

УДК 159.923:316.6

DOI: 10.26140/anip-2019-0803-0089

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ГИПНОТИЧЕСКОГО
МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ МАСС В МЕДИЙНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ
(VK, FACEBOOK, INSTAGRAM)**

© 2019

Манукян Арменуи Мнацакановна, кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории и истории педагогики

Армянский государственный университет им. Х.Абовяна

(0001-0099, Армения, Ереван, ул. Тиграна Меца 17, e-mail: arminemanukyan@rambler.ru)

Аннотация. В статье приведены основные направления гипнотического манипулирования сознанием людей посредством воздействия на них через социальные сети Internet. Анализируются манипуляции, применяемые в глобальной сети с целью воздействия на сознание масс. Научная проблема исследования состоит в выяснении факта: является ли воздействие на сознание целевой аудитории через социальные сети эффективным средством манипулирования. Целью исследования является изучение возможностей применения социальных сетей, как средства манипулирования сознанием. Задачи исследования: 1. Исследовать глобальную сеть Internet с точки зрения применения её в качестве платформы для размещения информации манипулятивной направленности. 2. Определить основные способы и приемы манипулятивного воздействия на сознание в социальных сетях. 3. Определить, как в контент социальных сетей включается составляющая гипнотического манипулирования сознанием людей. Гипотеза – социальные сети являются эффективным средством манипулирования сознанием целевой аудитории. С целью проверки гипотезы было проведено изучение статистики посещаемости глобальной сети и социальных сетей, а также исследованы способы и приемы, используемые для воздействия на сознание целевой аудитории.

Ключевые слова: манипуляции, сеть Internet, технологии воздействия, массовая аудитория, сознание, продвижение, идеи, социальные сети, языковые средства, повтор информации, эффект присутствия, информационное пространство.

**SOCIO-PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF HYPNOTIC MIND CONTROL
OF THE MASSES IN THE MEDIA FOR EXAMPLE SOCIAL NETWORKS
(VK, FACEBOOK, INSTAGRAM)**

© 2019

Manukyan Armenuhi Mnatsakanova, candidate of pedagogical Sciences, associate Professor
of the Department of theory and history of pedagogy

Armenian State University H. Abovyan

(0001-0099, Armenia, Yerevan, Tigran Metz street 17, e-mail: arminemanukyan@rambler.ru)

Abstract. The article presents the main directions of hypnotic manipulation of people's consciousness through the Internet. The scientific problem of the research is to study the impact on the consciousness of the target audience through social networks. The aim of the research is to study the possibilities of using social networks as a means of manipulating consciousness. Research problem: 1. Explore the Internet as a base for placing manipulative information. 2. To determine the main methods and techniques of manipulative influence on consciousness in social networks. 3. To determine how the content of social networks includes a component of hypnotic manipulation of people's minds. Hypothesis – social networks are an effective means of manipulating the consciousness of the target audience. In order to test the hypothesis, the study of statistics of attendance of the global network and social networks was conducted, as well as the methods and techniques used to influence the consciousness of the target audience.

Keywords: manipulation, Internet, impact of technology, mass audience, consciousness, progress, ideas, social network, language tools, repeating information, the immersive information space.

На сегодняшний день сеть Internet общепризнано считается наиболее удобным и демократичным местом для осуществления коммуникации. Глобальная сеть предоставляет неограниченную свободу проникновения любой информации в сознание массовой аудитории, такая информация часто может быть вредной и даже опасной для пользователей сети.

Именно поэтому изучение манипулятивных технологий в глобальной сети Internet является темой, которая требует специфических подходов к анализу, так как в ней применяются в комплексе знания психологии, технологий, средств и методов гипнотического манипулирования, а также знания современных Internet технологий, средств и методов воздействия на сознание целевой аудитории.

Современные информационные технологии напрямую связаны со всеми сферами жизни и в достаточной степени способны изменять традиционные способы производства товаров и услуг, формы проведения досуга, методы реализации гражданских прав, методы и формы обучения и развития. Информационное пространство оказывает значительное влияние на экономику и политику. Часто можно слышать о том, что XXI век – это век глобальной информатизации общества. В настоящее время логически обоснованным этапом человеческого развития является именно формирование информационного общества.

Internet является доминирующим и наиболее динамичным элементом формирующегося информационного общества, которое, как ожидается, сохранится в ближайшем будущем. Если в 1984 году сеть Internet насчитывала лишь около 1 тысячи пользователей, то уже к 2005 году численность пользователей «всемирной паутины» переступила порог 1 миллиарда человек.

