

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	4
1. Определение манипуляции. Первичная и вторичная манипуляции.	
Манипуляция в СМИ .....	5
<i>Контрольные вопросы</i> .....	14
2. Приемы манипулирования .....	15
Манипуляция словами-амебами .....	15
Манипуляция при помощи контраста и обобщения .....	17
Манипуляция с помощью подмены понятия .....	27
Манипуляция критикой .....	30
Манипулятивное обращение к идентичности .....	33
Манипуляция столкновением смыслов .....	34
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	37
3. Дезинформация как средство манипуляции .....	39
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	42
4. Информационная безопасность, информационная война и пропаганда .....	45
<i>Контрольные вопросы</i> .....	50
5. Манипулятивный потенциал Интернета .....	51
<i>Контрольные вопросы</i> .....	57
Выводы .....	58
Список библиографических ссылок .....	59
Список рекомендуемой литературы .....	62
Список примерных тем курсовых работ .....	65

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Данное учебное пособие адресовано студентам бакалавриата, изучающим курс «Манипулятивные технологии и информационная безопасность». Цель пособия – дать представление о таких сложных явлениях действительности, как манипуляция и информационная безопасность. Для этого в пособии, во-первых, последовательно перечисляются, описываются и иллюстрируются на примерах текстов средств массовой коммуникации (СМК) конкретные приемы манипулирования. Во-вторых, затрагивается тема дезинформации как средства манипуляции. В-третьих, дается определение понятию «информационная безопасность» и близким, связанным с информационной деятельностью и безопасностью понятиям «пропаганда» и «информационная война». В-четвертых, демонстрируется манипулятивный потенциал Интернета – современного мощного средства коммуникации, представляющего собой огромное информационное пространство, концентрирующее манипулятивные технологии и проблемы, связанные с информационной безопасностью. Каждый раздел снабжен контрольными вопросами, а разделы, касающиеся приемов манипуляции, дезинформации и манипуляции в Интернете, содержат ряд практических заданий. В конце пособия предложены темы курсовых работ.

Тема манипулирования и информационной защищенности весьма актуальна, особенно в периоды социальных конфликтов, международной нестабильности, военной агрессии. Думается, что представление некоторых (наиболее частотных для СМК) манипулятивных технологий позволит студентам улавливать оказываемое на них средой СМК влияние, снизить, насколько это возможно, риск подверженности манипуляциям.

# 1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАНИПУЛЯЦИИ. ПЕРВИЧНАЯ И ВТОРИЧНАЯ МАНИПУЛЯЦИИ. МАНИПУЛЯЦИЯ В СМИ

**Манипуляция** — это вид психологического воздействия, имеющий целью тайно, скрыто изменить мнения, установки, поведение адресата в интересах манипулятора, требующий искусности от манипулятора, чтобы изменения, происходящие с адресатом, были незамеченными, неосознанными. Слова, которые обычно характеризуют манипуляцию, чаще всего вызывают негативное впечатление: скрыто, неявно, обман, господство, управление, принуждение, применение силы, структурирование мира в интересах манипулятора, вразрез с волей другого, мастерство и сноровка и т. д. Манипуляция ассоциируется с жульничеством, обманом, лукавством, она приводит жертву к плачевным последствиям [Доценко, с. 15]. Мы знаем случаи манипулирования, приведшего к гибели людей. Таким известнейшим примером служат речи А. Гитлера, посредством которых он манипулировал сознанием немцев, стимулируя антисемитскую деятельность. Примером пугающего манипулирования, приведшего к массовому самоубийству, может служить трагическое происшествие в США в 1978 г. Пастор Храма Людей Джим Джонс, предчувствуя скорый арест за жестокое обращение с прихожанами, убедил своих приверженцев покончить с собой. Яд выпил и сам Джим Джонс, и еще 914 человек, среди которых было 216 детей.

Манипулирование может привести к страшным результатам. Однако нельзя воспринимать манипулирование однозначно. Мы знаем, что манипулирование используется в воспитательных целях, для убеждения, обучения детей. Манипулирование применяют руководители некоторых компаний, чтобы активизировать деятельность своих сотрудников. Манипуляция, таким образом, не всегда носит жестокий характер. Е. Л. Доценко в книге «Психология

манипуляции» приводит пример позитивной манипуляции – поведение красавицы Шахерезады, которая рассказывала сказки повелителю Шахриару. Манипулируя Шахриаром, она в течение трех лет спасала от смерти не только себя, но и самых красивых девушек своей страны. Конечно, сказка – ложь, но в ней намек. Конечно, манипуляция чаще вызывает негативную оценку, вспоминаются отрицательные примеры манипулирования, а манипуляция, которая привела к положительному для жертвы результату, обычно забывается. Случаи же негативного манипулирования помнятся долго и встречаются чаще. Манипуляция – сложное явление нашей жизни, о ней следует знать, чтобы не оказаться в роли жертвы при наличии опасности и суметь воспользоваться ее приемами при необходимости защиты или в воспитательных целях.

