

УКРАЇНСЬКІ ЗМІ
В КОНСТРУЮВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ
І ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ
(АГРЕСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ)

У статті розглядаються агресивні технології маніпуляції, які використовуються українськими засобами масової інформації в конструюванні політичної реальності та віртуалізації політичного процесу, а також правила поведінки, які знижують уразливість громадян до дій маніпуляторів.

Borys Demianenko *The Ukrainian media in the construction of political reality and virtualization of the political process (aggressive technologies)* In the article aggressive technologies are examined manipulations which are utilized the Ukrainian mass medias in constructing of political reality and virtualization of political process, and also rules conducts which lower vulnerability of citizens to the actions of manipulators.

Чим краще люди дізнаються про суть технологій, що впливають на їхню свідомість та поведінку, тим більшою є вірогідність, що вони зрозуміють їх призначення, і тим менша вірогідність, що ці технології будуть успішно використані. Виявляти прийоми політиків і журналістів — захоплюючий інтелектуальний спорт. Якщо вже громадянам доводиться дивитися телевізор і читати газети, то варто іноді цим займатися. Хоча б у профілактичних цілях, щоб зайвий раз переконатися, що ми — громадяни і поки ще не перетворилися остаточно на «електорат» або «сегмент ринку».

У цій статті ми продовжуємо розгляд ролі українських засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності та віртуалізації політичного процесу за допомогою агресивних технологій маніпуляції свідомістю і поведінкою громадян, а також ознайомимося з правилами поведінки, які знижують уразливість громадян до дій маніпуляторів.

«Голодування» є ефективним прийомом емоційного впливу на електорат і психологічного тиску на владу. Підбирається група добре оплачуваних молодих людей із міцним здоров'ям, які, нічим не ризикуючи, організовують «курс лікувального голодування» в якому-небудь публічному місці. Навколо цього факту

відповідні ЗМІ здійснюють неймовірний галас, постійно звучать звинувачення в нелюдяності режиму чи конкретної посадової особи. Проти цього прийому встояти украй складно (за умови, що він проводиться професійно), оскільки влада у будь-якому разі змушена реагувати на висунуті вимоги.

Метою технології «*тримай злодія*» є бажання змішатися з нашими переслідувачами. Ця технологія використовується і для дискредитації, коли винні, відчуваючи провал, першими здійснюють крик і спрямовують гнів народу в інший бік. Цим прийомом часто користуються «правозахисники» і «борці з мафією», завданням яких є дезорганізація громадськості.

«*Ефект бумеранга*» — якщо Ви бажаєте завоювати популярність серед широкого загалу, створіть собі імідж борця за справедливість, якого переслідує влада. Ефект бумеранга — це ті граблі, на які регулярно наступають угруповання, що володіють владою: організовуючи тотальне цькування свого опонента, вони «забивають» його до такої міри, що, врешті-решт, він починає викликати жалість і симпатію у широкій аудиторії. Те саме трапляється, коли влада раптом вирішує боротися з циркулюючими у суспільстві негативними чутками — довіра до них тільки посилюється. Бумеранг-ефект може мати і протилежну дію: перенасиченість ефіру рекламою того або іншого кандидата чи партії починає викликати роздратування аудиторії.

«*Ефект первинності*». Й. Геббельс ввів у сучасну пропаганду один із ключових принципів: людина, яка сказала світу перше слово, завжди права. Пізніше психологи виявили, що той кандидат, який під час виборчої кампанії першим переконливо подасть себе переможцем, того і визнає масова свідомість. Тут спрацьовує один із ефектів сприйняття: під час надходження суперечливої інформації (перевірити яку неможливо) ми схильні віддавати перевагу тій, яка надійшла першою. Змінити ж сформовану думку дуже важко. Це сприяє формуванню і закріпленню довіри до цього джерела інформації на майбутнє, порівняно з тими, хто діє менш оперативно. Завдяки цьому принципові сьогодні кожний ЗМІ прагне першим донести своє трактування подій до широкої аудиторії.

Зазначений ефект слід враховувати під час масованого «зливу компромату»: врешті-решт, винен завжди той, кого облили брудом — адже йому треба буде «відмиватися». Крім того, статус того, хто звинувачує, в суспільній свідомості сприймається вище, ніж у обвинуваченого («якщо виправдовується — означає винний»).

