

УДК 061.327(045)

В. Ф. Коломієць

*кандидат технічних наук, професор кафедри
міжнародної інформації та інформатики Інституту
міжнародних відносин КиМУ*

А. І. Вишневський

*студент магістратури Інституту міжнародних
відносин Київського міжнародного університету
(Київ, Україна)*

РОЛЬ INTERNET-ТЕХНОЛОГІЙ У ФОРМУВАННІ СВІДОМОСТІ

У статті аналізуються маніпуляції, що застосовуються в мережі Internet з метою впливу на свідомість. Internet, з одного боку, є найдемократичнішим і швидким способом комунікації, а з другого – дає необмежену свободу входження в нашу свідомість будь-якої інформації, часом шкідливої чи навіть небезпечної.

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

Формування громадської думки за допомогою Internet-технологій тема, що потребує всебічного і всеохопного дослідження й аналізу, оскільки при такому способі використання маніпулятивних технологій використовуються сучасні технічні засоби, тобто вже не потрібні телебачення, друковані видання, листівки і т.д.

Нині формування громадської думки відбувається за допомогою мережі Internet, а точніше за допомогою сайтів, блогів, соціальних мереж та ін. Тому що саме тут ми маємо все необхідне і навіть більше для впливу на свідомість

людини, на її емоції, точку зору, інколи навіть її світогляд і захоплення. Це пояснюється тим, що Internet – це, по суті, аудіовізуальний канал передачі інформації.

Нині ми маємо ситуацію, за якої абсолютна більшість молодого населення в розвинених країнах світу мають власні персональні сторінки в соціальних мережах типу Twitter, Facebook, ВКонтакте та інші. Слід зазначити, що, окрім соціальних мереж, існують Internet-видання, а саме певні електронні газети.

У світі відбувається процес неухильного зростання масштабів застосування нових інформаційних технологій, серед яких особлива роль належить глобальній мережі Internet. Характерною ознакою Internet-видань є безвідповідальність: користувачам надається значний відсоток неправдивої інформації. Internet став дуже зручним інформаційним полігоном для поширення компромату щодо певних політичних сил. Усе це відбувається на тлі вибухового зростання Internet-аудиторії, збільшення реального впливу мережі на політичне життя країн тепер і в майбутньому. Тим паче, що більшість користувачів – це молоді люди від 18 до 35 років, з вищою освітою і підвищеною соціальною активністю.

Під час дослідження нами було розглянуто й проаналізовано діяльність деяких Internet-видань і соціальних мереж у різних державах світу, які відрізняються між собою як формою правління, так і місцем і роллю у системі міжнародних відносин. Проаналізували політичні підтасування, інтриги, маніпуляції, відкрите віроломство, політичний шантаж і багато іншого, що використовується.

Маніпуляція свідомістю за допомогою глобальної мережі Internet лише набирає оберти, тим не менш, ми вже маємо безліч прикладів застосування маніпулятивних технологій і громадянах країн, як своїх, так і інших.

Зі зростанням проникнення Інтернету – а станом на 2012 рік третина населення світу мала доступ до мережі – владні еліти почали більше перейматися потенціалом нових технологій як каталізаторів політичних протестів і змін. Отже, авторитарні режими по всьому світу вживають різноманітних заходів для того, щоб фільтрувати й стежити за інформацією в мережі, а також безпосередньо обмежувати свободу слова он-лайн. Зокрема, дослідження виявило такі найпоширеніші методи обмеження інтернет-свободи: прийняття законів, які перешкоджають вільному висловленню думок у мережі і передбачають покарання користувачів за розміщення певного контенту; арешти блогерів та звичайних користувачів; фізичні напади на критиків режиму; хакерські атаки на сайти, що розміщують критичну інформацію про владу; проплачений тролінг, який раніше був поширений лише в Китаї та Росії, однак останнім часом набуває дедалі більшого застосування в багатьох країнах, та ін. [1].

У серпні 2010-го в Twitter з'явився юзер *uriminzok*, що значить «наша країна». В одному з перших постів він назвав уряд Південної Кореї «повією Сполучених Штатів». Акаунт на Twitter був частиною широкої північнокорейської операції в Інтернеті, куди також входив акаунт на Facebook (у його профілі значилося, що це чоловік, який хоче познайомитися з іншими чоловіками, але суто для ділових контактів) і серія розміщених на YouTube роликів, які прославляють міць північнокорейської армії. Офіційний представник Північної Кореї заявив, що країна не причетна до акаунтів на Facebook і Twitter, але визнав, що вони створені прихильниками північнокорейської влади, що проживають у Китаї та Японії.

