

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»**

Кафедра русского языка и межкультурной коммуникации

МАНИПУЛЯЦИИ В СМИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

**к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения**

Воронеж 2024

УДК 366.636(07)
ББК 76.0я73

Составитель:
к. филол. наук Е.Н.Карташова

Манипуляции в СМИ: методические указания к практическим занятиям для студентов магистратуры направления подготовки 42.04.02. «Журналистика» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: Е. Н. Карташова. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2024. - 16 с.

Методические указания разработаны с целью организации практических занятий обучающихся по дисциплине «Манипуляции в СМИ». Приводятся тестовые задания, а также прикладные и стандартные задачи.

Предназначены для студентов направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» всех форм обучения.

Подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_Манип_в_СМИ_маг_2024.pdf.

УДК 366.636(07)
ББК 76.0я73

Рецензент - Н.Б. Бугакова, д-р филол. наук, доц. кафедры русского языка и межкультурной коммуникации ВГТУ

*Издается по решению редакционно-издательского совета
Воронежского государственного технического университета*

Целями освоения дисциплины «Манипуляции в СМИ» является формирование у обучающихся умения осуществлять анализ данных и на его основе создавать медиапродукты.

Тематика лекционных и практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела
1	Влияние на сознание и поведение людей.	Изучение проблемы влияния на личность на различных культурно-исторических этапах. История развития методов и концепций влияния, пропаганды и убеждения. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению. Особенности современного этапа взаимоотношений личности и социума, личности и группы как системы взаимовлияний
2	Этические и юридические аспекты влияния	Культура, этика и влияние. Культурные ситуации как факторы влияния. Социальные и информационные влияния как факторы деструктивного и агрессивного поведения. Проблемы социально-психологической экологии и безопасности. Необходимость целенаправленного формирования культуры влияния и восприятия влияний в контексте медиаобразования. Возможности, пределы и перспективы целенаправленного (осознанного) влияния и убеждения. Технологии влияния как элемент культуры. Разрешенные и осуждаемые схемы влияния.
3	Вербальные и невербальные ресурсы влияния: устная и письменная речь, среда и поведение.	постулаты речевого общения П. Грайса. Импликатуры, порождаемые при нарушении постулатов речевого общения. Воздействующий потенциал имплицитной информации. Виды имплицитной информации: конвенциональные импликатуры

		(презумпция существования, исходное допущение вопроса, пресуппозиции различных видов); теоретические импликатуры, импликатуры дискурса. Основные типы языковых структур, вводящих имплицитную информацию. Умолчание как прием речевого воздействия. Взаимодействие различных видов информации (имплицитной и эксплицитной) в процессе понимания сообщения. Прямые и косвенные речевые акты. Понятие перформатива. Воздействующий потенциал косвенных речевых актов. Основные типы невербальных средств коммуникации. .
4	Управление информацией как технология влияния.	История развития методов и концепций влияния, пропаганды и дискуссионного убеждения. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению. Искусство убеждать. Убеждение как метод воздействия. Основные виды убеждения. Типы убеждающих воздействий: информирование, разъяснение, доказательство, опровержение. Условия и правила убеждения. Практические приемы убеждения.
5	Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей.	Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы (Мифологическое манипулирование). Символы в манипуляции. Использование психологических автоматизмов. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории. Использование механизмов социального контроля. Логические уловки. Использование особенностей мышления

		человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
6	Манипулятивные возможности масс-медиа	Особенности психологических манипуляций в массовых информационных процессах. Основные формы массового информационно-психологического воздействия. Информационные кампании и акции. Виды и типы информационных кампаний. Общая модель воздействия в информационной кампании.
7	Медийные технологии информационной манипуляции: фрейминг, фильтрация, имитация	Медийная повестка дня как совокупность тем и информационных поводов, вызывающих доминирующие и преобладающие очаги возбуждения информационного пространства в их приоритетности для аудитории на данный момент времени.
8	СМИ как объект манипуляции	Технологии формирования повестки дня: выборочный подбор информации, метод объективного подхода, информационный шум, использование слухов, утечки секретной информации и др. Власть, бизнес, некоммерческие организации как субъекты манипулирования СМИ. Формы давления на журналистов. Манифестации ?общественности?. Аудитория: новые требования к содержанию. Политические технологии как форма управления содержанием СМИ.
9	Защита от манипуляции	Виды и механизмы защит. Межличностные и внутриличностные защиты. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Конформизм, неконформизм и внеконформизм. Укрепление защитного арсенала. Приемы конструктивной защиты. Предотвращение собственных

		неконструктивных реакций на манипуляцию. Обратная связь как способ противостояния чужому влиянию. Способы выхода из негативных состояний, вызванных чужим влиянием.
--	--	---

Образцы тестовых заданий

1. Состав группы:

- а) статус членов;
- б) численность группы;**
- в) система санкций;
- г) стили руководства.

2. Пренебрегаемые члены группы:

- а) имеют только положительные выборы;
- б) имеют только отрицательные выборы;
- в) имеют большое число отрицательных выборов и малое число предпочтений;**
- г) не имеют никаких выборов.