Технологія *«ефект присутності»* також була введена в практику нацистською пропагандою. Він включає ряд трюків, покликаних імітувати реальність, їх постійно використовують під час «репортажів із місць боїв» і в кримінальній хроніці, фабруючи заднім числом зйомку «реального» затримання бандитів чи автокатастрофи. Ілюзію «бойової обстановки» створюють, наприклад, різким смиканням камери і збиттям із фокусу; у цей час перед камерою біжать якісь люди, чути постріли і крики. Все виглядає так, ніби-то оператор у неймовірному хвилюванні, під вогнем знімає реальність. Ілюзія достовірності формує сильну емоційну дію і створює відчуття правдивості подій. Створюється могутній ефект присутності, ми неначе вкинуті в страшну дійсність, не підозрюючи, що це всього лише дешевий трюк.

«Очевидці події» — дуже ефективний прийом, який нерідко використовується для створення емоційного резонансу: опитується багато випадкових людей, зі слів яких формується необхідний смисловий і емоційний ряд (особливо сильне враження справляють галасуючі старі, діти, що плачуть, молоді інваліди).

«Інформаційна блокада». Позбавити супротивника можливості публічно висловити свою позицію — одне з головних завдань пропагандистської війни. Інформаційна блокада завжди тісно пов'язана з інформаційним домінуванням — це дві сторони однієї медалі. Йдеться про створення інформаційного вакууму з якогось питання з подальшим поширенням тенденційної інформації про нього. Дуже часто владні структури блокують інформацію з якої-небудь проблеми, а потім видають її в безальтернативному режимі. Оскільки інтерес до цього питання в суспільстві дуже сильний, вигідна для влади інформація набуває максимального поширення. Це дозволяє забезпечити єдину інтерпретацію подій, що відбуваються, і представляє, по суті, масове зомбування людей. У цьому разі фіксована позиція ЗМІ не підлягає зміні, тому інша точка зору практично недоступна для широкої аудиторії.

До інформаційної блокади часто вдаються під час виборчих кампаній. Заангажовані ЗМІ створюють інформаційний ажіотаж тільки навколо кандидата, якому вони віддають перевагу. При цьому його опонент повністю позбавляється можливості висловити у ЗМІ свою позицію, відповісти на випадки на свою адресу. У кращому разі телеканали нам його показують «без звуку», супроводжуючи відеоряд тенденційними журналістськими коментарями. Тут важливим є нюанс: замість того, щоб надати слово безпосередньому

кандидатові, журналісти починають нам розповідати про нього: що, де, коли і як він говорив, коментують його вчинки і т.д. Тому інформаційна блокада тісно пов'язана з іншим пропагандистським прийомом — коментуванням.

Технологія *«переписування історії»* ефективна на тривалу перспективу, коли потрібно поступово сформуванати потрібний світогляд. Щоб «промити мізки» усьому суспільству, здійснити над ним масштабну програму маніпуляції і відключити здоровий глузд декількох поколінь, намагаються насамперед зруйнувати його історичну пам'ять. Сучасні технології маніпуляції свідомістю здатні зруйнувати в людині знання, набуте внаслідок реального історичного досвіду, замінити його штучно сконструйованим «режисером» знанням. Штучно створена картина історичної дійсності передається окремим індивідам за допомогою книг, лекцій, радіо і телебачення, преси, театральних вистав, кінофільмів і т. д. Таким чином вибудовується ілюзорний світ, який сприймається як справжній. Як наслідок, реальне життя людина може сприймати як неприємний сон, а ті химери, які йому вживлює пропаганда, реклама, масова культура, увівши його в транс, сприймає як реальність.

У цій справі особливо ефективний кінематограф. Кіно активно генерує в уяві глядача ілюзорну картину світу в дуже ідеалізованому вигляді. Відповідно до авторського задуму кіно може довільно створювати у глядача відчуття «справедливості» і моральної правоти того або іншого персонажа, незалежно від його справжньої ролі в історії. При цьому пропагандистський вплив на людину здійснюється приховано, на емоційному рівні, поза його свідомим контролем. Ніякі раціональні контраргументи у цьому разі не спрацьовують.

«Підміна» — це один із варіантів горезвісних «подвійних стандартів», суть якого полягає у використанні приемних визначень (евфемізмів) для позначення неприємних дій і навпаки. Основною метою застосування технології є створення привабливого іміджу насильницьким діям. Взагалі, метод вербальної підміни використовується дуже широко.