Авторитарні режими продовжують цензурувати Internet й утискати блогерів, але все частіше користуються

глобальною мережею для розміщення власної пропаганди. І їм це вдається: децентралізований характер розмов онлайн часто полегшує маніпуляції громадською думкою як всередині країн, так і в глобальному масштабі. Таким чином, тепер режим можуть поширювати свою ідеологію витонченіше, через анонімних коментаторів та інших маловідомих посередників [1].

Влада Китаю не тільки навчає блогерів і платить їм за спроби спрямувати дискусії в сприятливіше для неї річище, а й розсилає sms із цитатами в дусі маоїзму, що окрилюють, рекламує комп'ютерні ігри, де потрібно боротись із корумпованими чиновниками, і складає патріотичні рінгтони. За деякими даними, у 2009 році в день державного свята мільйони клієнтів China Mobile виявили, що їхні рінгтони було замінено на націоналістичну пісню у виконанні Джекі Чана.

Кремль щодо цього питання зовсім недалеко позаду Пекіна. Він користується послугами кількох відомих блогерів, які проводять урядову лінію і допомагають Кремлю достукатися до просунутої інтернет-аудиторії, що уникає віртуозної пропаганди уряду на телебаченні. Деякі «інтернет-кардинали Кремля» стали співведучими телешоу в прайм-тайм. На початку 2010 року Дума запропонувала ввести податкові пільги для фірм, які випускають комп'ютерні ігри патріотичного змісту.

На думку пана Морозова, авторитарні режими перемикаються на пропаганду, усвідомлюючи, що в Інтернеті цензура безсила: «Замість блокування небажаних думок вони намагаються відтіснити їх на узбіччя, часто шляхом підриву репутації критиків. Їх оголошують наймитами Заходу, і час від часу це спрацьовує». У китайського уряду є ціла армія мережевих коментаторів «50-центової партії» (назву отримано за жалюгідні

гонорари, що отримуються за кожен коментар). «50-центовиків рідко використовують для пропаганди якоїсь справді нової партійної лінії. Швидше вони є засобом стримування реакції в Інтернеті на делікатні політичні проблеми, спосіб посіяти сумніви», повідомляючи, що подібні експерименти проводять влади Азербайджану та Нігерії, а іранські священники в Кумі з 2006 року організують курси блогерів переважно для благочестивих мусульманок, щоб уплинути на дискусії щодо ролі жінки в іранському суспільстві. Президент Венесуели Чавес охоче пише в Twitter під ніком Chavezcandanga, можливо, щоби завоювати прихильників в інших країнах Латинської Америки, і збирається найняти 200 співробітників собі в допомогу [2].

Завдяки децентралізації публічної сфери пропаганда, у принципі, стала простішою, 100 блогерів часто легше підкупити, ніж редакційну раду однієї газети. Програма Megaphone, створена ізраїльськими активістами, виявляє в Мережі все нові опитування про свою країну і запрошує користувачів негайно голосувати, а також знаходить позитивні статті про Ізраїль та заохочує їх розсилку друзям [3].

Таким чином, ми бачимо, що за кордоном маніпуляція свідомістю через глобальну мережу відбувається з боку уряду для притуплення мас, та отримання повноти контролю за їхніми діями та вчинками. Це відбувається не лише на теренах Північної Кореї чи Китаю, це відбувається в усіх країнах світу, проте проявляється дещо по-іншому.

Звісно, ми маємо право стверджувати, що маніпуляція свідомістю суспільства владою відбувається лише в країнах з тоталітарним чи майже тоталітарним режимами. Але чи насправді це так? Чи дійсно влада демократичних країн не звертається до технологій «управління масами»

напрацьованими впродовж століть. Очевидно, що не тільки звертається, а й уміло користується ними.

Довести дане твердження ми можемо, перемістившись від країн Азії та Близького Сходу, а точніше – до Європи. На прикладі Сполученого Королівства ми побачимо як саме. Справа в тому, що найближчим часом Великобританія муситиме відкрити шенгенську зону, для країн останнього розширення ЄС, тобто для Болгарії та Румунії. Очевидно, що Великобританія не хоче цього, оскільки до країни плине величезний потік «заробітчанин». У зв'язку з цим нещодавно в мережі з'явився відеоролик, який також транслюється по телебаченню, у якому для тих, хто бажає поїхати до Британії, настає «Вселенський облом», у вигляді того, що активно демонструється гидка англійська погода: сніг, дощ, вітер, волога і т.д. майже не придатна для існування, цілковита неможливість працевлаштування як офіційного так і не легального.

