

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ДЛЯ ТЕХНОЛОГІЙ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ

В даній статті розглядається соціальна мережа, як механізм впливу на соціальні, культурні, економічні та політичні взаємини. Теоретично обґрунтовано основні чинники використання соціальних мереж, як середовища для технологій маніпулятивного впливу та їх місце у житті людини. Проаналізовано і досліджено останні публікації, як в Україні, так і за її межами. Висвітлена невирішена раніше частина загальної проблеми, захист користувачів соціальних мереж від загроз, пов'язаних із неусвідомленими інформаційними впливами, формуванням штучної психічної залежності; маніпулювання суспільною свідомістю з використанням спеціальних засобів впливу. Обґрунтовано доцільність створення відповідних контролюючих державних органів щодо забезпечення інформаційно-психологічної безпеки користувачів, що є невід'ємною основою національної безпеки.

Ключові слова: соціограма, соціальна мережа, соціальні медіа, інформаційно-психологічна безпека, інформаційно-психологічний вплив, маніпулятивні технології, сугестія, мікротаргетинг, нейролінгвістичне програмування.

Постановка проблеми

На сьогодні, соціальні мережі є одними з найбільш відвідуваних ресурсів в глобальній мережі інтернет. Згідно даних компанії comScore їх використовують близько 80% всіх користувачів Інтернету. З їх допомогою аудиторія отримує новини від традиційних до альтернативних, коментує їх, тлумачить та займається поширенням з них інформації, стаючи співучасником своєрідного інформаційного процесу. Інтенсивний розвиток науки й техніки, вже набув такого рівня, при якому нові комунікаційні технології багатократно збільшили можливості деструктивного інформаційного впливу на великі групи людей. Виникла загроза соціальної небезпеки, із застосуванням технологій штучної зміни поведінкових реакцій людини і впливу на свободу її волевиявлення, для досягнення політичних, економічних та інших переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питанням використання соціальних мереж, як середовища для технологій маніпулятивного впливу, почали займатися нещодавно. Серед сучасних теоретиків, які вивчали цю проблему, зокрема і крізь призму інформаційних війн є: Почепцов Г. Г., Кара-Мурза С. Г., Скулиш Є. Д., Богданович В. Ю., Петрик В. М., Попик В. І., Морено Дж. Л., Сазанов В. М., Горовий В. М., Онищенко О. С., Остроухов В. В., Дубровіна В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л.Ф., Брушлинский А.В., та інші [1-10].

Не вирішена раніше частина загальної проблеми

Доволі велика популярність соціальних мереж, як інтернет ресурсу, постала одним з головних завдань для захисту їх користувачів від загроз, пов'язаних із неусвідомленими інформаційними впливами, формування штучної психічної залежності; маніпулювання суспільною свідомістю з використанням спеціальних засобів впливу, що виконують чужу волю. Як наслідок виникла необхідність в організації інформаційно-психологічної безпеки особистості, окремих груп і населення від негативних інформаційно-психологічних впливів. Інформаційно-психологічна безпека - це стан захищеності індивідуальної, групової й суспільної свідомості та соціальних суб'єктів різних рівнів від впливу інформаційних факторів, які викликають дисфункціональні соціальні процеси [1]. Даний стан дає змогу людині сформувати і використовувати систему сприйняття реальності та її відношення до оточуючого світу, що стає основою для подальшої соціальної поведінки людини. Умовою цього стану є захищеність психіки людини від деструктивного інформаційного впливу (впровадження руйнівної та іншої шкідливої інформації у свідомість або підсвідомість), що призводить до руйнування психологічного захисту людини, руйнування тих засад, на яких тримається її можливість до критичного сприйняття інформації (наприклад, наш вибір товару на полиці магазину в користь більш рекламованого).

Метою статті є теоретичне обґрунтування основних чинників використання соціальних мереж, як середовища для технологій маніпулятивного впливу та їх місце у житті людини. Обґрунтування доцільності створення відповідних контролюючих державних органів щодо забезпечення інформаційно-психологічної безпеки її користувачів, що є невід'ємною основою національної безпеки, та захистом від загрози проведення маніпулятивних впливів і деструктивної зміни свідомості особистості, соціальних груп.

