

УДК 141.7: 004.946

Надежда Яковлевна Ефремова

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Манипулирование сознанием человека в рамках виртуальной реальности

На сегодняшний день развитие и всё большее проникновение информационных технологий в нашу жизнь, с одной стороны, позволяют информации быть более доступной, с другой – помогают расширить возможности по распространению такой информации, которая сформирует нужное распространителю общественное мнение или реакцию. Таким образом, интересно ознакомиться с манипуляцией как таковой, её видами, механизмом, а также массовым сознанием.

Ключевые слова и словосочетания: манипуляция, сознание, Интернет, массовое сознание, толпа, стереотипы.

Манипулирование – процесс идеологического и социально-психологического воздействия на людей с целью изменения их поведения вопреки их интересам [1].

На сегодняшний день в связи с расширением влияния Интернета тема манипулирования становится более актуальной, поскольку данная виртуальная среда предоставляет более широкие, в сравнении с радио и телевидением, возможности по распространению разного рода дискурсов, которые, в свою очередь, оказывают влияние на человеческое сознание и, как следствие, поведение.

Интернет – глобальное виртуальное пространство. Виртуальное в своём исконном смысле: «virtual – having the inherent power to produce certain effects», переводимое как обладание врожденной энергией для продуцирования определенных воздействий [2].

Интернет есть, и одновременно его нет: перестанут работать корневые серверы DNS и их зеркала – и подавляющее число жителей планеты потеряют связь с другими компьютерами, если, конечно, им не известны ip-адреса. И это нанесёт немалый как моральный, так и материальный ущерб – такова сила этой виртуальности.

По данным ФОМ, на осень 2011 г. месячная аудитория Интернета в России составляет 54,5 млн чел. – это около 47% всего совершеннолет-

него населения страны. С осени 2010 года аудитория выросла чуть более чем на 17% (на 18% годом ранее) [3].

По данным comScore, в сентябре 2011 Россия вышла на первое место в Европе по количеству Интернет-пользователей.

Интернет сейчас – объединение миллиардов информационных ресурсов в виде информационных, новостных, развлекательных, игровых, медиа и других порталов. Объединение триллионов мыслей миллиардов людей. Площадка, где проводятся демонстрации, митинги, встречи, драки и обсуждения. Место, где женятся и разводятся, занимаются сексом, воспитывают детей, выращивают питомцев.

И вся прелесть в том, что в силу своей глобальности, доступности, удобства Интернет стал отдушиной, способом времяпрепровождения, заработка и местом применения манипулятивных техник, более эффективно, чем телевидение: телевизор смотрят многие, но большая часть молодежи сейчас в Интернете, и ставки делают именно на активную часть населения, лабильную и не всегда подготовленную к критичному восприятию.

Как и на городской площади, здесь при наличии навыков, например, красноречия и определённой грамотности активные пользователи могут воздействовать на массы через свои блоги, сайты, форумы, статьи. Эти пользователи могут иметь «реальную» популярность, а могут не иметь. Но подобно тому, как через телевизионные новости, программы и рекламу политики, «звёзды» и т. д. влияют на наше мнение, поведение, стиль, так и здесь происходит то же самое: применяются давно известные, но не всеми осознаваемые способы манипуляции.

Итак, какие же техники могут нам встретиться на просторах Интернета?

Во-первых, манипуляции любовью, страхом, неуверенностью в себе, виной, жалостью и т.п. Постоянно и везде мы с этим сталкиваемся. О них есть множество статей различного качества, в частности, публикации по-серьёзней, например, Эверетт Шостром.

Современный манипулятор, по мнению Шострома, вырастает из ориентации на рынок, когда человек – вещь, о которой нужно много знать и которой нужно уметь управлять. Манипуляции – это стиль жизни, её сценарий, регламентирующий всю систему взаимодействия человека с миром. Он направлен на то, чтобы контролировать как себя, так и других [4].

Конкретно всё это проявляется следующим образом:

– «Навешивание ярлыков». Манипулятор сознательно оскорбляет человека либо объект обсуждения. От количества негативной информации окружающие тоже начинают думать о предмете обсуждения негативно, а человек оскорбляется или иным способом ощущает негатив. Таким образом, манипулятор добивается цели – опорочить идеи, какой-либо объект или человека.

– «Сияющие обобщения». Этот прием манипуляции людьми обычно применяют пиарщики с целью формирования положительного образа продукта или человека. Он основан на использовании положительных эмоций и образов у окружающих. Достигается этот эффект при помощи слов, несущих позитивный смысл.