«Психологічний шок» — один із різновидів використання емоційного резонансу, доведеного до пікового рівня. Сьогодні ЗМІ вводять видовище смерті у кожний будинок і у величезних кількостях. Часто це робиться для того, щоб під прикриттям шоку навіювати суто політичні ідеї. Психологічний шок зазвичай знімає всі психологічні захисти і пропаганда безперешкодно проникає в наш мозок.

«*Рейтингування*» є різновидом уже розглянутої технології «констатації факту». Психологи давно встановили, що публікація результатів соціологічних досліджень впливає на громадську думку: від 10 до 25% виборців обираючи кандидатів, за яких вони голосуватимуть, керуються соціологічними рейтингами. Багато людей хочуть голосувати за сильного, але мало хто — за слабого кандидата (спрацьовує психологічний феномен, властивий середньостатистичному обивателю, — бажання бути «як усі»). Тому, оголосивши напередодні виборів вищий рейтинг кандидата, можна реально збільшити кількість поданих за нього голосів. У зв'язку з цим багато соціологічних фірм у період виборчої кампанії уподібнюються представницям найдавнішої професії і починають працювати за принципом «Будь-який каприз за ваші гроші»: «призначаючи» лідера рейтингу, вони тим самим і створюють частково цього лідера.

«*Сенсаційність чи терміновість*» є прийомом загальної дії, що забезпечує необхідний рівень нервозності і підриває психологічний захист. Ця нервозність, відчуття безперервної кризи, різко підвищує навіюваність людей і знижує здатність до критичного сприйняття. Річ у тому, що будь-яка маніпуляція досягає успіху, коли вона випереджає процес мобілізації психологічного захисту аудиторії, коли їй вдається нав'язати свій темп нашої свідомості. Саме тому сьогодні практично всі новинні блоки у ЗМІ починаються з т. з. «сенсаційних повідомлень»: серійних убивств, авіаційних катастроф, терористичних актів, скандалів із життя політиків чи шоу-зірок. Насправді терміновість повідомлень майже завжди буває помилковою, штучно створеною, іноді сенсаційність служить для відвернення уваги. Під прикриттям сенсації можна або промовчати про важливу подію, про яку громадяни знати не повинні, або припинити скандал, який вже пора припинити, — але так, щоб про нього більше ніхто не згадував. Тому сенсаційність тісно пов'язана з прийомом «відвернення уваги».

«*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 (наприклад, «Сталін — це Ленін сьогодні»). Метафори, включаючи асоціативне мислення, дають величезну економію інтелектуальних зусиль. Саме тут і прихована чергова пропагандистська пастка: спокуса заощадити інтелектуальні зусилля примушує людину замість вивчення і осмислення суті проблем удаватися до асоціацій і помилкових аналогій.

Іноді словесні метафори замінюються відповідним відеорядом. Наприклад, маніпулювання образами політичних супротивників — у телерепортажах про них вибудовується відеоряд із зображеннями нацистів, Гітлера, черепів і т. д.

Для створення потрібних асоціацій зовсім не обов'язково користуватися метафорами. Відомі й інші чинники асоціативної прив'язки до об'єкту. Сьогодні в Україні широко практикується пов'язування імені політичного опонента зі скрутним становищем народу. Негативна асоціація, з якою вдається в масовій свідомості пов'язати супротивника (фашист, корупціонер, мафіозі і т. д.), примушує відвернутися від нього всіх, хто вагається у своєму виборі. Зазвичай кампанії створення негативних асоціацій починаються одночасно декількома ЗМІ і так само блискавично припиняються. Така синхронність наочно демонструє «свободу» преси і телебачення й служить надійною ознакою пропагандистської операції.

Однією з ефективних технологій пропагандистської дії на великі групи людей є створення (ініціація) т.з. «інформаційної хвилі». Пропагандистська акція проводиться таким чином, що примушує велику кількість засобів масової комунікації коментувати первинні повідомлення. Основна мета використання цього прийому полягає в створенні т. з. «вторинної інформаційної хвилі» на рівні міжособистісного спілкування — для ініціації відповідних обговорень, оцінок, появи відповідних чуток. Усе це дозволяє багаторазово підсилити потужність інформаційно-психологічної дії на цільові аудиторії. «Інцидентом» інформаційної хвилі можуть бути різноманітні події: провокування конфлікту зі своїм супротивником шляхом дії, вислову чи іншого способу; банальний «злив компромату», коли в ЗМІ публікуються якісь «сенсаційні матеріали», що дискредитують ту чи іншу високопоставлену персону; акти святотатства, терористичні акти, політичні вбивства тощо.