Виклад основного матеріалу

Питаннями вивчення соціальних зв'язків в групах людей почали займатися ще в кінці 19-го початку 20-го століття. Так, Еміль Дюркгейм стверджував, що існує лише певна кількість соціальних феноменів, які можуть бути пояснені розглядаючи властивості окремих індивідів, а решту феноменів необхідно розглядати, як групову реакцію. У 1930-х рр. Дж. Морено опублікував серію робіт з соціометрії, присвячену міжособистісним і міжгруповим відносинам. Основною інновацією наукових робіт Морено прийнято вважати *соціограми* - це схематичне зображення структури міжособистісних відносин в малій соціальній групі [2]. У другій половині 20 століття істотно розширився системний аналіз соціальних мереж в роботах таких дослідників, як Р. Соломонофф, С. Берковіц, Д. Вайт, Р. Берт, В. Харрісон, К. Фост, К. Карлі, Д. Нок, П. Марсден, С. Борджетті, А. Рапопорт, С. Уоссермен, Б. Веллмен, та багато інших.

Сам термін "*соціальна мережа*" був введений в 1954 році англійським соціологом Джеймсом Барнсом у збірці робіт "Людські стосунки" [3]. Ним він висловив свою думку про те, що суспільство - це складне переплетення стосунків. З багатьох антропологічних праць того часу слід виділити роботу С. Найдела "Теорія соціальної структури" [4] в якій проведено чіткий поділ "*структури*" і "*функції*", що відповідає принципу сучасного мережевого аналізу. Оскільки Найдел вивчав "структури" у великих популяціях (на відміну від малих експериментальних груп), його робота була вкрай необхідною в психології, і в соціології. У своїй роботі вчений писав [4]: "Структура суспільства визначається через конкретну популяцію, а поведінкові зразки учасників чи відносини в ній, отримуються виконанням спільних і взаємно орієнтованих ролей". У 1959 - 1968 рр. угорські математики Пол Ердош і Альфред Реньє опублікували серію статей, що описують принцип формування соціальних мереж. Вчені вперше застосували математичну теорію для ілюстрації принципу побудови соцмереж. Пропозиція теорії випадкових графів дозволила описувати складні мережі, що не мають очевидного принципу побудови.

З розвитком мережевих технологій і появою нових засобів комунікацій в 80-90-х рр. вживання терміну «соціальні мережі» поступово змістилося з соціології в сферу інформаційних технологій. У 1984 році Національний фонд наук США заснував міжуніверситетську мережу *NSFNet*. З другої половини 1980-х рр. реалізуються найперші прообрази сучасних соціальних мереж - *CompuServe*, *Prodigy* і *The Well*. Зароджуються системи "*швидких*" повідомлень - *IRC* і *ICQ*. У 1995 році з'являється американський портал *Classmates*, він одразу привабив своїх користувачів можливістю відшукати своїх однокласників та старих друзів. З роками подібні мережі поширились цілим світом, набуваючи дедалі більше прихильників серед користувачів. Початок 2000-х рр. прийнято вважати епохою розвитку соціальних інтернет-мереж. В 2003-2004 рр. запуснені мережі *LinkedIn*, *MySpace* і *Facebook*. У 2006 р. відкрився проект *Twitter*, а також популярна на території країн СНД соціальна мережа «Вконтакте», що має на сьогоднішній день найбільший відео- і аудіо-хостинг.

Соціальні медіа — вид мас-медіа, ряд онлайн-технологій на принципах Web2.0, завдяки яким споживачі контенту через свої коментарі стають його співавторами і можуть взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією або брати участь у будь-якій іншій соціальній активності з теоретично усіма іншими користувачами певного сервісу. За схемою *Andreas Kaplan* і *Michael Hanlein* виділено шість типів, за якими поділяються соціальні медіа [5]:

- 1) спільні проекти;
- 2) блоги і мікроблоги;
- 3) контент-спільноти;
- 4) соціальні мережі;
- 5) віртуальні ігрові світи;
- 6) віртуальні соціальні світи.

Жвавому обговоренню підлягає питань впливу соціальних медіа на міжособистісні відносини, зокрема цьому присвячена книга Януша Вишневського “Самотність у мережі”.

Соціальна мережа — це соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди, групи людей, спільноти, організації) і зв'язків між ними (соціальними взаємовідносинами). У загальнопоширеному розумінні соціальна мережа — це спільнота людей, об'єднана загальними інтересами, спільною справою або які мають інші причини для безпосереднього спілкування між собою. Одні соціальні мережі орієнтовані на пошук знайомих людей і спілкування з ними, інші являють собою бізнес-мережі, треті створені для спілкування людей, об'єднаних за інтересами. Близько 78% людей довіряють інформації з соціальних мереж [6].