На базі даного відеоролика створена майже ціла кампанія, на меті якої переконати громадян Румунії та Болгарії не їхати до Великобританії, оскільки там майже не існує умов для життя. Тобто урядом Великобританії робиться пряма маніпуляція громадянами Румунії та Болгарії з метою їх переконання відмовитись від намірів їхати до Британії на заробітки.

Тобто, ми бачимо, що в правових країнах відбувається не заборона певних висловлювань чи думок, не блокування аккаунтів, сайтів, блогів і т.д., а відбувається саме спрямування громадської думки в потрібне рiчище. Таким чином, ми маємо вже не нав'язану думку щодо певних проблем, а власну, логічно пояснену та розкритую самому. У даному випадку держава виступає каталізатором «нової, власної думки».

Слід зазначити, що одним зі способів впливу на громадську думку є політична реклама. Можна сказати, що в справі маніпуляції за допомогою реклами фахівці США досягли досконалості. Відомий американський учений Ноам Хомський у книжці «Необхідні ілюзії: контроль над свідомістю у демократичних суспільствах» пише: «...протягом 80-х років урядам Рейгана та Буша у США вдавалося провадити цілком праву соціальну та мілітаристську політику навіть за обставин, коли в суспільній думці простежувався сильний зсув у бік соціал-демократичних принципів. При опитуванні переважна більшість підтримала введення державних гарантій повної зайнятості, державне медичне обслуговування та будівництво дитячих садків, а співвідношення прихильників і противників військових витрат становило 3:1. Майже половина населення США була впевнена, що фраза від кожного за здібностями, кожному за потребами» – стаття Конституції США, а не гасло з «Комуністичного маніфесту Маркса» [4].

Також варто зазначити, що саме в США вперше застосувалася політична реклама, та й взагалі саме там було введено та розроблену велику кількість методів маніпуляції громадською думкою через рекламу.

Для оцінки загальної ситуації з рекламою та її впливом на свідомість громадян ми розглянемо декілька їхніх методів маніпулювання.

«Очевидці» події – дуже ефективний прийом, нерідко використовується для створення емоційного резонансу. Опитується багато випадкових людей, зі слів яких формується необхідний смисловий і емоційний ряд. Найсильніший ефект роблять крики старої, плач дітей, молоді, інвалідів. Класичним став приклад часів війни в Перській затоці. У жовтні 1990 р. світові ЗМІ облетіла

розповідь п'ятнадцятирічної дівчинки про те, що вона бачила, як іракські солдати витягли п'ятнадцять немовлят з пологового будинку і поклали їх на холодну підлогу помирати. Ім'я дівчинки демонстративно ховалось із міркувань безпеки її сім'ї. Президент США Дж. Буш використовував розповідь про мертвих немовлят десять разів упродовж сорока днів перед початком вторгнення до Ірак. Сенатське обговорення щодо схвалення військової акції так само неодноразово поверталось до цього факту. Пізніше з'ясувалося, що цією дівчинкою виявилася донька посла Кувейту в США, члена кувейтської правлячої сім'ї. Ще пізніше стало відомо, що більшість інших «свідків» були підготовлені і виставлені відомою фірмою з паблік рілейшнз Hill & Knowlton. Але це вже нікого не хвилювало.

Створення асоціацій – об'єкт в очах громадськості штучно прив'язується до чогось такого, що сприймається масовою свідомістю як дуже погане (або навпаки - хороше). Для цієї мети широко використовуються метафори.

«С. Хусейн – арабомовний Гітлер» – американська пропаганда.

Метафори, включаючи асоціативне мислення, дають величезну економію інтелектуальних зусиль. Саме тут і прихована чергова пропагандистська пастка. Спокуса заощадити інтелектуальні зусилля змушує людину замість вивчення й осмислення сутності проблем вдаватися до асоціацій і помилкових аналогій: називати ці речі якоюсь метафорою, яка відсилає до інших, уже вивчених станів. Найчастіше ілюзорна і сама впевненість у тому, що ті, інші стани, через які він пояснює собі нинішнє, йому відомі або зрозумілі. Наприклад, російський патріот говорить собі: нинішній путінський режим – як за часів Петра Першого. Він упевнений, що знає, якими були часи Петра Першого, і

в цьому, можливо, його перша помилка – і перша умова успіху даної маніпуляції [5].