Але якою б сенсаційною не була інформація, за 6–7 днів вона повністю «вигоряє», приїдається і вивітряється з масової свідомості. «Продовжити життя» інформаційній хвилі можна за допомогою спеціально сконструйованої системи поширення медіа-повідомлень. Відповідна технологія розроблена досить давно, активно використовується, наприклад, у практиці діяльності спецслужб. Операція розрахована на створення ефекту «сніжки» — інформаційні повідомлення породжуватимуться ЗМІ лавиноподібно, вже без участі пропагандистів.

Інформаційні хвилі покликані вирішувати такі завдання:

1) дестабілізувати, паралізувати чи порушити діяльність широких верств населення, конкретних соціальних груп, організацій чи цілих державних інститутів. У дестабілізації обстановки можуть бути зацікавлені як зовнішні супротивники (уряди або спецслужби інших держав), так і фінансово-політичні клани, які борються за владу, усередині країни.

2) активізація окремих індивідів чи груп до дій у заданому напрямі;

3) інтердикція, тобто навпаки, недопущення певних дій, блокування небажаних видів діяльності.

«Створення загрози» — це ще один прийом «стратегічного» характеру, що впливає на емоції масової аудиторії і покликаний будь-яким способом змусити нас боятися. Деморалізовані і залякані люди роблять чи хоча б схвалюють дії, які їм зовсім не вигідні. Ілюзорна чи реально існуюча небезпека якого-небудь явища (наприклад, тероризму) багато разів посилюється і доводиться до абсурду. ЗМІ влаштовують істерію з приводу чергової «глобальної загрози», викликаючи у людей масовий страх заради створення сприятливої обстановки для маніпуляції масовою свідомістю — насамперед у політичних цілях. Пропагандистська технологія «створення глобальної загрози» є важливим засобом об'єднання пересічних громадян навколо влади. Віртуальний світ, створений ЗМІ, стає для них набагато ближчим і важливішим, ніж безробіття або корупція правлячої верхівки у власній країні. У цьому зазначена технологія співзвучна з пропагандистським прийомом «відвернення уваги». Створення загрози — один із найсильніших засобів маніпуляції свідомістю і відвернення уваги громадськості від махінацій владної верхівки.

Створення загрози дуже часто практикується під час виборчих кампаній — це наріжний камінь сучасних політтехнологій. Соціологічні дослідження показують, що переважна частина електорату нікого з кандидатів не вважає гідним на високу державну посаду. А оскільки вибирати зазвичай доводиться між поганим і дуже поганим, люди схильні вибирати менше зло. Тут головне — довести виборцям, що у разі приходу до влади вашого суперника життя обов'язково погіршиться, у разі ж вашої перемоги — як мінімум залишиться колишнім.

«Випереджуючий удар» найчастіше є випереджуючим викидом негативної інформації. Його завдання — викликати реагування

супротивника заздалегідь і у вигідному для себе контексті. Цей прийом нерідко використовують владні структури, щоб нейтралізувати критику своїх майбутніх непопулярних рішень: влада сама організовує «випадкове» просочування негативної інформації, щоб стимулювати прояви суспільного обурення. Це робиться для того, щоб заздалегідь «випустити пару» в усіх незадоволених, загасити вогнище народного гніву. Високопосадовці небезпідставно сподіваються, що до моменту ухвалення відповідного рішення люди втомляться протестувати і сприймуть дії влади індиферентно.

Під час виборчих кампаній прикладом практичного використання цієї технології є випереджуюча публікація відносно безпечного компромату щодо конкретного кандидата. Публікація має на меті знизити інтерес виборців до подібної інформації. Подальші публікації набагато гостріших матеріалів, які, можливо, будуть ініційовані політичними супротивниками, вже не привернуть великої уваги — виборець уже переситився подібною інформацією і більше на неї не реагує.

«Отруйний сендвіч». Цей пропагандистський прийом активно використовує можливості психологічного впливу за рахунок структуризації тексту: завжди вигідніше віддати перевагу не брехні, а домогтися, щоб людина не відмітила для себе «непотрібної» правди. Здібний комунікатор дає позитивне повідомлення між негативною передмовою і негативним висновком, при цьому позитивне повідомлення як би зникає від уваги аудиторії. Зворотним до названого є т. з. «цукровий сендвіч»: негативне повідомлення маскується позитивним вступом і позитивним висновком.

