

**Масс-медиа как один из источников манипулятивного воздействия на современную российскую молодежь**

**Научный руководитель – Добренков Владимир Иванович**

*Гусева Анна Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра истории и теории социологии, Москва, Россия

*E-mail: a5926755@mail.ru*

Манипуляция сознанием является одним из наиболее важных и эффективных средств управления людьми. При этом оно также становится всеобъемлющим средством - каждый человек не может его избежать. «Манипуляция сознанием — это такое воздействие на психику человека, которое им не осознается, и призвано вызвать такие реакции (мысли, ощущения, поступки), которые желательны для манипулятора (либо его заказчика) и не совпадают с объективными интересами манипулируемого или непосредственно им противоречат».[3] Основным признаком манипуляции сознанием, отличающем ее от других видов воздействия на человека, является создание иллюзии отсутствия какого-либо внешнего вмешательства в жизнь индивида. Человек, оказавшийся под ее влиянием, не чувствует этого воздействия. Более того, манипуляция сознанием направлена на то, чтобы сделать человека соучастником создания в его сознании нужных манипулятору идей: давая необходимую информацию, манипулятор формирует и направляет мысли манипулируемого в нужное ему русло, давая тому возможность самостоятельно прийти к выводу, заложенному им. Еще одним отличительным признаком манипулятивного воздействия является ее направленность на духовную сферу жизни индивида.

Для успешной манипуляции воздействие на личность идет в трех направлениях: в сфере информации, в сфере условий существования и в сфере воспроизводства личности. Манипуляция в сфере информации подразумевает целенаправленное преподнесение индивиду необходимой информации с целью создания необходимой картины мира. Потому наравне с информационной функцией СМИ приобретают функцию влияния. [4] Манипуляция в сфере условий существования заключается в создании таких условий жизни индивида, которые делали бы процесс манипуляции проще и успешнее. Манипуляция в сфере воспроизводства личности подразумевает воздействия на глубинные чувства человека, контроль его деятельности при помощи инстинктов и установок.

С распространением технологий появились новые средства распространения информации. Теперь появилась возможность распространять сообщения на значительную аудиторию, затрачивая гораздо меньше времени. С увеличением доступности СМИ их влияние на людей возрастает, делая их одним из ведущих каналов влияния на массовое сознание. [2] Подобное влияние средств массовой информации делает их важным средством манипулятивного воздействия на индивидов. Наибольшее влияние СМИ на себе ощущает молодежь, так как именно этой группе населения свойственны определенные социально-психологические черты, например эмоциональность, максимализм и склонность к протесту. Эти психологические особенности влияют на авторитетность того или иного института социализации в глазах индивида, усиливая влияние СМИ на мировоззрение представителей молодежи. [1]

Средства массовой информации - удобный инструмент для манипулятора. Они обладают рядом свойств, облегчающих его задачу. В первую очередь, СМИ дают возможность

обратиться одновременно к большой по охвату аудитории. С их помощью можно быстро распространять необходимую информацию и доносить необходимые идеи большому количеству людей.

Другое свойство СМИ - сознательное или несознательное упрощение картины мира. Пытаясь рассказать о тех или иных ситуациях, СМИ упрощают все события, их причины и следствия, чтобы потребитель быстрее воспринял и понял поступающую информацию. При этом подобное сокращение приводит к примитивизации сознания, что также облегчает процесс манипулирования сознанием.

Несмотря на привлекательность СМИ как средства манипулятивного воздействия, манипулятор должен учитывать, что не существует универсальных средств массовой информации. Каждый манипулятор должен понимать, что на различные поколения, гендеры и социальные слои населения должна быть направлена определенного рода информация, а потому необходимо использовать типы СМИ для обращения к каждой из групп.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что манипуляция сознанием является актуальной темой исследования в условиях современной информационной войны. В следствии развития средств массовой коммуникации появляются все новые и новые методы манипулятивного воздействия СМИ, которые представляют интерес для различных наук, таких как социология, лингвистика, психология, политология и т.д., что делает данную проблематику междисциплинарной.

### Источники и литература

- 1) Елишев С. О. Средства, методы и технологии манипулятивного воздействия на современную молодежь // Представительная власть – XXI век: законодательство, комментарии, проблемы, 2019. - №7-8(174-175). – С. 31-43
- 2) Кихтан В. В., Мамиева Б. Ю. К вопросу о манипулировании в современных СМИ // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева, 2018. – Т. 2, №2. – С. 236-242
- 3) Филатов А. В. Основы распознавания и противодействия манипуляции сознанием (вводный курс). - Калининград: МО "Сенте", 2006. – 197 с.
- 4) Балабанова У. Г., Карпова М. К. Проблема недоверия общества к средствам массовой информации // Наука. Общество. Государство, 2017. - Т. 5, №2 (18). - [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-nedoveriya-obschestva-k-sredstvam-massovoy-informatsii/viewer> (дата обращения 23.01.2024)