердитися, спроба пережити гострі відчуття, відчуття причетності до спільної справи, отримати ефект як від групової психотерапії, емоційна розрядка, пошук нових друзів. Загалом мета досягається коштом “ефекту натовпу”.

11. Комп'ютерні ігри.

На разі комп'ютерні ігри – не лише галузь комп'ютерної індустрії, що стрімко розвивається та приносить мільйонні прибутки, але й потужний пропагандистський інструмент.

Важлива відмінність від інших інформаційних продуктів полягає в тому, що у випадку комп'ютерних ігор споживач (гравець) не обмежується пасивним споживанням інформації: внаслідок самої природи цього явища запускається психологічний механізм співучасті. Неминуче ототожнення глядача з героєм фільму/книги в комп'ютерній грі набуває активного характеру. Комп'ютерні ігри роблять людину – свого роду учасником жорстоких дій, що можуть тривати нескінченно довго.

Якщо стосовно дітей така ситуація є природною, то стосовно дорослої людини надмірне захоплення грою, перетворення гри на мету існування виглядає якщо не патологією, то явною інфантильністю. Ця інфантильність може бути частиною індивідуальності, а може і являти собою наслідки певного впливу соціуму на особу: штучна інфантилізація, тобто редукція свідомості дорослих людей до рівня підлітка з його максималізмом, чорно-білою картиною світу, підвищеною емоційністю може бути різновидом політичної маніпуляції масами [37].

Ігри-бойовики (головне завдання – знищити ворогів) можуть ґрунтуватися на різних сюжетах, як фантастичних (дія розгортається у вигаданій реальності), так і пов'язаних з реальними подіями, політичними, соціальними, географічними реаліями. Прикладом останніх можуть слугувати політичні комп'ютерні ігри і військові комп'ютерні ігри, що виступають як засіб формування стереотипів.

Політичною комп'ютерною грою ми можемо назвати ту гру, сюжет якої заснований на використанні реальних образів і подій політичного простору. Прикладом такої гри може бути комп'ютерна гра “Утеча Жакіянова”. Сюжет гри оснований на реальних подіях березня 2002 року, коли співголова політичного руху “Демократичний вибір Казахстану” Жакіянов був змушений переховуватися від переслідування місцевих спецслужб і поліції [42].

Сюжет військової комп'ютерної гри може бути заснований як на реальних війнах і бойових діях, так і на гіпотетичних військових, на умовних чи фантастичних конфліктах. За часовими параметрами політичні і військові комп'ютерні ігри можна поділити на:

- 1) засновані на історичному матеріалі (наприклад, ігри, що пропонують змінити хід Другої світової війни, чи гра, що вийшла до 41-ї річниці вбивства президента Джона Ф. Кеннеді в США;
- 2) що використовують сучасні події;
- 3) футурологічні – події відбуваються в майбутньому.

Варто зазначити, що сюжети політичних і військових стратегічних ігор часто перетинаються: наприклад, результатом розвитку політичної кризи у грі (як і в реальному житті) часто є військовий конфлікт та етнічне насильство. Так гравець сірійської комп'ютерної гри “Під ясенем” може відчувати себе учасником інтифади:

палестинським юнаком, що бореться проти ізраїльських вояків. Гра користується величезною популярністю в арабському світі і вже викликала критику Ізраїлю.

Політизовані комп'ютерні ігри стають частиною й українського політичного простору. У свій час у російських, українських і білоруських Інтернет-магазинах з'явилася комп'ютерна гра “Операція “Галичина”, створена компанією “NeoGame”. Творці гри пропонують гравцеві перевертлитися у командира загону російського спецназу, що допомагає підкорити центральну частину Західної України, що збунтувалася після перемоги проросійського президента. Представники українського політикуму й експерти виявилися одностайними в оцінці гри: її сюжет не є випадковим, за ним стоять певні політичні сили, а цілі виходять за межі простої розважальності.

В останнє десятиліття комп'ютерні ігри перетворилися на частину не лише культурного, але й інформаційного простору. За рахунок широкого охоплення аудиторії, вони активно формують певні стереотипи у свідомості людини. Насамперед це стосується дитячої та підліткової аудиторій, наслідком чого є проникнення у глибші шари психіки, засвоєння стереотипів у ранньому віці (а також охоплення тих сегментів, що не цікавляться політикою). Про це свідчать постійно повторювані спроби різних держав узяти під контроль ринок комп'ютерних ігор.

12. Електронна психотропна зброя.

Дія психотропної (психофізичної) зброї заснована передусім на використанні дистанційного впливу на людину з метою корекції її поведінки та фізіологічних функцій. Процес змінювання свідомості полягає в програмуванні поведінки людини на підсвідомому рівні [7; 29].

Засоби для змінювання свідомості особистості є різновидом психотропної зброї [31; 41]. Одним з них є “комп'ютерні віруси” – спеціальні програми, що здатні до самопоширення без відома користувача та всупереч його бажанню. Вони заражають програмне забезпечення у спосіб уведення свого об'єктного коду до коду зараженої програми. Вже винайдений вірус (“вірус ббб”) , що згубно впливає на психофізичний стан користувача комп'ютером.