«Фабрикування фактів» («пряма брехня»). Політики і представники сучасної преси часто заявляють, що преса не використовує прямої брехні, бо це дорого і небезпечно. Сьогодні створена така щільність потоку охоплюючих аудиторію повідомлень і так повно відключається короткотермінова пам'ять, що розвінчання вчорашньої брехні вже нікого не цікавить. Тому включення прямої брехні практикується ЗМІ у все більших масштабах як прийом недорогий, але ефективний у вирішенні нагальних завдань. При цьому віддається перевага зухвалій брехні, оскільки вона руйнує будь-яку можливість діалогу. Взагалі, сьогодні спеціалісти вважають, що пряма брехня («фабрикування фактів») не використовується лише у тих випадках, коли її легко виявити. Коли ж виявлення ускладнено недоступністю інформації чи коштує опозиції дуже дорого, брехня ЗМІ використовується без докорів сумління

(дуже легко виявляється брехати, коли спиратися на закладені у підсвідомості стереотипи).

«*Тоталітаризм джерела повідомлень*». Оскільки є можливим повне усунення незгідних джерел інформації і думок, то відсутність реального діалогу є ознакою маніпулятивного характеру повідомлень. Одне з найважливіших правил маніпуляції гласить, що успіх залежить від того, наскільки повно вдалося ізолювати адресата від стороннього впливу. Ідеальною ситуацією для цього була б тотальність впливу — повна відсутність альтернативних неконтрольованих джерел інформації і думок. Складність виконання цього полягає в тому, щоб за тотальності контролю створити в адресата ілюзію незалежності і плюралізму каналів інформації. Заради цього створюється видимість багатоманіття ЗМІ за типом організацій, політичного забарвлення, жанрів і стилів — за умови, що реально вся ця система підкоряється єдиним установкам.

Знання про технології впливу на суспільну свідомість і поведінку будуть неповні, якщо не розглянути інший бік досліджуваної проблеми — правила поведінки, які повинні понизити нашу уразливість до дій маніпуляторів. Насамперед, ми зобов'язані відчувати і усвідомити, що живемо сьогодні в іншому суспільстві, ніж раніше (за нами і за нашою свідомістю здійснюється перманентне полювання). Це дуже важко і незвично, але поводитися потрібно відповідно до реалій, а не наших бажань, старих звичок і стереотипів. Для того, щоб зупинити інтервенцію в нашу свідомість і поведінку, можна (і необхідно) використати такі прийоми:

– скорочення контактів із маніпулятором чи потенційним маніпулятором (свідоме переривання контактів із джерелом інформації). Достатньо час від часу припиняти перегляд телепередач на один-два тижні, щоб відбулося «відновлення» свідомості. Після цього різко підвищується спостережливість громадян і якийсь час вони стають здатні помічати, з яких телепередач «стирчать вуха», фільтрувати ті готові штампи і ілюзії, які щосили намагаються упровадити у нашу свідомість.

– Відхід від захоплення — поки захоплення не відбулося, йому можна успішно чинити опір, тоді і подальші зусилля маніпулятора будуть марними. Ефективним може бути й такий достатньо простий прийом, як переривання контакту, відхід від нього на якийсь час. Навіть спритного маніпулятора збиває з пантелику людина, яка виглядає нетямуючою і все перепитує.

– Зміна темпу — потрібно постаратися збити маніпулятора з ритму, не можна дозволити йому нав'язати його темп нашій свідомості — вони не повинні увійти у резонанс. Цей прийом відбитий в народній мудрості: «Ранок вечора мудріший»: корисно перервати контакт, дати сирым думкам, почуттям і враженням «відлежатися», а потім почати «на свіжу голову».

– Відсіювання шуму. Маніпуляція успішна в умовах «демократії шуму», коли людину бомбардують потоком нікчемних повідомлень, вона не може зосередитися на тій проблемі, щодо якої має виробити точку зору, тому вимушена хапатися за підсунуте їй трактування. Стійкість проти маніпуляції знижується у тому разі, коли одночасно з повідомленням на свідомість людини впливають «перешкодою». Ось чому, отримавши повідомлення, в якому може бути прихована ідеологічна «контрабанда», треба відфільтрувати шуми, які служать перешкодами під час обдумування саме цього повідомлення. Краще на якийсь час взагалі вирватися з потоку повідомлень, щоб обдумати якесь із них.