– «Ссылка на авторитеты». Техника манипуляции людьми в этой случае основана на цитировании высказываний или фраз известных личностей.

– «Игра в простонародность». Любимый способ манипуляции людьми у политических деятелей. Манипулятор, чтобы стать ближе к народу, играет роль простого человека. Показывает публично, что он такой же, как и все, ради формирования положительного имиджа и доверия людей.

– «Перетасовка» или «подтасовка карт». Манипулятор намеренно выбирает несколько приблизительно одинаковых фактов. По окраске они либо положительные, либо только отрицательные. Таким образом, показывается лишь одна сторона проблемы, выгодная манипулятору [6].

Таким образом, в случае любого межличностного общения: задали ли вы вопрос на форуме, Mail.ru-ответах, Google-ответах и т.д. – имеются все шансы получить сообщение с манипулятивным посылом.

Как пример, могут обвинить в, мягко говоря, глупости. Сообщение, которое будет в себе содержать данное «обвинение», может представлять собой попытку направить человека, задавшего вопрос, на поиск самостоятельного решения, а может – попытку спровоцировать неадекватную ответную реакцию. Впрочем, справедливости ради, неадекватная реакция может быть проявлена в любом из этих случаев, но лишь во втором она вызывается намеренно.

Так или иначе имеет место манипулирование, но второй вариант неконструктивен, поскольку здесь вынуждают потерять контроль.

В Интернете это называется «троллинг». У этого слова есть своё оригинальное значение – метод рыбной ловли [5]. Однако упоминаемый «троллинг» и есть «рыбная ловля», где «рыбка» – некий пользователь, а провокация – «наживка». Какова цель? – развлечься за счёт жертвы: заставить, как обезьяну в зоопарке, что-то сделать и получить удовольствие от того, что «подчинил» себе зверя. Или получить не эмоции, а настоящее управление, чтобы объект манипуляции выполнял нужные команды, а окружающая публика не ругала, а аплодировала.

Во-вторых, собственно манипулирование толпой. Мы часто не задумываемся о том, что нашим сознанием могут манипулировать. Но наше подсознание наполнено фразами, картинками и звуками, которые мы когда-либо слышали или видели. Каждый фрагмент жизни, замеченный нами, откладывается в нашем подсознании, как в копилке. Мы покупаем то, о чём «слышали» (например, приобретение телефонов компании Ар-

ple Inc., обладание хотя бы одним из которых, якобы, повышает социальный статус обладателя). Также выбираем то, что «видели», говорим то, что «прочитали» или о чем нам «сказали».

С трёх человек начинается масса индивидов, у которых уже нет шансов избежать манипуляции над своим сознанием. Существует такое понятие – эффект толпы: человек, попадая в толпу, становится иным, подчиняясь её негласным правилам.

Как писал господин Лебон: «Толпа никогда не стремилась к правде; она отворачивается от очевидности, не нравящейся ей, и предпочитает поклоняться заблуждению, если только заблуждение это прельщает её. Кто умеет вводить толпу в заблуждение, тот легко становится её повелителем; кто же стремится образумить её, тот всегда бывает её жертвой. <...> Чувствуя свою безнаказанность, каждый человек внутри толпы способен на любые поступки. Индивид в толпе приобретает благодаря только численности сознание непреодолимой силы, и это сознание позволяет ему поддаваться таким инстинктам, которым он никогда не даёт волю, когда бывает один. В толпе же он менее склонен обуздывать эти инстинкты, потому что толпа анонимна и не несёт на себе ответственности» [8].

В Интернете подобное особенно ярко проявляется во всех возможных чатах, сообществах, комментариях к новостям, другими словами, там, где есть возможность высказываться более чем одному человеку: стоит кому-то запустить в толпу любую мысль, новость, слух, как масса начинает шевелиться и решать задачи, поставленные скрытым манипулятором. Поглощенные интересом к проблеме внутри толпы отдельные личности перестают себя контролировать [7].

Это становится возможным благодаря тому, что в толпе удивительно легко исчезает наносной пласт, сформированный культурой и цивилизацией. В результате чего толпа, большей частью, руководствуется собственным бессознательным, «живет три основных желания древнего человека: убить, съесть, изнасиловать» [9].

