

## **ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛЯЦИИ В СМИ И СРЕДСТВА ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ**

**Полякова Екатерина Олеговна**

студент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Белгород

**Морозова Елена Николаевна**

научный руководитель, канд. филол. наук, доцент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Белгород

Современный человек живет в условиях постоянного влияния и давления, оказываемого на него другими людьми, да и сам он постоянно является субъектом влияния и давления. Большинству людей хорошо знакомо ощущение того, что ими помыкают, манипулируют, навязывают против их воли определенное поведение или убеждения.

Проводя анализ теоретического материала, мы приходим к выводу, что понятие «манипуляция» является многогранным, опираясь на мнение Е.Л. Доценко мы также понимаем манипуляцию как вид психического воздействия, целью которого является скрыто изменить поведение или точку зрения человека, на которого направлена манипуляция, а также требующий коммуникативного мастерства манипулятора, чтобы изменения с человеком казались незамеченными и неосознанными [5, с. 34].

Манипуляция определяется людьми, как жульничество, обман, говоря о манипуляции можно услышать такие слова, как «скрыто», «управление», «применение силы», «господство» и т.д. Манипулирование может привести к непоправимым и непредсказуемым результатам.

Манипулирование нельзя воспринимать однозначно, например, Е.Л. Доценко в своей работе «Психология манипуляции» рассказывает о позитивном воздействии манипуляций на человека. Но отрицательный эффект манипулирования встречается намного чаще. Манипуляции – это воздействие на мышление и эмоции человека, которые определяются навязыванием мотивов и установок аудитории, придумыванием цели и желания за нее, что, возможно, даже противоречит ее истинным желаниям. Так, во-первых, главное для людей, использующих манипуляцию в своем речевом поведении – это повлиять на психику, сознание и эмоции публики; во-вторых, это воздействие всегда скрыто и не бросается в глаза, требует времени для разоблачения; в-третьих, манипуляция носит побудительный характер, то есть основана на цели манипулятора – вызвать эмоции, спровоцировать на поступок; в-четвертых, манипуляция носит также целенаправленный характер, отражает намеренность манипулятора совершить действие.

Манипуляцию можно разделить на первичную и вторичную. Разберем эти понятия подробнее [5, с. 258].

Под первичной манипуляцией понимается хорошо продуманное действие исполнителя, который знает цели и приемы манипулирования. А вторичная манипуляция – это результат первичной, то есть она исходит из первичной, осуществляется исполнителем, зачастую новым, он может даже не осознавать, что является манипулятором и производит негативное действие. Другими словами, это распространение приемов манипулирования теми людьми, которые стали жертвой первичной манипуляции.

Примером такой манипуляции могут служить люди, выставляющие посты в социальных сетях, которые поддались манипулированию и распространяют ложную манипулятивную информацию дальше. Зачастую манипулятивное воздействие ведется через средства массовой информации (СМИ), когда люди вступают в дискуссии, касаясь вопросов, которые они услышали от манипулятора.

Полагается, что СМИ (телевидение, печатные издания) манипулируют сознанием и эмоциями людей, так как затрагивают широкую и разнообразную аудиторию, которая им доверяет. Они вовлекают массы в ход манипулирования, происходит массовая коммуникация, а также СМИ вызывает привыкание, особенно это относится к телевидению. Поэтому СМИ – это удобная платформа для манипуляторов.

Обратимся к классификации способов манипуляции С.К. Кара-Мурзы из работы «Манипуляция сознанием». Он предлагает следующую классификацию:

#### 1. Фабрикация фактов.

Манипуляторы часто перевирают факты, а говорят правду только тогда, когда информация может быть легко проверена. Чаще всего ложь преподносится на основе ранее установленных стереотипах, и манипуляторы используют для подачи материала информацию с небольшими отклонениями от реальности.

#### 2. Отбор материала.

Материал для подачи отбирается подконтрольно и не выходит за рамки разрешаемого вещания. СМИ зачастую преподносят информацию таким образом, что фокусируют внимание слушателя или читателя на вещах, которые «закрывают» собой действительно важную информацию.

#### 3. «Черная» информация.

Автор классификации сообщает о психологической войне, в которую включает пропагандистские мероприятия, влияющие на эмоции и поступки людей. Это делается для подрыва политической и социальной атмосферы в стране, дискредитируя ее авторитет.

#### 4. Большая толпа.

Одной из задач СМИ считается превращение общества в толпу, которой можно управлять. При просмотре телепередач на человека намного легче повлиять, обработать сознание людей.

#### 5. Утверждение и повторение.

Слушатели воспринимают информацию в СМИ в качестве утверждений, что подразумевает под собой отказ от любых обсуждений. Людей приучают мыслить стереотипами, не пользоваться логикой и мышлением. Многократное повторение способствует притуплению сознания человека, которое откладывает любую информацию в его подсознании.

#### 6. Дробление и срочность.

Любая необходимая информация представляется частями для того, чтобы человеку проще было сложить ее в единое целое и проанализировать проблему. Дробление может лишить информацию смысла, «разорвать» новость.

#### 7. Упрощение и стереотипизация.

Наличие широкой аудитории приводит к тому, что СМИ говорят простым языком, упрощая информацию и уменьшая оригинальность сообщений. Есть мнение, что слушатель может качественно усвоить только простую информацию, следовательно, эта информация должна быть сразу в рамках стереотипа, не подвергаясь никакому анализу.

## 8. Сенсационность.

Аудитория должна воспринимать информацию в качестве сенсации, чтобы замалчивать какую-либо новость. Это необходимо для поддержания уровня «нервозности», что также уменьшает способность к критическому восприятию.