На сьогодні, соціальні мережі — один з найбільш відвідуваних ресурсів в глобальній мережі інтернет. З їх допомогою аудиторія отримує новини від традиційних до альтернативних джерел, коментує їх, тлумачить та займається поширенням з них інформації, стаючи співучасником своєрідного інформаційного процесу. Сотні мільйонів користувачів щодня витрачають чимало часу для ознайомлення із загально-тематичними новинами в мережах на зразок Facebook. Люди добровільно позбавляють себе бодай частини звичної приватності (заповнюють профіль правдивими даними, завантажують свої фото), заради того, щоб дізнатись більше про інших, їх інтереси та погляди на життя. Поширення інтернету, а також оптимізація робочого та вільного часу людини стимулює до відмови від класичних форм спілкування на користь форм новітніх.

Станом на початок 2016 року, база даних **Facebook** містить понад 1,55 мільярда акаунтів користувачів. Кожного дня вони завантажують понад 200 мільйонів фотографій і залишають понад 2 мільйони коментарів до різноманітних об'єктів мережі. На перебування в Facebook і Instagram припадає 20 відсотків усього часу, який витрачається на життя, стверджують адміністрації соцмережі. За даними сайту Alexa.com, серед 500 веб-сайтів, Facebook по відвідуванню займає 2 місце в світі [7]. Facebook зареєстрував 8 мільярдів переглядів відео на день з аудиторією близько 500 мільйонів осіб.

Twitter — міжнародна соціальна мережа мікроблогів, що дозволяє користувачам публікувати текстові повідомлення до 140 символів (на публічні повідомлення) та необмежену кількість символів для обміну між собою (власних переписок), використовуючи веб-інтерфейс, SMS чи інші програми-клієнти. Повідомлення користувачів можуть містити як фотографію так і відео, аудіо чи інтернет-посилання. За даними сайту Alexa.com, серед 500 веб-сайтів, Twitter займає 8 місце в світі [7]. Кількість активних користувачів (активність облікового запису не рідше рази на місяць) за даними на 30 червня 2015 досягла 316 мільйона чоловік.

Instagram — безкоштовний мобільний додаток для обміну фотографіями і відеозаписами з елементами соціальної мережі, що дозволяє знімати фотографії та відео, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і ряд інших соціальних мереж. Протягом чотирьох років існування Instagram, загальна кількість фотографій, розміщених на сервісі, перевищила 30 млрд. Щодня користувачі Instagram обмінюються більш ніж 70 мільйонами фотографій і відеороликів. За даними сайту Alexa.com, серед 500 веб-сайтів Instagram займає 36 місце в світі [7].

Найбільш розповсюдженою соцмережею в країнах СНГ, особливо в підлітковому середовищі, є мережа «Вконтакте».

Вконтакте — соціальна мережа, заснована в 2006 році випускником Санкт-Петербурзького університету Павлом Дуровим. За основу була взята американська соцмережа Facebook. Кількість користувачів на кінець 2015 року сягнула понад 330 мільйонів користувачів. Згідно даних сайту Alexa.com, серед 500 веб-сайтів «Вконтакте» займає 21 місце в світі [7]. Для даної мережі властивий стандартний набір можливостей: створення профіля користувача з інформацією про себе, створення і розповсюдження контенту, гнучке управління налаштуваннями доступу, взаємодія з іншими користувачами приватно (через особисті повідомлення) і публічно (за допомогою нотатків на «стіні»), відслідковування через стрічку новин активність друзів та груп. При написанні повідомлень їх можливо підкріплювати фотографіями, малюнками, аудіо-треками, відеозаписами і опитуваннями.