Аналитические агентства We Are Social и крупнейшая SMM-платформа Hootsuite подготовили совместно пакет статистических отчетов по глобальному цифровому рынку global digital 2018. Согласно данным, представленным в отчетах, сегодня глобальной сетью Internet пользуются более 4 миллиардов человек во всем мире.

Одним из ключевых факторов роста интернет-аудитории являются доступные смартфоны и дешевые тарифы на мобильный интернет. В 2017 году владельцами мобильных устройств впервые стали более 200 миллионов человек, а сейчас мобильными телефонами владеют две трети из 7,6 миллиарда человек в мире.

Наблюдается постоянный рост пользователей социальных сетей. В течении последних 12 месяцев аудитория самых популярных социальных платформ ежедневно увеличивалась почти на 1 миллион новых пользователей. Каждый месяц более 3 миллиардов человек взаимодействуют с социальными сетями, и 9 из 10 заходят туда с мобильных устройств.

Статистика гласит:

- Число пользователей Интернета в 2018 году достигли 4,021 миллиарда человек, что на 7% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

- Аудитория социальных сетей в 2018 году составляет 3,196 миллиарда человек, плюс 13% от прошлогоднего показателя.

- В 2018 году мобильные телефоны используют 5,135 млрд человек-на 4% больше, чем год назад.

С ростом сети растет и рекламный рынок Internet, который предоставляет большие возможности для продвижения всех видов товаров и услуг, а также и манипулятивного воздействия на сознание масс.

По данным исследовательских агентств Gallup Media и Rose Creative, интернет-аудитория является более образованной и финансово обеспеченной по сравнению с аудиторией любых других средств распространения информации; большинство руководителей и топ-менеджеров используют Интернет как канал общения и источник информации.

Следовательно, эффективность глобальной сети как канала рекламной информационно-деятельности действительно очень высока, так как больше шансов выйти на связь с целевым потребителем.

Статистика рекламы показывает, что наиболее эффективным местом для продажи товаров является Интернет. Преимущества рекламы на сайте:

- меньше средств;
- дополнительная информация о мнениях. Если что-то пойдет не так, вы можете исправить проблему немедленно;
- вы можете вывести свой бизнес на международный уровень;
- не так много раздражающих людей.

По оценкам экспертов, к 2020 году интернет будет иметь самую эффективную рекламу. Статистика прогнозирует среднегодовой рост на 16,2%.

ВКонтакте (VK) – это самая большая и активная социальная сеть среди русскоязычных пользователей. Количество посетителей в день достигает 36 миллионов, статистика сайта показывает, что большинство сетей являются молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет.

Instagram стал активной площадкой для продвижения многих товаров или идей. Статистика рекламы Instagram прогнозирует выручку в \$ 2,8 млрд к концу 2017 года. По посещаемости сеть занимает одно из первых мест в мире. Она уступает таким сетям, как Facebook и Twitter. 34,9% пользователей в возрасте от 25 до 34 лет.

В условиях современности Internet является одним из атрибутов жизни в обществе. Ежедневно значительное число людей нуждается в доступе к глобальной сети. Необходимо отметить, что цели такой потребности могут быть кардинально разными, начиная от обычного поиска нужной информации и общения в социальных сетях и вплоть до к серьезной работы на разных уровнях от частного до государственному. В таких условиях не удивительно, что в Internet пространство проникают самые различные технологии манипуляции сознанием, так как в глобальной сети отсутствует цензура, чем пользуются манипуляторы сознанием.

Такое взаимопроникновение создает проблему использования манипулятивных гипнотических технологий через сеть Internet.

На сегодняшний день в глобальной сети уже в полной мере используются технологии воздействия на сознание человека, причем эти технологии далеко не новые, они давно известны, но просто адаптированы в новый формат.

Цель исследования состоит в анализе технологий гипнотической манипуляции сознанием посредством использования Internet технологий на примере социальных сетей. Нами будет рассмотрено несколько видов манипуляции сознанием и выделены наиболее часто используемые технологии, а также определено, к чему приводит применение этих технологий, и их влияние на

изменения в поведении, сознании и действиях целевой аудитории.

Каждый исследователь данной проблемы по своему классифицирует виды манипуляции сознанием, но, несмотря на разницу во взглядах о гипнотической манипуляции сознанием, у всех исследователей есть общие выводы.

По мере продвижения изменений в развитии общества изменялась и система средств, которые применялись в целях манипулирования сознанием масс. Сначала доминирующие позиции по части манипулирования сознанием занимали книги, журналы и газеты, затем радиовещание и кино. Позже на первое место вышло телевидение, которое стало основным каналом для распространения идей и взглядов для массовой аудитории. На смену телевидению пришла глобальная сеть Internet, которая объединила в себе все вышеперечисленные сферы и стала общим аудиовизуальным каналом подачи информации.