К современным принципам манипуляции общественным сознанием можно отнести:

- принцип последовательности. Он срабатывает благодаря естественному желанию человека быть уважаемым. Последовательность в делах является примером для подражания, а значит, и уважения;

- принцип авторитета. Здесь вдаваться в подробности нет смысла. Каждый знает, как начинают нас ценить и прислушиваться к нам, когда мы говорим, что пришли по поручению директора, генерала, из администрации и т.д.;

- принцип благосклонности. Основан на нашем отчасти эгоистичном выборе. Мы будем более охотно общаться с красивым и привлека-

тельным человеком, нежели с собеседником, имеющим какие-либо внешние дефекты;

– принцип заразительности. Этот метод манипуляции сознанием срабатывает благодаря нашему бессознательному стремлению делать то же самое, что и остальные [7].

Развитие современных технологий вносит свои коррективы в систему массообразования. Например, достаточно хаотичный характер образования толпы или массы в начале прошлого века в наше время может вполне сознательно моделироваться манипуляторами посредством средств массовой информации. Иначе говоря, если раньше, во времена Фрейда и Лебона, говорили о стихийности образования толпы, то сейчас можем принимать во внимание и искусственность её формирования. Причём и тогда и сейчас необходимо соблюдение главного условия формирования толпы: достаточного накала социального беспокойства. Тогда для массообразования необходим будет только повод [9].

Повод и накал с успехом задают, в частности, СМИ. Манипуляция сознанием СМИ совершается для формирования мнения о происходящих событиях.

Вот лишь некоторые из методов манипулирования общественным сознанием:

– чтение мыслей – опрос нескольких человек, мнение которых обобщается и якобы присоединяется к мнению миллионов сограждан, при этом создаётся ложная статистика;

– фальсификация – подача информации таким образом, чтобы подменить или затмить одним фактом другие. Например, на выборах мнение, которое будет благоприятным кандидату, прячется в негативной атмосфере всего репортажа и становится незаметным. Или нежелательная, негативная информация скрывается, вместо неё формируется положительный образ объекта, о котором идёт речь;

– многократные повторы. Этот метод манипуляции массовым сознанием основан на повторении неправды в таком количестве, что в итоге зрители начинают в неё верить;

– создание лжесобытий – события не происходили на самом деле, но их выдают за свершившиеся факты [7].

Почему всё это следует рассматривать в контексте виртуальной реальности? Потому что эта реальность становится всё более реальной. Как писал Гюстав Лебон в своём труде «Психология народов и масс»: «Тысячи индивидов, отделенных друг от друга, могут в известные моменты подпадать одновременно под влияние некоторых сильных эмоций или какого-нибудь великого национального события и приобретать, таким образом, все черты одухотворенной толпы... Целый народ под действием

известных влияний иногда становится толпой, не представляя при этом собрания в собственном смысле этого слова» [8].

Другими словами, сидя перед монитором, читая или смотря новости, поданные в соответствующей форме, люди становятся частью массы, порохом, которому достаточно одной искры.

В-третьих, НЛП и особенности восприятия и эмоциональное значение цветов.

НЛП, т.е. нейролингвистическое программирование, достаточно широко распространилось среди психотерапевтов и людей, чьи профессии связаны с человеческим сознанием. Воздействие происходит посредством речи.

Последовательность операции выглядит примерно так: калибровка – затем присоединение – ведение – наведение транса – манипуляция с сознанием – внушение – вывод из транса [10]. Причин для ввода человека в состояние гипноза множество, поэтому было создано несколько различных НЛП-техник. Речь не только устная, но и письменная, поэтому применение НЛП-техник на сайтах может оказывать влияние на индивидуумов.

Значение цветов, точнее их восприятие человеком, может оказать подспорье владельцу сайта, если грамотно подобрать палитру.

В-четвёртых, стереотипы и всё, что из них следует: традиция, культура, законы и мораль.

Как формируются стереотипы мышления? Этапы их формирования следующие:

- 1) опознавание факторов среды, с которыми сталкивается интеллект;
- 2) формирование стереотипа распознавания этого фактора на будущее;
- 3) формирование ответной реакции на этот фактор [11].

Все три момента составляют стереотип поведения. За счёт вмешательства хотя бы в один из этапов формирования мыслительно-поведенческого стереотипа осуществляется манипуляция поведением человека.

Ни один человек не может прожить без «автоматизмов» в восприятии и мышлении: обдумывать заново каждую ситуацию у него не хватит ни психических сил, ни времени. Таким образом, стереотипы как необходимый человеку инструмент восприятия и мышления обладают устойчивостью, могут быть выявлены, изучены и использованы как мишени для манипуляции. Поскольку их полезность для человека в том и заключается, чтобы воспринимать и оценивать быстро, не думая, манипулятор может применять их как «фильтры», через которые его жертвы видят действительность [12].