Серед основних функцій соціальних мереж слід виділити наступні [4]:

1. Комунікаційна. У рамках комунікаційної функції люди встановлюють контакти, обмінюються новинами, інформацією (фото, відео, аудіо-матеріали, посиланнями на сайти, коментарями, повідомленнями);

2. Інформаційна. Потік інформації має двосторонній напрям, тому учасники спілкування виступають поперемінно і в ролі комунікатора, і в ролі реципієнта. Соціальні мережі часто виступають в ролі неформальних ЗМІ, де будь-який користувач може опублікувати новинне повідомлення про події;

3. Соціалізуюча (саморозвиток, рефлексія в системі "друзів" і "груп");

4. Ідентифікаційна (при створенні індивідуального профілю користувач наповнює його інформацією про себе: ім'я, дата народження, сімейний статус, школа, ВНЗ, інтереси та ін., що дозволяє здійснювати пошук анкет по заданим ознакам);

5. Функція формування ідентичності. Відповідно до теорії Фестингера (1954 р.), людина схильна порівнювати себе з тими людьми, з якими у неї є більша кількість схожих рис. Крім того, згідно когнітивного дисонансу, схожі люди позитивно оцінюють один одного. Це основний механізм, який дозволяє людині формулювати свої позиції щодо інших людей і груп.

Неможливо не врахувати розвиток техніки, який позначився на тому, що смартфони та планшети полегшили спосіб виходу до online середовища, користувачі якого стали не лише споживачами нової інформації, а й її активними творцями. Це позначилось на рівні соціалізації інтернет-простору, який істотно змінив принципи взаємодії індивідів і цілих спільнот. Соціальна мережа об'єднує в собі величезні об'єми інформаційних ресурсів, що не завжди є якісними, фільтрувати які складно. Якщо порівнювати з традиційними ЗМІ, соціальні мережі дають відчуття реальної причетності до соціально-політичних процесів не лише на рівні спілкування, а й на рівні конкретних дій, участі у розв'язанні конкретних суспільних проблем. Глобальні інформаційні процеси приносять технології використання соціальних мереж в економічній, політичній та інших формах суспільної діяльності. З іншої сторони соцмережі є нова і недостатньо освоєна технологія інформаційного обміну у суспільстві, тому в неї зростає вразливість до можливих негативних інформаційних впливів. Соцмережі є важливим інструментом активізації міжособистісного спілкування, для організації соціальних протестів, які використовуються внутрішніми і зовнішніми маніпуляторами для вирішення різного роду цілей можуть бути складовим елементом, як у локальних війнах так і у військових конфліктах, що спричиняють до перерозподілу влади.

Прикладом є "Арабська весна", яка довела, що соціальні мережі можуть бути потужною силою для соціальних змін, спроможні вплинути на напрямок розвитку політичних рухів і навіть допомагають повалити режими влади та замінити їх на свої, більш вигідні. Перша "мережева" революція відбулася на Філіпінах 17 січня 2001 р., коли після блокування парламентом процедури імпічменту президента Д. Естради, громадяни країни послали один одному понад 7 млн. електронних повідомлень із закликами вийти на вулиці та брати участь

в акціях протесту. Через три роки наступна “мережева” революція відбулася в Іспанії (2004 р.). У подальшому революції мали місце в Молдові (2009 р.), Ірані (2009 р., 2010 р.), Таїланді (2010 р.), згодом в Тунісі, Єгипті та Україні. Разом із засобами масової інформації вони швидко та якісно оволоділи аудиторією, до початку перевороту. У той час, коли традиційні медіа – телебачення, радіо та преса не були готові виконувати інформаційні та по’єднуючі запити суспільства, цю роль на себе взяли Facebook і Twitter, а в деяких країнах до них приєднався «Вконтакте». Як стверджує старший радника з питань інновацій в офісі Державного секретаря США Гіларі Клінтон, Алек Росс: “Мережа не просто змінила міжнародну політику. Я впевнений, що без інтернету не були б успішними недавні революції в Арабському світі. На мою думку, Україна також стала не виключенням цього”. Одне із завдань інтернету, це стосується і соціальних мереж - давати найсоліднішу ілюзію свободи, запроторити всіх користувачів до клітки, решітки в якій невидимі, і навчити їх любити цю ілюзію, навчити користувачів вірити в те, що вони вільні у своїх думках. Навчити так, щоб людина у своїй безмежній вірі у свободу стала “ідеальним рабом”.

Для досягнення цілей за основу беруться спеціальні маніпулятивні технології та бойові технології інформаційних війн. У соцмережах, як уже підкреслювалося, у найбільш довірчому каналі спілкування, особливу небезпеку становлять сугестивні технології. У сучасній інтерпретації “сугестія” – це процес впливу на психічну сферу людини, пов’язаний із зниженням критичності при сприйнятті та реалізації змісту, що навіюється. Вважається, що інформація, засвоєна за допомогою навіювання, важко піддається осмисленню та корекції. Засоби сугестії поділяють на текстові (зміст та форма подання тексту, графіка, шрифти) та мовленнєві, які натомість бувають:

- вербальні (фрази, слова, наголоси та інтонації);
- паралінгвістичні (висота, тон, тембр голосу);
- невербальні (міміка, жести, особливості поведінки учасників відеоряду).