13. Соціальні мережі.

Сервіси, створені для швидкого міжособистісного спілкування, нині дедалі більше стають небезпечним інструментом маніпуляції масовою свідомістю. Соціальні мережі Фейсбук, ВКонтакте, Однокласники тощо об'єднують в неформальне спілкування мільйони людей, дають можливість створювати спільноти, визначити оформлення особистих сторінок, вести переписку, як особисту, так і публічну.

Популяризація соціальних мереж в Інтернеті доповнює їх політичну та інші види активності. За допомогою даних мереж можливе застосування різноманітних технологій маніпулювання свідомістю: пропаганди, реклами, піару, перекручування інформації, дезінформації й її замовчування тощо [11; 15].

Так, найбільш легкий за формою спілкування канал комунікації – Твітер створює користувачеві труднощі: подача інформації дрібними порціями не дозволяє користувачеві ефективно її використовувати й осмислювати. Як наслідок, вирвані з потоку різноспрямованої інформації повідомлення втрачають свою актуальність і значимість. Іншим маніпулятивними прийомами є одночасна подача суперечливої інформації, викидання лише частини інформації, що змушує індивіда думати в потрібному для себе руслі, агресивний дискурс подачі інформації. Як наслідок наведених вище явищ, у людини спрацьовує психологічний бар'єр: поверхневий

аналіз інформації, відсутність мотивації, протестність і зниження рівня підтримки влади [19; 34].

Очевидно, що нині соціальні мережі стали складним інструментом маніпулювання [2; 13; 33]. Цей інструмент за допомогою використання новітніх технік передачі інформації дозволяє впливати на настрої окремих груп суспільства, активізувати ті чи інші події.

Вони стали майданчиком для різних опитувань та оцінок рейтингів. Маніпуляція використовується як у формуванні питань, підтасовці дат опитування, так і в поширенні результатів. Тому не дивно, що нині соціальні мережі витіснили за популярністю персональні сайти, форуми та чати.

Усі ці засоби Інтернет-комунікацій стали важливим інструментом масової маніпуляції свідомістю [12; 33].

Висновки.

Здійснений аналіз найпоширеніших методів маніпулювання свідомістю особи, суспільства та держави дав змогу підтвердити, що в умовах формування глобального інформаційного простору і розвитку інформаційного суспільства усі сфери життєдіяльності особи, суспільства, держави та міжнародної спільноти безпосередньо пов'язані з засобами маніпулювання свідомістю за допомогою сучасних Інтернет-комунікацій. За рахунок широкого охоплення аудиторії засоби Інтернет-комунікацій продовжують активно використовуватися для застосування методів маніпулятивного впливу, формування певних стереотипів у свідомості людини. Тому виявлення медіа-вірусів, методів вербального та сугестивного впливу на підсвідомість людини, грубих пропагандистських прийомів потребують перегляду базових причин війн і революцій, тероризму, фанатизму та одержимості, а також ролі релігій, ідеологій, преси, радіо та телебачення.

Використана література

1. Апанасик В. WikiLeaks. Избранные материалы / В. Апанасик. – М. : Альпина нон фикшн, 2011. – 280 с.
2. Ассанж Дж. Шифропанки. Свобода и будущее Интернета / Дж. Ассанж. – М. : Азбука Бизнес, 2014. – 240 с.
3. Баранюк К. Приємний співрозмовник чи інтернет-бот? – Режим доступу : http://www.bbc.com/ukrainian/vert_fut/2015/08/150818_vert_fut_how_online_bots_are_tricking_you_vp
4. Баррат Дж. Последнее изобретение человечества. Искусственный интеллект и конец эры Homo sapiens / Дж. Баррат. – М. : Альпина нон фикшн, 2015. – 304 с.
5. Барроуз М. Будущее : расшифровано. Каким будет мир в 2030 году / М. Барроуз. – М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2015. – 352 с.
6. Батогов А. Более половины мирового Интернет-трафика генерируют боты. – Режим доступу : <http://hi-news.ru/research-development/bole-poloviny-mirovogo-internet-trafika-generiruyut-boty.html>
7. Вайншенк С. Законы влияния. Как побудить людей делать то, что вам нужно / С. Вайншенк. – М. : Изд-во : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с.
8. Вострецова В.О. Спілкування в чатах як один із видів електронного спілкування. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/PNR_2006/Philologia/7_vostrecova.doc.htm
9. Гаврищак Л. Новітні інформаційні технології як засіб розвінчування сучасної подвійної суспільної моралі. – Режим доступу : http://ddpu.drohobych.net/ilos_gum/wp-content/uploads/2016/04/2013_7.pdf
10. Галицький І.В. Екстремізм в соціальних мережах : організаційно-правові заходи протидії / Альманах міжнародного права. – 2014. – Вип. 4. – С. 74-83.