Негативное отношение к манипуляции основывается на том, что манипулятор всегда навязывает дополнительные мотивы, установки своей жертве, придумывает цели и желания за адресата. При этом манипулятор создает иллюзию самостоятельности, т. е. его жертва не подозревает, что принимает решение в результате убеждения, давления, влияния, человек сохраняет уверенность, что решение он принимает самостоятельно, добровольно, и ответственность за это решение он берет на себя.

Есть тенденция считать манипуляцию одним из видов воздействия. Однако манипулирование – многомерный процесс, включающий разные категории: воздействия, убеждения, внушения, подчинения, управления, контроля. Поэтому различие между манипуляцией и воздействием можно выразить афористично: всякая манипуляция – это воздействие, но не всякое воздействие – манипуляция (см. таблицу).

Дадим еще одно определение манипуляции. **Манипуляция** – это воздействие на сознание и эмоции человека, которое им не осознается и вызывает действия (мысли, ощущения), которые желательны для манипулятора и не соотносятся с истинными желаниями жертвы, возможно, даже противоречат им. Итак, во-первых, в манипуляции главное – влияние на психику, на сознание и эмоции человека. Во-вторых, воздействие это скрытое, неявное, не бросаю-

## Специфические черты манипуляции и воздействия

Манипуляция	Воздействие
Чаще всего нежелательна для адресата, «иллюзия самостоятельности»	Затрагивает/не затрагивает интересы адресата, «акт свободной воли»
Для исхода общения неважно согласие адресата	Учитывает согласие адресата или отсутствие такового
Автор программирует действия адресата, придумывает за него цели, которым адресат должен следовать	Предоставляет возможность свободного, самостоятельного выбора
Высказывание строится так, чтобы истинные цели автора были <i>неизвестны</i> адресату, скрываются не только интересы автора, но и сам факт наличия иных интересов, кроме провозглашаемых	Адресату открыто сообщается то, что желает автор
Приводит к одностороннему выигрышу в общении, выгодно только для автора	Приносит выигрыш для обеих сторон взаимодействия
Адресат не знает, чем закончится взаимодействие, или предполагает результат, отличный от реального	Адресат имеет представление о результате общения, сам к нему стремится
Адресат не в состоянии дать отчет своим поступкам, установкам, проявившимся после манипулятивного типа общения	Адресат может толково объяснить причины своих действий, убеждений

щееся в глаза, требующее сил, времени, знаний для разоблачения. В-третьих, манипуляция имеет побудительный характер. Цель манипулятора – вызвать эмоции, сформировать мнение, отношение, вызвать ощущения, спровоцировать на поступок и т. д. Манипуляция – это программируемое мышление (поведение, чувства). В-четвертых, отметим, что манипуляция имеет организованный, спланированный, целенаправленный характер. Это свойство манипулирования крайне важно, поскольку отражает намеренность, продуманность действий манипулятора, требует мастерства и сноровки.

Более того, преднамеренность манипулирования приводит к тому, что манипуляцию можно охарактеризовать как первичную или вторичную.

**Первичная манипуляция** – это продуманное действие, у которого есть заказчик, исполнитель, знающие цель и приемы манипулирования. **Вторичная манипуляция** – это результат первичной, это манипулирование, автоматически следующее за первичным влиянием; вторичная манипуляция может осуществляться исполнителем (и даже новыми исполнителями), но не осознаваться как негативное действие. То есть вторичная манипуляция – это распространение манипулятивного материала теми, кто сам является жертвой первичной манипуляции. Иллюстрацией вторичной манипуляции, например, служат посты в социальных сетях в Интернете, которые размещаются людьми, уже поддавшимися манипулированию и теперь тиражирующими ту информацию, которая произвела на них большое впечатление. Манипуляция по созданию мнения, отношения, которая ведется чаще всего через СМИ (печать, телевидение), приводит к тому, что искренние, добрые, порядочные люди начинают вступать в полемику на страницах соцсетей и горячо отстаивать навязанное им мнение. Такое поведение – следствие первичной манипуляции, а жертвы первичной манипуляции – необходимый компонент для раскручивания манипулятивной идеи, для внедрения ее в широкие массы, для получения ожидаемого заказчиками манипуляции результата.