Сугестія (навіювання) розглядається в двох вимірах: по-перше, як психічний вплив однієї людини на іншу (прохання, наказ, порада), внаслідок якого у людини — об’єкта навіювання всупереч її волі та свідомості виникають певні уявлення, судження, вчинки і, по-друге, під цим поняттям розглядається психічний вплив на людину, яка перебуває в стані гіпнозу. При цьому сугестивний вплив полягає саме в навмисній організації такого впливу з наперед заданою метою, що не обов’язково ґрунтується на достовірній інформації. Його ефективність є особливо дієвою в соцмережах, виходячи із специфіки такого виду спілкування. Адже ця специфіка полягає у зовні абсолютно вільному, добровільному сприйнятті інформації, що перекоонує самим форматом довірливого спілкування і вже не потребує логічних аргументів чи мотивів. І сам об’єкт сугестивного впливу приймає ті чи інші рішення немов би добровільно, та не усвідомлює своєї покори зовнішньому впливу. Такого виду технології можуть торкатися нервово-психічних процесів і соціальних уявлень, настанов, суспільних норм, цінностей, думок, а також індивідуальної самосвідомості користувачів інтернет-ресурсів.

Аналізуючи основні методи маніпулятивних технологій, які використовуються в соціальних мережах, доречно згадати думку Г. Почепцова, який наголосив, що сьогоднішні інформаційні війни, передусім, ведуться за допомогою інтелектуального інструментарію, а соціальні мережі є безпосереднім середовищем для їхнього використання. Також, він відзначає створення нового методу впливу на громадську думку, що отримав назву *мікротаргентингу*. А полягає він у тому, що ми можемо знайти людей за віком, інтересами, місцем проживання, можемо дізнатися в яких спільнотах вони перебувають, і працювати над певною аудиторією чи окремо людиною для привернення її уваги та завоювання прихильності [8]. В останній час, Пентагон і розвідка США, почали формувати область досліджень, яка в значній мірі опирається на нові джерела інформації, такі як соціальні медіа та використовує нові обчислювальні інструменти- соціальні інтернет мережі. Їх головною

метою є відстеження соціальних рухів, передбачення терористичних загроз і прогнозування політичних подій.

Для соціальних мереж можна виділити наступні основні ефекти і властивості [8]:

- наявність власних думок користувачів;
- зміна думки під впливом інших членів соціальної мережі;
- різна значимість думок (впливовість, довіри) одних користувачів для інших;
- існування "лідерів думки";
- існування межі чутливості до зміни думки оточуючих;
- локалізація груп за інтересами, з близькими думками;
- існування зовнішніх факторів впливу (реклама, маркетингові акції) і, відповідно, зовнішніх агентів (засоби масової інформації);
- наявність "лавиноподібних" ефектів;
- вплив структурних властивостей соціальних мереж на динаміку думок, можливість утворення коаліцій.

У соціальних мережах повною мірою проявився традиційний, використовуваний ще в пропаганді Другої світової війни прийом "багаторазового повторення". Згідно з цим прийомом при багаторазовому повторенні однієї і тієї ж тези (точки зору) всередині будь-якої групи в соцмережі, її члени з часом приймуть це твердження за істину. Більше того, слід зазначити, що люди приймають за істину, без критичної оцінки, будь-які групові (масові) цінності, ідеї, доктрини, чи просто ідентифікують себе з цією групою або є її учасником.

Згідно з принципом "соціального доказу", люди, для того щоб вирішити, чому вірити і як діяти в ситуації, орієнтуються на те, чому вірять і що роблять в аналогічній ситуації інші люди. Схильність до наслідування виявлена як у дітей, так і дорослих. Ця схильність проявляється при скоєнні самих різних дій, і таких як прийняття рішень. Принцип "соціального доказу" може бути застосований з метою спонукати людину підкоритися тій чи іншій вимозі при цьому даній людині повідомляють, що багато людей погоджуються або погодилися з цією вимогою. Даний принцип засвоєний на ідеї "безпеки великих чисел" - велика кількість людей не може здійснити помилку: "-Чай дійсно корисний - 1500 000 000 китайців не можуть помиляться!" [9]. Цей механізм широко використовується і в соцмережах, оскільки сучасним технічним засобам легко створити ілюзію масової підтримки потрібної маніпуляторам ідеї. Крім того, дієвість цього прийому ґрунтується на запобіжній функції мозку, який намагається звільнитись від необхідності обробляти зайву інформацію.