## 9. Изменение смысла и понятий.

Манипуляторы могут трактовать слова и информацию так, как хотят. Зачастую смысл высказывания может изменяться до полностью противоположного [5, с. 105].

Также мы можем выделить приемы манипулирования, которые зачастую встречаются в СМИ:

### 1. Манипуляция словами-амебами.

Манипуляторы используют в речи слова-амебы – слова с размытым значением, не до конца ясным адресату. Зачастую это используется для того, чтобы скрыть или «заретушировать» реальную ситуацию. Эти слова не до конца понятны человеку и не вызывают никаких ассоциаций, но часто приводят к двусмысленности [2, с. 150].

Так, вместо слов «общение» заменяется словом «коммуникация» для увеличения «научности» определенного высказывания [5, с. 57].

### 2. Манипуляция при помощи контраста и обобщения.

Объединяя в тексте противоположные сведения, манипуляторы создают стереотипы, о которых было сказано выше. Они критикуют, оценивают негативно или, напротив, возвышают информацию, делая ее желанной.

Примерами такого приема могут служить выражения: «Мир хижинам, война дворцам!» или «Движение – все, цель – ничто!», которые показывают дуализм западного мышления, его склонности во всем видеть столкновение противоположностей [5, с. 97].

### 3. Манипуляция с помощью подмены понятия.

Также важным приемом манипулирования является умение выдать одно понятие за другое, для того чтобы изменить контекст, вызвать бурную реакцию или изменить отношение адресата к ситуации.

Так в процессе образования происходит подмена понятий «подчинение», «послушание» на понятия «свобода», «сила», «возможности» [7, с. 82].

Важным здесь считаем отметить, что для подмены понятий необходим процесс образования. Казалось, что образованным человеком трудно манипулировать, но, напротив, для успешной манипуляции необходимо, чтобы человек был немного образован. Так как образованным массам проще объяснить информацию.

### 4. Манипуляция критикой.

Плохие новости, выделение негативного смысла зачастую являются притягательными для общества. Обычно критику преподносят дозированно, особенно если объект не критиковался ранее, используя так называемую «наращиваемую» критику. Следовательно, для лучшего манипулятивного эффекта объемы критики наращиваются постепенно. Часто слова объекта критики используются в качестве дискредитирующего материала.

Например, журналисты «РИА Новости» используют способ дискредитации, основанный на построении критики на материале, предоставленном самим объектом критики, которым являлся В. Жириновский, высказавший идею об удалении буквы «ы» из русского алфавита [3].

### 5. Манипулятивное обращение к идентичности.

Управлять определенными группами людей проще, если определить с кем себя отождествляет человек. Обращение к идентичности скрыто помогает привлечь внимание масс, к которым оно относится. Тут также могут преследоваться как коммерческие цели, так и политические или социальные.

Авторы книги «Уши машут ослом» приводят неудачные примеры использования идентичности в политической рекламе. Один из таких примеров – использование слогана «Иванов: “Мы будем жить лучше!”» на выборах, которые были проиграны. Исследователи объясняют это тем, что центральный идеолог ошибочно считал, что кандидата «зовут», в то время как он должен был призывать и окликать народ [7, с. 50].

#### 6. Манипуляция столкновением смыслов.

В настоящее время посредством СМИ человек находится под влиянием многих раздражителей, которые повышают его эмоциональность. Информационное пространство вокруг общества затрагивает огромное множество проблем. А СМИ в свою очередь преподносят несколько этих проблем человеку, накладывая одну на другую. Так поздравление медийной личности с каким-то праздником может содержать скрытую рекламу этого человека, незаметную для общества [1, с. 25].

Так в заголовке статьи «Как живут и учатся дети в КНДР: рассказывает бывший российский посол в Пхеньяне» на сайте «РИА Новости» утверждается, что бывший российский посол в Пхеньяне рассказывает о том, как живут и учатся дети в КНДР, однако в тексте статьи уточняется, что его рассказ основан на личном опыте и наблюдениях, а не на официальных данных или исследованиях [6].

Таким образом, понятие манипуляции далеко не однозначно, но зачастую используется для негативного влияния на человека. Манипулятор способствует искажению представлений о мире, различной информации, составляющей сознание человека. Приемы манипуляций также разнообразны, выше нами были рассмотрены основные из них: манипуляция словами-амебами, манипуляция при помощи контраста и обобщения, манипуляция с помощью подмены понятия, манипуляция критикой, манипулятивное обращение к идентичности и манипуляция столкновением смыслов.

#### Список литературы:

1. Бабаева Ю.Д. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете, 2000. С. 11-39.
2. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия, 1987. С. 131-169.
3. Жириновский предложил убрать букву «ы» из алфавита. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: [http://ria.ru/society/20140312/999111770.html?utm\\_source=fb1#ixzz2vkbCHm3X](http://ria.ru/society/20140312/999111770.html?utm_source=fb1#ixzz2vkbCHm3X) (Дата обращения 01.05.2023).
4. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: «ЧеРо» совм. с изд-вом «Юрайт», 2000. 344 с.
5. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2015. 219 с.
6. Как живут и учатся дети в КНДР: рассказывает бывший российский посол в Пхеньяне . – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://ria.ru/20200415/1570023384.html> (Дата обращения 01.05.2023).
7. Матвейчев О.А., Гусев Д.Г., Чернаков С.Ю., Хазеев Р.Р. Уши машут ослом: Современное социальное программирование. СПб.: Питер, 2014. 304 с.

