

М. Дробудько

ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКА КАК СРЕДА ДЛЯ МАНИПУЛИРОВАНИЯ

В настоящее время, в век бурного развития новых информационных технологий и средств массовой коммуникации, Интернет играет все большую роль в жизни людей. С помощью СМИ и Интернета в частности происходит дистанцированное формирование общественного мнения.

Возможность управлять мышлением и поведением людей с помощью сети Интернет всегда была интересна власти, политикам, маркетологам. Манипуляция общественным мнением – один из способов господства и подавления воли граждан путем духовного воздействия на людей через программирование их поведения. Воздействие направлено на психические

структуры человека, осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном манипулятору направлении.

СМИ в Интернете являются серьезным инструментом манипуляции.

Основными задачами манипулятора являются:

- «перепрограммирование» сознания, приводящееся скрыто;
- управление сознанием через контроль мыслей и образов во внутреннем мире человека;
- в конечном итоге – контроль всех мыслей и образов в сознании человека.

Популярные виды манипуляций в Интернете: использование стереотипов, замена имен или «наклеивание ярлыков», повторение информации, постановка риторических вопросов, полуправда, запугивание, ссылка на авторитет, спам и троллинг.

Яркими примерами манипуляций на онлайн-площадках служат: скрытая реклама различной продукции в фильмах и сериалах, продающие тексты с использованием манипулирования с целью вызова эмоций и поиска боли потребителя, таргетинг в сети Instagram, прогревы блогеров перед продажами своих продуктов. Интернет-СМИ не стесняются внедрять в массы мысль, что модно быть глупым, пошлым и невоспитанным. Отсюда на онлайн-площадках появляются шоу, ситкомы и фильмы из десятков эпизодов, юмор «ниже пояса» и желтая пресса. Их целью является не только «разгрузить голову», но и отвлечь внимания общества от глобальных проблем. Как один из вариантов, сделать так, чтобы люди считали себя виноватыми в серьезных бедах из-за недостатка интеллекта, способностей или усилий.

Напрашивается вывод, что интернет – способ легитимизировать «фальшивую информацию». Там существует так называемая «свобода лжи», а люди верят Интернет-источникам. Все вышесказанное иллюстрирует способы сильнейшего психологического воздействия на людей в Интернете. В конечном итоге, это может привести к недоверию Интернет-информации, а слова «реклама, интернет...» все чаще будут восприниматься в негативном ключе и ассоциироваться с понятием «зомбирования».