Принято считать, что СМИ манипулируют сознанием и эмоциями общества в большей степени. Действительно, СМИ рассчитаны на широкую разнообразную аудиторию, испытывающую к ним определенное доверие, следовательно, СМИ удобный исполнитель манипуляций для заказчиков-манипуляторов.

Г. Шиллер в своем труде «Манипуляторы сознанием» описывает манипулятивное общение между СМИ и читателями. Ученый выделяет ряд мифов, связанных с манипуляцией со стороны СМИ. Назовем несколько из них [Шиллер, с. 40–55].

**Миф о нейтралитете.** Говоря о социальных конфликтах, СМИ могут настаивать, что их цель – просто информировать читателей

о происходящем. И в то же время они постоянно дают негативную информацию, сведения об острых конфликтах и тем самым формируют определенное настроение, оценки у адресата и побуждают его к каким-либо действиям.

**Миф об индивидуализме и личном выборе.** СМИ выгодно поддерживать мысль, что каждый из читателей может сам выбрать «свое» издание. На самом же деле газеты, журналы, телевидение стараются угодить как можно большему количеству людей сразу. Расширяя свою аудиторию с помощью рубрик, тематических полос, авторских колонок, СМИ затрагивают и общезначимые, всем интересные проблемы, и очень частные, узкие, вызывающие сильный, постоянный интерес. Хотя люди и уверены, что выбирают то, что сами желают, но на самом деле они не выбирают, а берут то, что им предлагается.

**Миф о неизменности природы человека.** Это один из способов объяснения агрессии на полосах газет и экранах телевизоров. Г. Шиллер утверждает, что каждому человеку присуща тяга к негативному, плохим новостям и гадким поступкам. СМИ только выполняют социальный заказ, демонстрируя отрицательные явления жизни.

**Миф о плюрализме СМИ.** Средства коммуникации, по Г. Шиллеру, активно отстаивая свою независимость по отношению ко всем политическим направлениям (СМИ якобы абсолютно нейтральны и честны, поэтому читатели могут полностью им доверять и рассчитывать на объективную информацию), защищают свои права на свободный выбор информации.

Многими учеными СМИ признаются мощнейшим источником манипуляции и пропаганды. «ТВ обладает свойством устранять из событий правду» [Кара-Мурза, с. 132]. Разумеется, не одни журналисты манипулируют сознанием общества. Манипулятивным потенциалом обладают реклама, кинематограф, театр, цирк, литература, массовые мероприятия, Интернет, компьютерные игры, обучающие программы в школах и т. д. Но по эффективности манипулирования обществом именно средства массовой информации занимают первое место. В чем выражается специфика их манипуляций?

Во-первых, СМИ вовлекают массы в процесс манипулирования. Это мы указали выше, в определении вторичной манипуляции. Читатели газет и зрители теленовостей действительно производят тиражирование манипулятивных сведений.

Во-вторых, СМИ – это массовая коммуникация, т. е. информация распространяется на огромную аудиторию.

В-третьих, СМИ, в отличие от других источников информации, вызывают привыкание, становятся своего рода «наркотиком», особенно это касается телевидения. В результате просмотра теленовостей, телепередач, фильмов у людей формируется зависимость, и им сложно отказаться от привычного вечернего выпуска новостей. Все, кто смотрит телевизор регулярно, находится в определенной зависимости от него. При таких обстоятельствах манипулирование сознанием, разумеется, возможно. Телевидение опасно еще и тем, что активизирует правое полушарие мозга человека, отвечающее за образное мышление. То есть мозг телезрителя как бы вырывает из просмотренного отдельные кадры и на их основе создает единое представление. При этом снижается работа левого полушария, отвечающего за логику, т. е. критическое отношение к увиденным образам уменьшается [*Сахарный*, с. 25–30]. Если учесть, что у детей, подростков (и некоторых взрослых людей) левое полушарие не работает в полную силу, то оказываемое на них манипулятивное влияние будет очень сильным. Преодолеть его можно, если выработать привычку оценивать увиденное критически, т. е. переводить полученные образы в слова. Вербализация ведет к работе левого полушария, при пересказе мозг улавливает отсутствие логических связей между некоторыми образами, противоречия, надуманность доводов и т. д.

Существует пять стадий взаимодействия социума и телевидения. Первая стадия – интерес к источнику информации, т. е. к телевизору. Вторая стадия – оценка информации. Третья стадия – развитие массового телевидения. Телевизор уже могут себе позволить купить многие семьи. Четвертая стадия – телевизор начинает влиять на жизнь людей, много времени проводящих у экрана (информация, полученная из новостей, влияет на выбор темы разговора за ужином,

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

[e-Univers.ru](http://e-Univers.ru)