– Непередбачуваність. Якщо мислення людини не відповідає чіткому і строгому алгоритму, якщо воно наслідує незвичну логіку і приводить до парадоксальних висновків, то підібрати до нього ключі важко. Ефективним способом відходу від захоплення і дії маніпулятора є створення штучної непередбачуваності нашої реакції (коли людина непередбачувана — вона менш вразлива). Звичайно, це не проста справа, але деякі прийоми можна виробити. Наприклад, можна свідомо затримувати або взагалі блокувати автоматичні реакції — не дозволяти грати на своїх стереотипах. З реакції автора повідомлень (хоча б обіграною подумки) буде видно, чи може він закінчити свою думку як розумну — чи вибудовує маніпулятивну конструкцію.

– Відключення емоцій. Побачивши, що ідеологи чомусь тиснуть на якесь наше почуття, слід на якийсь час свідомого притупити це почуття, сприйняти повідомлення безпристрасно, а потім обдумати його наодинці, без підказки. Корисний прийом перевірки адекватності відчуття, яке в нас роз'ятрили пропагандисти, полягає в тому, що ми підставляємо замість «ворога» чи «рятівника» яку-небудь іншу фігуру, не таку одіозну чи привабливу. Якщо це почуття не зберігається — це означає, що з проблемою воно не зв'язане, відбулося його навіювання з метою маніпуляції.

– Діалогічність мислення. Діалог руйнує маніпуляцію. У нас, як мінімум, є поки що один вихід — перенести діалог на «молеку-

лярний» рівень, вести його як уявний діалог. Ми не повинні погоджуватися з жодним твердженням без запитань: потрібно робити зусилля, щоб знайти зачіпку для запитання в безапеляційному твердженні, пам'ятаючи властивість нашого розуму — уникати важких питань. Якщо ми навчимося «говорити самі з собою», то наше мислення очевидно стане непередбачуваним для маніпуляторів.

– Створення контекстів. Оскільки одним із головних прийомів маніпуляції є втиснення проблеми у штучно побудований контекст (часто це помилковий контекст), то і захисним засобом буде неприйняття запропонованої постановки питання, заміна нав'язуваного контексту іншими, вибудованими незалежно від потенційного маніпулятора.

– Створення альтернатив. Маніпулятор, присікаючи діалог, подає вигідне йому рішення як безальтернативне, але варто дозволити самому собі прикинути в думці різні варіанти рішення, як вся споруда маніпуляції руйнується і відразу видно корисливі наміри. Якщо не можна назвати цілком реальні альтернативи вголос, то потрібно уявити їх подумки і цим самим особисто захистити себе від маніпулятора.

– Включення здорового глузду. Цей прийом для освіченої людини непростий, але з деякими зусиллями доступний. Коли ми чуємо пристрасні промови, то краще пропустити повз вуха красиві фрази і постаратися схопити тільки головний аргумент. Припустивши, що він правильний, варто подумати, чи відповідає здоровому глузду те вирішення проблеми, яке пропонує оратор.

– Пошук кореня проблеми. Маніпуляція багато в чому зводиться до того, що людям пропонують таке трактування проблеми (суперечності), яке відводить їх від суті. Ще Ф. Достоєвський говорив, що треба доходити до останніх питань: потрібно відразу відкидати запропоноване трактування і починати ставити собі запитання, крок за кроком заглиблюючись у суть проблеми. Під час переходу на глибші рівні трактування проблеми, вона постає в зовсім іншому світлі.

– Включення пам'яті, проекція в майбутнє. Пам'ять і передбачення є основою психологічного захисту проти маніпуляції, тому вони і є одним із головних об'єктів руйнівних дій. Маніпулятори застосовують ряд технологій, щоб витравити у нас відчуття історичного часу, поміщають нас у «вічне сьогодні». Щоразу слід робити зусилля і відновлювати пам'ять про ту проблему, яку ставлять перед нами маніпулятори. Якщо немає сил і часу,

щоб щось прочитати, навести довідки, запитати знаючих людей, то краще просто не вірити запропонованому міфіві, а спробувати зв'язати ті факти, які ми знаємо напевно. Вириваючись із «вічного сьогодення», з нав'язаного нам спектаклю, ми повинні обпертися на здоровий глузд мови.

– Зміна мови. Ще одним із головних принципів захисту від маніпуляції є відмова від мови, якою потенційний маніпулятор висловлює проблему: не приймати його мову, його термінологію, його поняття. Переказати те ж саме, але іншими словами, уникаючи усяких ідеологічних категорій.

Підсумовуючи розгляд прийомів, покликаних знизити нашу вразливість до дій маніпуляторів, потрібно пам'ятати, що всі прийоми будуть малоефективними, якщо ми не будемо думати — постійно, посилено, наполегливо.