Створення загрози – ще один прийом «стратегічного» характеру, що впливає на емоції масової аудиторії. Його головне завдання – будь-яким способом змусити нас боятися. Деморалізовані і залякані люди роблять або хоча б схвалюють дії, які цим людям зовсім не вигідні. Найчастіше технологія така. Ілюзорна або реально існуюча небезпека якогось явища (наприклад, тероризму) багаторазово посилюється і доводиться до абсурду. ЗМІ влаштовують істерію з приводу чергової «глобальної загрози», викликаючи в людей масовий страх з метою створення сприятливої обстановка для маніпуляції масовою свідомістю – передусім, у політичних цілях.

«Патріотизм проти тероризму» – найпопулярніше пропагандистське гасло в США після терактів у Нью-Йорку 11 вересня 2001 року. Страх тероризму, психологічний шок після терактів і послідували за цим вибух патріотичних почуттів американців (психологічний ефект компенсації), які були активно використані для впровадження в масову свідомість «образу ворога». При цьому об'єктами практичного «додатку» патріотизму стали не тільки безпосередні винуватці терактів, але й усі незручні для Сполучених Штатів політичні режими. Нинішні «антитерористичні операції» нерідко спрямовуються проти регіональних рухів, які виступають проти засилля транснаціональних корпорацій або відкидають принцип світової гегемонії США. Отже, якщо ви, не дай Бог, відкидаєте диктат «країни рівних можливостей» на світовій арені, у вас сьогодні є всі шанси бути «призначеним» у терористи...

Отже, з діяльності уряду США щодо формування громадської думки за допомогою реклами ми бачимо, що

США планомерно й цілеспрямовано встановлюють повний контроль за громадською думкою. Тобто всі настрої населення створюються лише для певних дій уряду, тому, що відома істина: якщо населення не підтримує уряд, то такому уряду не довго існувати.

Щодо України, то вона не є винятком. Маніпулювання громадською думкою населення відбувалося навіть до здобуття незалежності. Навіть у ті далекі роки, коли ми не мали самостійної держави, наші політичні діячі зуміли налаштувати громадськість, щоб та проголосувала за незалежність. Отже, відтоді ведеться відлік сучасної маніпуляції громадською думкою в Україні.

Технічний прогрес створив новий виток як у світі, так і в нас. Нині ми маємо тисячі україномовних сайтів, форумів, блогів і мільйони користувачів соціальних мереж. Сьогодні ми можемо переглядати новини в глобальній мережі в режимі реального часу з будь-якої точки планети.

Розвиток новинарних Інтернет-ресурсів в Україні є закономірним. Крім того, їхня кількість, різноманітність і різноспрямованість дають змогу диверсифікувати джерела інформації і почути думки всіх зацікавлених сторін, що, безумовно, є цінним надбанням свободи слова. Проте, якщо використовувати для створення новинарних стрічок тільки продукти інформаційних агентств, які б оперативні й зручні у використанні вони не були, усе розмаїття буде фіктивним. До того ж, якщо застосовувати виключно технологію запозичення новин в інших Інтернет-ресурсів, то привабити відвідувачів на конкурентному ринку буде неможливо: нові ресурси, не пропонуючи насправді нічого нового, так і залишатимуться у тіні теперішніх лідерів ринку. Учасники парламентських виборів в Україні поки що у своїй виборчій кампанії потенціал Інтернету майже не використовують.

Тим часом, за офіційними даними, Інтернет-аудиторія України досягає 10 мільйонів осіб. Це 21,6% населення. Як свідчать дані, половина з них досягли повноліття – це цілком відчутні 10 – 12% виборців. Навіть чверті української аудиторії Мережі вистачило б, щоб провести когось у Верховну Раду. До того ж, порівняно з іншими засобами агітації, он-лайніві – найдешевші. Відповідно, є всі підстави вважати, що попит на політичні Інтернет-ресурси в Україні невинно зростатиме.