11. Гвоздик О. Соціальні мережі – вільний обмін думками чи маніпулювання свідомістю? – Режим доступу : <http://xpress.sumy.ua/article/society/5700>
12. Грачев Г. Манипулирование личностью : организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. Грачев, И. Мельник. – М. : Алгоритм, 2002. – 228 с.
13. Грингард С. История вещей. Будущее уже здесь / С. Грингард. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 188 с.
14. Данько Ю.А. Астротурфінг як інструмент віртуальної маніпуляції та політичної пропаганди в умовах інформаційної доби // Сучасне суспільство : політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. – 2015. – Вип. 2 (1). – С. 38-49.
15. Довгань О.Д. Соціальні мережі як чинник впливу на інформаційну безпеку // Права інформатика. – № 2(46)/2015. – С. 25-31.
16. Журавльов А. Інтернет-спільноти у новій хвилі інформаційних війн. – Режим доступу : <http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2009/01/blog-post.html>
17. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М. : Изд-во: Эксмо, 2005. – 832 с.
18. Карр М. Великий перехід. Революция облачных технологий / М. Карр. – М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2013. – 272 с.
19. Ким Э. Ничего личного. Как социальные сети, поисковые системы и спецслужбы используют наши персональные данные для собственной выгоды / Э. Ким. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.
20. Компанцева Л. Ф. Принципи сугестивної лінгвістики в інтернетній комунікації // Філологічні науки. – 2013. – Кн. 3. – С. 13-20.
21. Левин Р.В. Механизмы манипуляции : защита от чужого влияния / Р.В. Левин. – М. : Изд-во : Диалектика-Вильямс, 2016. – 432 с.
22. Лисичкин В.А. Третья мировая (информационно-психологическая) война / В.А. Лисичкин, Л. А. Шелепин. – М. : Инс-т социально-психологических исследований АСН, 2000. – 304 с.
23. Литвиненко О.В. Впливи та операції. Теоретико-аналітичні нариси / О.В. Литвиненко. – К. : НІСД, 2003. – 240 с.
24. Матвеев А. Технологии манипулирования в сети Интернет. – Режим доступу : <http://www.enabling.ru/php/content.php?id=2488>
25. Могилко С. В. Тролінг як спосіб психологічної маніпуляції в інтернеті. – Режим доступу : <http://s-journal.cdu.edu.ua/base/2008/v4/v4pp57-60.pdf>
26. Морозов Е. Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети / Е. Морозов. – М. : Изд-во: АСТ, 2014. – 528 с.
27. Нагорний А.І. Сучасні методики маніпулювання суспільномасовою свідомістю та їх застосування в політичних технологіях. – Режим доступу : <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/4.2008/Pages%20from%20167-174.pdf>
28. Паливода Н. Інтернет-трилер “Бот”, або не вірте коментарям. – Режим доступу : http://mymedia.org.ua/articles/infowars/nternet-triler_bot_abo_ne_v_rte_komentaryam.html
29. Перцефф Д. Гиперболоид смерти. Психотронное оружие в действии / Д. Перцефф. – СПб. : Изд-во “Вектор”, 2008. – 184 с.
30. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М. : Изд-во: Манн, Иванов и Фарбер, 2008. – 336 с.
31. Почепцов Г.Г. Психологические войны / Г.Г. Почепцов. – М. : “Рефл-бук”, – К. : “Ваклер” – 2002. – 528 с.
32. Прибутзько П.С. Інформаційні впливи : роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах / П.С. Прибутзько, І.Б. Лук’янець. – К. : ПАЛИВОДА, 2007. – 252 с.
33. Присяжнюк М.М. Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – Режим доступу : http://kobzar1814.blogspot.com/2011/04/blog-post_29.html

34. Прокофьев В.Ф. Опасно! Объект атаки – психика и сознание человека. – Режим доступу : <http://mystic-news.com/articles/82-opasno-obekt-ataki-psihika-i-soznanie-cheloveka.html>
35. Социальная инженерия или манипуляции сознанием. – Режим доступу : <http://zillya.ua/ru/sotsialnaya-inzheneriya-ili-manipulyatsii-soznaniem>
36. Стасула Н. Електронні засоби виявлення вербальної маніпуляції в ЗМІ. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10663/1/13.pdf>
37. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Є.Д. Скулиш, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов] ; за заг. ред. Є.Д. Скулиша. – К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2010. – 248 с.
38. Филлипс У. Тролло. Нельзя просто так взять и выпустить книгу про троллинг / У. Филлипс. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 300 с.
39. Фіялка С. Інтернет-коментарі в системі масової комунікації / Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 9. – С. 47-48.
40. Форд М. Технологии, которые изменят мир / М. Форд. – М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2014. – 277 с.
41. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб. : Питер, 2002. – 288 с.
42. Шерман О. Комп'ютерні ігри як засіб впровадження політичних стереотипів. – Режим доступу : http://vlp.com.ua./files/31_34.pdf
43. е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право : монографія / Брижко В.М. [та ін.] ; за ред. члена-кореспондента АПрН України, доктора економічних наук, професора М. Швеця. – К. : НДЦПІ АПрН України, 2007 р. – 239 с.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~