Под словом «манипуляция» следует понимать навязывание в форме скрытого психологического воздействия манипулятором своей воли, своих мыслей и направленности к определенным действиям.

Основой манипуляции является эксплуатация эмоций человека. Сергей Кара-Мурза в своей книге «Манипуляция сознанием» отмечает, что природа манипуляции имеет двойное действие, и вместе с открытым сообщением манипулятор направляет адресату некий «закодированный» сигнал, который направлен на то, чтобы «разбудить» в сознании получателя сигнала именно те образы, которые нужны манипулятору. Данное скрытое действие направлено на «неявное знание», которое имеется у получателей сигнала и на способность массовой аудитории создавать в собственном сознании образы, которые могут влиять на их чувства, мысли и поведение. [1]

Искусство манипуляции состоит в том, чтобы направлять процесс воображения целевой аудитории по нужному руслу, но делать это так, чтобы объект воздействия не замечал скрытых сигналов, побуждающих его поступать так или иначе. Кара-Мурза отмечает, что главными манипулятивными технологиями в СМИ могут быть эвфемизмы, упрощения, использование стереотипов, применение повторов, отрывистый способ подачи информации, коннотации.

Манипулятивные технологии применяются с целью тайного психологического, политического, коммерческого и даже физического принуждения. В сущности, манипуляция – это насилие над сознанием масс, причем более опаснее, чем обычное, так как оказывает влияние на подсознание человека, что приводит к искажению восприятия реальности, делает индивида инструментом для удовлетворения чужих потребностей и в значительной степени изменяет индивидуальность.

Алексей Картунов в своей книге «Концепции идеологических диверсий и агрессии» отмечает, что можно выделить несколько основных средств манипуляции общественным сознанием: [2]

- 1) языковые средства, которые основаны на использовании определенных терминов, штампов, политических и идеологических клише;
- 2) неречевые средства, которые представляют информацию в благоприятном для манипулятора контексте и блокируют «невыгодную» информацию;
- 3) активные средства насаждения ценностей и стереотипов;
- 4) пассивные средства, которую фрагментируют информацию.

Для подачи сообщений, которые создаются с целью манипуляции, применяются определенные языковые приемы, например подача определенных ключевых слов на английском языке, применение шрифтов, заголовков и подзаголовков, выделение цитат, применение разных цветов в тексте.

Наталья Лигачева в ряде своих комментариев в проекте «Детектор медиа» приводит некую классификацию технологий манипуляции сознанием через СМИ, которые возможно также применять и к социальным сетям Internet [3]:

1. Использование стереотипов, которые формируют представление социального объекта в упрощенном схематическом виде. Эти приемы формируют стереотипное мышление, со временем фиксирующееся в сознании. Такое мышление не поддается проверке опытом, его очень сложно изменить.

2. Подмена имен, названий, насаждение штампов и «наклеивание» ярлыков. В основном такие приемы используются для негативных оценок, выражения недоверия.

3. Применение риторических вопросов в контенте сообщений. Такие вопросы часто используются в социальных сетях, они кажутся на первый взгляд простыми, но если ответы на эти вопросы наполнить контекстом определенной направленности, целевая будет мыслить в направлении, нужном для манипулятора.

4. Выборочный повтор информации. Некоторые новости, реклама или сообщения повторяются очень часто, в результате чего автоматически укрепляются в сознании пользователей.

5. Утверждение фактов. Этот прием предполагает вместо дискуссии подаваемые манипулятором утверждения, чаще всего без доказательств. Такие утверждения несут в себе выгодные манипулятору идеи.

6. Сообщения полуправдивого характера. Этот прием заключается в подробном и объективном рассмотрении незначительных фактов, по настоящему важные вещи почти не затрагиваются или даже скрываются. Такой подход имеет следствием фальшивую интерпретацию событий и помогает сохранять доверие пользователей к обсуждениям в социальных сетях.

7. Ссылка на чей-то анонимный авторитет, на чье-то весомое мнение, при этом сообщаемая информация обретает значимость и правдоподобие.

8. «Спираль умолчания» [3], или манипуляции с опросом общественности. Подборки контента комментариев направлены на убеждение пользователей в том, что какую-то идею или позицию поддерживает абсолютное большинство аудитории. Такой метод основан на закономерностях массовой психологии, заставляет людей с другими взглядами скрывать их, чтобы не оказаться в социально-психологической изоляции.