Україна, за даними звіту Freedom House, належить до країн з “вільним” доступом до мережі і посідає 12-те місце в рейтингу організації. Автори звіту зазначають, що громадяни України мають вільний доступ до мережі, хоча певні інфраструктурні обмеження все ще існують у сільських регіонах. Крім того, в Україні немає практики санкціонованого блокування онлайн-медіа, що відіграють дедалі вагомішу роль у політичних процесах у країні, забезпечуючи плюралізм, якого бракує в мейнстрімних медіа.

Разом з тим, дослідження показує, що попри наполегливі спроби обмеження інтернет-свободи з боку влади, громадяни в різних країнах світу активніше використовують можливості он-лайн-інструментів, які загалом сприяють громадському активізму.

Таким чином, маніпуляція свідомістю громадян в Україні відбувається здебільшого з боку політичних сил, а не від механізму держави. Проте, як ми бачимо, відбувається чітке підвищення контролю за свідомістю й думками громадян нашої держави.

Період оформлення наприкінці ХХ століття незалежної української державності, становлення нової політичної системи став переломним моментом у житті українського народу, під час якого відбувся перегляд

основних політичних цінностей держави, виникла необхідність пошуку нової відповідної до потреб українського суспільства ідеології. Така ситуація стала благодатним підґрунтям для панування міфів у всіх сферах суспільного життя, а насамперед у політиці, де вони використовуються переважно як інструмент політичного впливу й ефективний засіб маніпулювання.

Політичні міфи, які функціонують у політичному житті сучасного українського суспільства, з одного боку, виконують терапевтичну функцію з відновлення порушеної картини світу. Завдяки ним формується нова національна ідентичність, адекватна новій історичній ситуації, а з іншого – виконують конкретні завдання з маніпуляції людською свідомістю.

Тому ми можемо сказати, що принциповою різницею використання маніпуляційних технологій у глобальній мережі державами з різним політичним і правовим статусами полягає в тому, що в тоталітарних країнах відбувається заборона висловлювань і нав'язування «правильного» мислення, а в країнах, що мають статус правових держав, відбувається, по суті, те ж саме, але вже завдяки «допомозі» громадянам дійти істини.

Література

1. Електронні джерела політичного впливу: форми маніпулювання свідомістю та засоби їх обмеження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://librar.org.ua/sections/load.php?s=policy&id=113&start> 5
2. Феномен Інтернету як засіб маніпуляції свідомістю в українському сучасному соціумі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkpi/FPP/2005-3-1/04_Lisovskii.pdf

3. Засоби маніпуляції в політичній діяльності [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://osvita.ua/vnz/reports/psychology/10121>
4. Маніпуляції громадською думкою в Інтернеті [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/manipulyaciyi-gromadskoju-dumkoju-v-interneti>
5. Уряди вдаються до дедалі винахідливіших способів контролю за інформацією в Інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.ejo-online.eu/640/нові-медіа-та-веб-2-0/уряди-вдаються-до-дедалі-винахідливі?output=pdf>
6. Українська влада займається маніпуляціями в інтернеті [Електронний ресурс] Freedom House. – Режим доступу: <http://ipress.ua/news/ukrainska-vlada-zaymaetsya-manipulyatsiyami-v-interneti-doslidzhennya-8438.html>
7. Липпман У. Громадська думка. – М. : Изд-во Фонду "Громадська думка", 2004. – 384 с.
8. Кара-Мурза С.Г. Маніпуляція свідомістю. – М. : Изд-во "Ексмо", 2000.–864 с.
9. Буркут І., Гуйтор М. Свобода вибору чи маніпуляції політтехнологів // Буковинський журнал. – 2003. – № 3 – 4. – С. 74–96
10. Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення: моніторинг, методи визначення та засоби протидії. Рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів / [Лігачова Н.Л., Черненко С.М., Іванов В.Ф.]. – К. : Телекритика, 2003.

The article is an attempt to research the various manipulation techniques used in the Internet discourse with the

purpose of influencing to consciousness. The Internet, on the one hand, is the most democratic and rapid means of communication, on the other hand, it is a source of all kinds of unlimited and unrestricted information, sometimes harmful and even dangerous.

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

В статье исследуются манипуляции, применяемые в Интернете с целью повлиять на сознание. Интернет, с одной стороны, является наиболее демократичным и быстрым средством коммуникации, а с другой – дает неограниченную свободу внедрения в наше сознание какой угодно информации, иногда вредной или даже опасной.

Ключевые слова: Интернет, манипуляция, коммуникация, технология, информация.