

Ранее делал заметку на тему того как [реклама может цеплять людей через дыры в развитии личности](#). Также отмечал, что мозг [постоянно хочет новой информации](#). Учитывая эти моменты, люди, которые занимаются рекламой чего-то, пропагандой чего-то в соцсетях или просто на улице, где угодно, стараются придумать как человека заинтересовать (привет дырам в личности). После того, как человека «зацепили», то начинают разными способами фиксировать внимание. На улице, например, могут заговаривать на волнующие, интересные темы, оценивая по реакции что для человека важно или просто интересно («вдруг новое что узнаю или решу свою проблему чудесным способом?» — думает человек). И в процессе этого заговаривания начинают навязывать то, что нужно, начиная от продажи супер модного товара, который волшебным образом решит все проблемы, до закладывания какой-то идеологии в умы людей, выгодной тому, кто её транслирует.

Если человек думает, что он умный, прокачанный, осознанный, то просто можно посмотреть какой контент потребляется, зачем этот контент потребляется, почему этот контент цепляет, почему кто-то покупает в магазинах товар с определенными брендами, почему кто-то смотрит определенные передачи в интернете, а телек считается устаревшим, хотя [телемания в эпоху Интернета](#) прекрасно работает. Действительно ли человек продумывает выбор или выбирает не задумываясь, не взвешивая все плюсы и минусы? Риторический вопрос для подумать.

Если же говорить про социальные сети, то многое уже давно автоматизировано. Алгоритмы подкидывают как бы случайно «нужный» контент чтобы всё больше и больше ваше внимание было приковано к этому контенту и соц.сети, которая может заработать показывая какие-то рекламные, пропагандистские материалы. Благодаря инструментам фиксации внимания (в фундаменте три направления: еда, опасность, секс, которые внимание как бы раздражают), человек не занимается своими делами, которые напрямую могли бы улучшить его жизнь, а тратит свои ресурсы на то, что приковывает внимание. И то, что приковывает внимание в первую очередь часто бьет по эмоциями, чтобы [отключить рациональное мышление](#). То есть специально делается так, чтобы человека сбить с критического анализа ситуации, чтобы не думал, а лишь потреблял то, что ему транслируют.

Можно ли этому как-то противостоять? Можно. Надо учиться фильтровать контент, фильтровать источники информации, в приоритет ставить свои реальные задачи, а не сбегать в выдуманные миры или потреблять бесконечный поток коротких видеосов, картинок и тому подобное. Когда человеку удастся больше внимания уделять своей

жизни и решению своих текущих задач, то и разные «цепляющие штуки» уменьшаются, так как они перестают быть важными, интересными, из-за их искусственности, неактуальности в жизни человека.