9. Эффект присутствия, который достигается применением специальных технологий, которые имитируют реальность и усиливают иллюзию достоверности.

10. Манера «обыденного рассказа», при которой информация о каких-то значимых политических событиях, социальных конфликтах или трагических происшествиях подается в деловом и спокойном тоне, что способствует индифферентности восприятие ее аудиторией.

11. Эффект первичности. Попытки сети оперативно подавать информацию может также использоваться как манипулятивный прием, который не дает возможности массовой аудитории осознать полученную информацию, поскольку ее сразу вытесняет новая, никак не связанная с предыдущей.

12. Констатация определенного факта. Желательное для навязывания положение подается как факт, который уже состоялся.

13. Отвлечение внимания на что-то незначительное нацелено на отвлечение внимания аудитории от важных событий на менее значимые и снижение психологического сопротивления со стороны общества.

14. Использование рассказов якобы очевидцев происшествия. При этом специально подбираются люди и делается монтаж события с необходимым смысловым рядом.

15. Принцип применения контрастов применяется когда необходимо предоставить негативную информа-

цию о каких-либо событиях, но тактику прямых обвинений применять нельзя, поскольку тогда навязывание идеи станет слишком явным.

16. Психологический шок. Новости о чрезвычайных происшествиях, которые вызывают психологический шок в обществе, разрушают все уровни психологической защиты и позволяют внедрять в сознание инспирированные схемы.

17. Создание ассоциаций. Объект информационных сообщений в глазах общественности привязывается к негативным стереотипам массового сознания.

18. Информационная блокада «невыгодной» информации, удержание ее или изложение в благоприятном для представления контексте.

Таким образом, определив технологии манипуляции сознанием, мы должны определить Internet технологии, благодаря которым это возможно их применение.

К Internet технологиям, направленным на манипуляцию сознанием, следует отнести размещение, создание и поддержку в глобальной сети сайтов, блогов, чатов, форумов, социальных страниц. Именно в таких местах чаще всего осуществляются манипуляции над человеческим сознанием.

Следует отметить, что существует несколько способов манипуляции сознанием в сети, это в первую очередь такие приемы как спам и троллинг.

Известно несколько наиболее распространенных видов спама:

- Массовая рассылка сообщений религиозного содержания.
- Массовая рассылка для вывода почтовой системы из строя (отказ сервиса).
- Массовая рассылка от имени другого лица, с целью вызвать к ней негативное отношение.
- Массовая рассылка писем, содержащих компьютерные вирусы (для их начального распространения).

На сегодняшний день, достаточно популярным местом применения манипуляций сознанием являются социальные сети такие как VK, Facebook, Instagram. Это объясняется тем, что сейчас стало «модным» быть зарегистрированным хотя бы в одной социальной сети, и действительно – это удобно.

Одним из последних примеров манипулирования сознанием можно назвать как метод «создания ассоциаций». Дело в том, что на персональных страницах социальных сетях, можно найти множество групп, единомышленников, которые делятся определенными новостями, информацией, фотографиями, историями из жизни. Также на страницах социальных сетей настраивается реклама, направленная на целевую аудиторию, которая отбирается с помощью специальных программ.

Например, в одной из групп в сети VK, часто появляются фото с нецензурной лексикой и подписью под ним «это круто». Такие фото могут стать чрезвычайно популярными в определенной среде молодежи. Предположим, сто подобные картинки закрепляются в памяти людей, которые регулярно или несколько раз в неделю обращались новостной раздел в группах. На сегодня, уже по сути создан стереотип. Сейчас уже не нужна подпись «это круто», достаточно одного фото, и наоборот подписывая любое изображение «это круто», в памяти сразу возникает первоначальное фото. Поэтому, можем сказать, что это ассоциативное представление было сформировано путем повторения фотографии с подписью под ней.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее распространенными технологиями манипуляции в сети Internet будут являться:

- формирование ассоциаций;
- применение стереотипов;
- повтор необходимой информации.

Также к средствам манипулятивного воздействия следует относить спам и троллинг.

С помощью этих приемов манипуляторы заставляют

людей делать то, что им необходимо, при этом массовая аудитория даже не понимает сути того, что делает.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. (Серия: История России. Современный взгляд). М.: Алгоритм, 2000. – 735 с.
2. Картунов А. В. Концепции идеологических диверсий и агрессии / А. В. Картунов. - Киев : Политиздат Украины, 1986. - 189 с.
3. Детектор медиа: [Электронный ресурс] // <https://www.facebook.com/DetectorMedia> (дата обращения 25.04.2019) 29 апреля 2019 г.

Статья поступила в редакцию 10.07.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019