На магической силе стереотипов основана коммерческая реклама и торговые марки. Частое повторение слов и образов создает стереотип-

ное представление о высоком качестве какого-то товара и загоняет это представление в подсознание [12].

Тем самым можно получить массу, не думающую и не анализирующую, а тем более не проверяющую стереотип на соответствие реальности.

Если удастся подтолкнуть крупные массы людей видеть какое-то общественное явление через нужный манипулятору стереотип, то несогласным становится очень трудно воззвать людей к здравому смыслу, убедить их остановиться, подумать, не принимать скоропалительных опасных решений [12].

Таким образом, видно, что виртуальная жизнь в плане общения и передачи информации по факту мало чем отличается от реальности (мы перенесли ее на просторы Интернета). Поскольку люди уходят с головой в Интернет, благодаря его распространению и доступности, а также привлекательности в плане возможностей для реализации, заработка и т. д., то перед ознакомлением с ним необходимо учесть поведению, реакциям, тем правилам, которые там существуют. Иначе очень легко потеряться, затеряться в толпе и том объеме информации, что там присутствует.

Вернувшись к вопросу манипулирования психикой, надо обратить внимание, что как раз невидимый характер подобного манипулирования чаще всего и является причиной допустимости подобного манипулирования [9]. Поэтому людям надо вскрывать эти моменты. Распространение и внедрение Интернета грозит тем, что позволяет более масштабно проводить при необходимости внедрение массовой культуры, которая уже сейчас способствует превращению людей в массы.

Как следствие, нужно постоянно контролировать входящий поток информации, чтобы дальнейшие действия были не тем, что желательно для другого, а адекватной реакцией самореализации. Необходимо критично мыслить и уходить от замены реальности её суррогатом.

1. Манипулирование. Социологический словарь – социология, общество, мировоззрение – Словари [Электронный ресурс] // Энциклопедия и Словари. Режим доступа: <http://enc-dic.com/sociology/Manipulirovanie-4562.html> (дата обращения 01.04.2012).

2. Шереверов В.И. Определение свойств виртуального [Электронный ресурс] / В.И. Шереверов; Web-кафедра философской антропологии. Режим доступа: http://anthropology.ru/ru/texts/shereverov/virtual_77.html (дата обращения 01.04.2012).

3. Развитие Интернета в регионах России [Электронный ресурс] / Компания Яндекс. Режим доступа: http://company.yandex.ru/researches/reports/internet_regions_2012.xml (дата обращения 01.04.2012).

4. Шостром Э. Типология манипулятивных типов характера. Психология. Психика. Основные понятия о психологии [Электронный ресурс] / Э. Шостром. Режим доступа: <http://pro-psichology.ru/psichologiya-lichnosti/113-tipologiya-manipulyativnykh-tipov-karaktera-ye.html> (дата обращения 30.03.2012).
5. Троллинг – Словарь рыбака [Электронный ресурс] // Мужской журнал Top4Man. Режим доступа: http://www.top4man.ru/ohota/slovar_rybaka/4601/trolling/ (дата обращения 31.03.2012).
6. Манипуляция людьми [Электронный ресурс] // Саморазвитие. Самосовершенствование. Личностный рост. Режим доступа: <http://www.kakbog.ru/manipulyaciya-lyudmi> (дата обращения 30.03.2012).
7. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] // Саморазвитие. Самосовершенствование. Личностный рост. Режим доступа: <http://www.kakbog.ru/manipulyaciya-soznaniem> (дата обращения 30.03.2012).
8. Лебон Г. Психология народов и масс [Электронный ресурс] / Г. Лебон // Библиотека Максима Мошкова. Режим доступа: <http://lib.ru/POLITOLOG/LEBON/psihologia.txt> (дата обращения 31.03.2012).
9. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Группа, толпа, масса. Механизмы воздействия [Электронный ресурс] / С.А. Зелинский // «Пси-фактор» – Центр практической психологии. Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/zel2.htm> (дата обращения 01.04.2012).
10. НЛП-техники [Электронный ресурс] // Саморазвитие. Самосовершенствование. Личностный рост. Режим доступа: <http://www.kakbog.ru/nlp-tehniki> (дата обращения 02.04.2012).
11. Стереотипы и манипуляция человеком. Вмешательство в процесс формирования стереотипов – основа манипуляции человеком [Электронный ресурс] // Идеи для вашего бизнеса. Режим доступа: http://www.timofey.ru/chelovek/stereotipi_i_manipulyatsiya.html (дата обращения 02.04.2012).
12. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С.Г. Кара-Мурза. Режим доступа: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm (дата обращения 02.04.2012).