УДК 32

О. А. Кособуцька
С. Г. Денисюк

ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено та зроблено аналіз способів та видів Інтернет-маніпулювання, яке впливає на свідомість людини, особливості рішення та її поведінку.

Ключові слова: інтернет, маніпуляція, комунікація, технологія, інформація.

Annotation

An analysis and analysis of the ways and types of Internet manipulation has been conducted, which enables us to gain a broader understanding of how the Internet influences a person's consciousness and decisions.

Keywords: internet, manipulation, communication, technology, information.

Вступ

Дослідження Інтернету, як засобу маніпулювання свідомістю людей, є нині досить актуальною проблемою. Адже Інтернет є швидким і зручним для обміну інформацією, досить вільною платформою для публікації різних думок, повідомлень тощо. Але іноді такі можливості справляють негативний вплив [1]. Як зазначив свого часу Террі Пратчетт у романі «Правда», що «поки правда взуває одну ногу, брехня встигає оббігти весь світ». З Інтернетом швидкість поширення інформації, будь якої – як правди, так і брехні, – збільшилася в рази. Таку інформацію можна легко використовувати у власних цілях, чим і користуються деякі Інтернет-ЗМІ.

Результати дослідження

Інтернет-маніпуляцію використовують із метою таємного психологічного, політичного, комерційного і навіть фізичного примусу. По суті, маніпуляція — це насильство, але ще небезпечніше, ніж звичайне, оскільки впливає на підсвідомість, викривляє наше сприйняття реальності, робить інструментом задоволення чужих потреб, нівелює нашу індивідуальність.

Як свідчать офіційні дані, Інтернетом регулярно користуються приблизно 71% українців (22,96 млн). Про це йдеться у дослідженні Дослідницького холдингу Factum Group Ukraine.За результатами дослідження, у 21 млн. осіб є Інтернет вдома (65%) [2].

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 [1].

Маніпулювання відбувається в напрямі використання помилок користувачів при звертанні до адреси потрібного сайту. Цікавий випадок описаний у книзі Б. Потятиника «Медіа: ключі до розуміння». Коли молоді люди створили сайт, що імітує CNN, то мільйони користувачів були введені в оману, не маючи й гадки, що це містифікація. Кількість відвідувань сайту стрімко зростала і сягнула двох мільйонів на день, а кількість обманутих теж визначалась мільйонами. Але більш вишуканим прикладом маніпулювання в Інтернеті є використання деяких популярних серед молоді сайтів для накручування рейтингів Інтернет-видань. Перебуваючи на певному сайті (приміром, fishki.net) для розваг, користувачі Інтернету не здогадуються, що придбали певний «напівпорнографічний» трафік, за рахунок якого вони підвищують свій рейтинг. А користувачі, які слідкують за рейтингами, отримують сфальсифіковану інформацію [3].

Оскільки в умовах демократичного розвитку людина має право на отримання достовірної, правдивої інформації, то маніпуляції в засобах масової комунікації — це зазіхання на свободу вибору і, в підсумку, можливість самоідентифікації особистості. Прикро констатувати, що дуже часто ЗМК не сприяють формуванню нормального громадянського суспільства, а стають інструментом маніпуляції в руках недобросовісних політиків, журналістів, бізнесменів.

Маніпулятивні технології в Інтернеті пов'язані з використанням не лише текстових, мовних та аудіовізуальних засобів маніпуляції. Тут вони набувають специфічної гіпертекстуальної форми і за допомогою певних психотехнологій спрямовують нашу увагу в потрібне річище.

Різноманітні містифікації та інтерпретації втілюються у незвичному синкретичному з'єднанні з технічними засобами. Тож вивчення механізмів маніпулювання в Інтернеті допоможе ефективніше опиратися такому небезпечному соціально-психологічному примусу.

Висновки

Інтернет має великий вплив на формування людських поглядів, тому потрібно контролювати потік тієї інформації, який він надає. Важливо вміти сортувати її та вдрізняти правдиві факти від фейкових. Проте контроль може привести до обмеження прав і свобод громадян, що є небезпечним для розвитку демократії в суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк С. Г. Комунікологія : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2015. 102 с.
2. Денисюк С. Г. Зовнішня реклама як комунікативна технологія виборчої кампанії 2010 року. Вісник Київського Інституту бізнесу та технологій. Студент–дослідник–фахівець : матеріали науково-практична конференції, 1 травня 2010 р. Київ: Вид-во КІБіТ, 2010. Вип. 3 (13). С. 100–102.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва, 2000. URL: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul49.htm#hdr_72 .
4. Потятиник, Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.

Кособуцька Алына Олександрівна – студента групи МВКД-17б, кафедра економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Денисюк Світлана Георгіївна – доктор політичних наук, професор, професор кафедри суспільно-політичних наук, проректор з науково-педагогічної роботи і соціальних комунікацій, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: svetadenisiyk@gmail.com

Alina A. Kosobutska – student of MVKD-17b group, Department of Enterprise Economics and Industrial Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Svitlana Denysiuk – Doctor of Political Science, Professor, Professor of the Department of Social and Political Science, Vice-Rector of Scientific and Pedagogical Work and Social Communication, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsia, e-mail: denisyuk@vntu.edu.ua