Психологи у свій час виявили, що більшість людей прагнуть бути і виглядати "послідовними" у своїх словах, думках і справах. У своїй книзі "Психологія впливання" Р. Чалдіні виділив, що в основі схильності до "послідовності" лежать три фактори. По - перше, послідовність в поведінці високо оцінюється суспільством. По - друге, послідовна поведінка сприяє вирішенню самих різних завдань у повсякденному житті. По - третє, орієнтація на послідовність створює можливості для формування цінних стереотипів в складних умовах сучасного існування. Послідовно дотримуючись раніше прийнятих рішень, людина може не обробляти всю інформацію замість цього вона має просто згадати раніше прийняте рішення і відреагувати відповідно до нього [9].

Широко використовується й прийом мотивації загроз. Відповідно до експертних досліджень, люди погоджуються з тим чи іншим фактом, нав'язаною манерою поведінки та ін. частіше, якщо існує загроза втрати. Це дає можливість маніпулятору наштовхувати людину (групу) на необхідну йому поведінку (точку зору). Даний принцип також детально описує Р. Чалдіні під назвою "принцип дефіциту". Психолог стверджує, що роблячи пропозиції чи повідомлення, ми повинні пам'ятати, що ексклюзивна інформація більш переконлива, ніж широко доступні відомості. Це було підтверджено А. Кнішінські, в 1982 році дослідженням під назвою "рішення оптовиків про покупку яловичини". Результатом стало те що оптовики більш ніж вдвічі збільшили замовлення, коли отримували інформацію про несприятливі погодні умови за кордоном і про можливий дефіцит іноземної яловичини в

найближчому майбутньому. Але їхні замовлення збільшилися на 600%, коли їм сказали, що ні в кого більше немає цієї інформації [9].

При спробах організації масових заворушень, протестних акцій на територіях “мережевих” революцій використовувався також прийом вмонтованих мовних команд. Ці команди допомагають маніпулятору створити у адресата певний настрій, викликати потрібну емоцію і, відповідно, направити його думки в заданому напрямку. Вбудований набір словосполучень – це фрагмент фрази, який виділяється смисловим акцентом. У цьому випадку, вплив відбувається на підсвідомість людини та створює потрібний настрій, стимулює до активних дій. В нейролінгвістичному програмуванні даний метод має назву “якоріння”. Прикладом цього може слугувати те, як російський вчений Павлов проводив експерименти під час вивчення процесів травлення у собак, у яких на сигнал дзвінка текла слина. Так от, люди реагують аналогічним чином, як і собаки Павлова. Для організації снюноутворення собаці було потрібно два тижні важких тренувань, а людині лише декілька разів [11].

Соціальні мережі мають властивість концентрувати інформацію для формування думки, поглядів, настроїв, посилювати чи послаблювати позиції груп населення, виявляти, групувати. Слід зазначити, що інформаційні повідомлення та пости розміщуються з певною періодичністю, що дає можливість зацентрувати на них увагу, але ненав'язливо та системно, не роблячи великих пауз між повідомленнями, дає змогу користувачеві “бути постійно в темі”. Для цього використовується подача інформації дрібними порціями і в потрібній тональності, таким чином це не дає ефективно її проаналізувати та осмислити.

С. Г. Кара-Мурза зазначив особливу дієвість таких маніпуляційних прийомів на внутрішній світ людини [10]:

1. Сенсаційність і терміновість. Технологія загальної дії, що забезпечує шум і необхідний рівень нервозності, що підриває психологічний захист. Найчастіше використовується для відволікання уваги від тієї чи іншої події.

2. Дроблення. Маніпулятор представляє замість цілісної проблеми її маленький шматочок, та і його дробить на частини – так, щоб не було можливості осмислити її в повному обсязі.

3. Тоталітаризм джерела повідомлень. Оскільки якомога повніше усунення незгодних джерел інформації та думок – найважливіша умова успіху маніпуляції, відсутність реального діалогу є вірна ознака маніпулятивного характеру повідомлень. Відповідно, маніпулятори використовують “своїх людей”, які нібито “сперечаються” з ними.

4. Тоталітаризм рішень. Ще більш наочною та пов'язаною з попередньою ознакою є тоталітаризм самої формули рішення, яке навіюється аудиторією та альтернативи якому – немає.

5. Змішання інформації та думок. До цього прийому маніпуляції, в європейських законах введені обмежувальні норми. Людина, яка приготувалася дізнатися факти, майже неспроможна захистити себе від думок, які нав'язуються їй разом з фактами.

6. Прикриття авторитетом. Відповідно до цього прийому як доказ на підтримку ідеологічного, політичного або іншого твердження маніпулятора залучається авторитет, який навіть не пов'язаний з цим твердженням в даній сфері.

В. Остроухов вважає, що найскладнішою формою сугестії є нейролінгвістичне програмування (НЛП). Нейролінгвістичне програмування, як і кожна ефективна модель “корегування” мислення, емоцій, поведінки людини, групи, мас, має свій інструментарій, тобто набір специфічних засобів впливу на підсвідомість особистості. Вченими було проведено аналіз, поширення чуток і дезінформації в соціальних мережах. Піддослідним стали реальні події в Азії під час спалахів епідемій свинячого грипу в 2009 році. Для цього вчені звернулися до Facebook, Twitter та інших соціальних мережі і зібрали величезний пакет даних з повідомленнями, які залишали користувачі під час епідемії. Вони вивчили вміст твітів, постів в Facebook і в блогах, побудували гігантські «дерева» соціальних зв'язків між

користувачами та спробували знайти закономірності в тому, як відбувалася передача дезінформації і чому люди вірили таким повідомленням і ділилися ними з друзями. Результатом роботи став висновок про те, що основним способом просування чуток і дезінформації в соціальних мережах є так звані семантичні атаки - повідомлення з особливою структурою, що провокують в людині емоційну реакцію.

Теоретична можливість формування текстових матеріалів заданого напрямку пояснюється надмірністю інформації, що стосується структури природньої мови та великої різноманітності форм подачі одного і того ж змісту. При цьому, надмірність мови дозволяє будь-яке повідомлення транслювати в певній емоціональній інтерпретації, визначаючи тим самим своє ставлення до цього повідомлення, що дуже важливо при формуванні громадської думки, дані напрацювання наведені в праці "Сугестивні технології маніпулятивного впливу" за редакцією Є. Скулиша [12].

Для досягнення максимального успіху впливу на свідомість особистості, соціальних груп та населення, маніпулятору рекомендується використовувати різні типи сугестії. Вдале кооперування та вплив з використанням аудіо та відеосугестії збільшують шанси на оволодіння аудиторією.

Крім всього вищезгаданого, характерною властивістю соціальних мереж є адитивний потенціал, тобто, значний ризик виникнення залежності. Для цього існує кілька причин. Перша причина полягає в тому, що робота в соціальних мережах впливає на центр задоволення в мозку. Бажання повторного отримання цих емоцій змушує там проводити дедалі більше часу. Друга причина криється в особливостях засвоєння інформації при роботі на web-платформах. Людина отримує багато різновидної інформації дрібними порціями за короткий проміжок часу. До такого режиму роботи мозок звикає дуже швидко. Зручність, швидкість та доступність соцмереж і є факторами формування залежності.

Висновки

Соціальні мережі є важливим інструментом спілкування, що піддаються впливу технологіям, які використовують маніпуляцію та сугестію. Це може послугувати для виникнення (корегування) певних уявлень, суджень, вчинків чи організації соціальних протестів, які використовуються внутрішніми і зовнішніми агресорами для вирішення різного роду цілей. Соціальні мережі можуть бути складовим елементом, як у локальних так і у військових конфліктах.

Для досягнення цілей за їх основу беруться спеціальні маніпулятивні технології та технології інформаційних війн. Тому необхідно звернути увагу на те, що основною психофізичною небезпекою під час деструктивних маніпулятивних впливів є зміна рис характеру, поведінки особи, зниження інтелекту та творчих можливостей, придушення і в результаті - зміна особистості. Унаслідок цього можуть з'явитися емоційні групи, керовані на підсвідомому рівні, готові виконувати будь-які команди. Не дарма основний нахил маніпулятивного впливу робиться на молодь, бо саме їм притаманні такі якості, як нігілізм і бунтарство, що маскують під національну ідею, через яку можна і постраждати. Так само як свого часу у нацистській Німеччині, робили ставку на молодь, закликаючи її до рядів Гітлерюгенд. Доречними будуть слова: *"Дайте мені засоби масової інформації, і я зроблю з будь-якого народу стадо свиней"* Й. Геббельс.

Найбільш небезпечний такий вплив на вище державне та військове керівництво, управлінські структури. Така небезпека для нашого суспільства є доволі реальною, тим більше, що наша держава поки що не повністю готова до багатоформатного інформаційного протистояння, не має достатньої кількості числа підготовлених спеціалістів для організації контрзаходів і в самій організації протистояння негативним впливам поки що не виробила належної координації. Тому уряд повинен використовувати переваги соціальних мереж, щоб забезпечити своєчасне інформування громадян, а також дбати про якість інформаційного контенту.

Діяльність численних міжнародних організацій у сфері забезпечення інформаційної

безпеки довела необхідність прискореного реагування на розвиток інформаційних процесів у сфері соціальних медіа, що передбачає: формування відповідної правової бази, яка б регламентувала інформаційні обміни в соціальних мережах; активізацію присутності державних органів і громадських організацій у цій сфері спілкування, а також налагодження ефективного зворотного зв'язку між ключовими гравцями, що має збалансувати інформаційні масиви якісною, достовірною, суспільно значущою інформацією; створення державних інформаційних структур для виробництва інформації, що сприяла б формуванню достовірних уявлень усіх користувачів соціальними комунікаціями, у тому числі й мережевими; організацію роботи з прогнозування нових реалій та ситуацій в інформаційному просторі та розробку, відповідно до цього прогнозування, методик протидії негативним явищам в інформаційній сфері, вироблення аргументації, спрямованої на нейтралізацію негативних інформаційних впливів у сфері суспільної безпеки.

Література

1. Брушлинский А.В и Лепский В.Е., Проблемы информационно-психологической безопасности – М.: Ин-т психологии РАН, 1996.
2. Морено Дж.Л., Методики социально-психологической диагностики личности и группы.— М., 1990.
3. Сазанов В. М. Социальные сети – анализ и перспективы. Режим доступа: [http://spkurdyumov.ru/category/biology/Сайт С. П. Курдюмова"Биология, психология, медицина, демография и социология"](http://spkurdyumov.ru/category/biology/Сайт С. П. Курдюмова)
4. Градосельская Г. В., Мережеві вимірювання в соціології. - М.: Новий дiм, 2004.Режим доступа: <http://cozap.com.ua/text/17941/index-1.html>
5. Попик В. І, Горовий В. М, Онищенко О. С. та ін. “Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж” Режим доступа: http://nbuviap.gov.ua/images/nauk-mon/problemu_susp_bezpeku.pdf
6. Марутян Р., стаття “Соціальні мережі, як виклик національній безпеці”, 2012. Режим доступа: http://www.dsaua.org/index.php?option=com_content&view=article&id=154:2012-03-15-21-44-19&catid=66:2010-13-08-48-53&Itemid=90&lang=en
7. Статистика серед 500-та сайтів глобальної мережі за відвідуванням. Режим доступа: <http://www.alexa.com/>
8. Почепцов Г. Г., Інформаційна війна як інтелектуальна війна [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступа: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13303>. – Назва з екрана.
9. Чалдини Р. Б., Психология влияния. Режим доступа: <http://bookz.ru/authors/4aldini-robort/chaldinir01/1-chaldinir01.html>
10. Приемы манипуляции сознанием по С. Г. Кара-Мурзе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vikent.ru/enc/4521/>. – Загл. с экрана.
11. Павлов І. П., Режим доступа: <http://bibliograph.com.ua/100otkr/81.htm>
12. Петрик В. М. Сугестивні технології маніпулятивного впливу [Електронний ресурс] : навч. посіб. / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева [та ін.] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – 2-ге вид. – Київ : ЗАТ «ВПОЛ», 2011. – 248 с. – Режим доступа: http://www.mil.univ.kiev.ua/files/29_965691167.pdf. – Назва з екрана.

Надійшла 23.01.2016 р.

Рецензент: д.т.н., проф. Вишнівський В.В.