3. Конформизм:

- а) предвзятое, не подтвержденное фактами суждение о человеке или явлении;
- б) внутреннее состояние организма, побуждающее или ведущее его к действию;
- в) способность видеть вещи в новом свете и находить необычные решения проблем;
- г) вынужденное принятие человеком норм группы и соответствующего поведения.**

4. Уровень конформизма повышается:

- а) с повышением самооценки;
- б) при большой значимости сообщения;**
- в) при снижении числа членов группы;
- г) с возрастом.

5. Мозговой штурм применяется для того:

- а) чтобы предотвратить панику;

- б) чтобы поддержать авторитет руководителя;
- в) чтобы помочь группе достичь согласия по принимаемому решению;
- г) чтобы выработать новые творческие подходы к решению проблемы.**

6. Обратная связь – это:

- а) психологическая защита;
- б) помощь в понимании того, как человека воспринимают другие;
- в) реакция реципиента;
- г) все ответы верны.**

7. Барьеры социокультурного различия возникают по причине:

- а) логического непонимания;
- б) религиозных предпочтений;**
- в) звуков-паразитов в речи;
- г) нарушений дикции.

8. Социальная рефлексия – это:

- а) приписывание наблюдаемому определенных мотивов и причин, объясняющих его поступки;
- б) отнесение наблюдаемого к одному из известных типов;
- в) способность человека представить, как он воспринимается партнером по общению;**
- г) перенос на наблюдаемых, психических особенностей наблюдателя.

9. Установка – это:

- а) способность человека осознанно сосредоточиться на самом себе;
- б) неспецифический ответ организма на любое предъявляемое ему требование;
- в) предвзятое, не подтвержденное фактами суждение о человеке;
- г) определенный взгляд на предмет, человека на идею, основанный на убеждениях, эмоциям и поведении.**

10. Инцидент – это:

- а) угрюмо-злобное настроение с повышенной раздражительностью и недовольством окружающими;
- б) действия участников конфликтной ситуации, провоцирующие резкое обострение противоречия и начало борьбы между ними;**
- в) отрицательное переживание, связанное с воспринимаемой невозможностью удовлетворения важнейших потребностей;
- г) приписывание партнеру по общению определенных мотивов и причин, объясняющих его поступки и другие особенности.

11. Компромисс – это:

- а) способность к согласованным действиям в процессе совместного труда;
- б) согласие, единомыслие, взаимное принятие мнений членами профессиональной общности;
- в) соглашение, достигнутое путем взаимных уступок;**
- г) доминирующий способ реагирования человека во взаимодействии внутреннего и внешнего.

12. Стратегия ухода от конфликта:

- а) сохранение хороших отношений;
- б) молчание;**
- в) раздел имущества поровну;
- г) требование безоговорочного послушания.

13. Стратегия подавления конфликта:

- а) стремление, чтобы каждый что-то получил;
- б) попытка перехитрить своих оппонентов;
- в) полный отказ от отношений;
- г) сохранение мира и покоя любой ценой.**

14. Агрессия – это прежде всего:

- а) эмоция;
- б) мотив;
- в) установка;
- г) определенное поведение.**

15. Фрустрация – это:

- а) зависимость восприятия предметов и явлений от предшествующего опыта, от особенностей человека;
- б) психологическое состояние, возникающее вследствие реальной или воображаемой помехи, препятствующей достижению цели;**
- в) потеря какого – либо объекта, человека, информации;
- г) чрезмерная выраженность отдельных черт характера и их сочетаний.

Задания для решения стандартных задач

1. Приведите пример манипуляции при помощи контраста и обобщения, манипуляции с помощью подмены понятия, манипуляции критикой, манипуляции словами-амебами, манипулятивного обращения к идентичности.

2. Найдите в СМИ пример манипуляция столкновением смыслов, найдите в СМИ пример манипуляция посредством статистики, найдите в СМИ пример манипуляции сенсационностью.
3. Как используется полуправда как технология манипулирования.
4. Приведите пример манипулятивного использования авторитетов.
5. Анализ фильмов с точки зрения манипулятивных техник:
Выберите фильм, который известен своими манипулятивными приемами (например, "Матрица", "Социальная сеть"). Разделите группу на команды по 3-4 человека. Каждой команде нужно проанализировать фильм, выявив различные техники манипуляции (например, ложные обещания, создание страха, формирование авторитета).
6. Изучение способов самозащиты от манипуляций. Напишите эссе о том, какие методы наиболее эффективны и почему.
7. Психология маркетинга и рекламы. Исследуйте примеры успешной рекламной кампании, которая использовала манипулятивные приемы. Оцените, насколько эти приемы были этичны и эффективны. Создайте собственную рекламу, используя манипулятивные техники.
8. Теории манипуляции. Изучите работы таких теоретиков, как Эрик Берн ("Трансакционный анализ"), Роберт Чалдини ("Влияние: наука и практика"). Обсудите в группе, какие аспекты этих теорий могут быть полезными в повседневной жизни.
9. Экспериментальное исследование манипуляции. Проведите эксперимент, где одна группа будет подвергаться манипулятивным воздействиям, а другая нет. Задokumentируйте результаты и сравните реакции двух групп. Анализируйте данные и сделайте выводы о том, какие факторы способствуют большей восприимчивости к манипуляциям.
10. Анализ собственных манипулятивных стратегий. Заполните анкету, которая поможет выявить ваши собственные манипулятивные стратегии (например, утверждения типа "Я часто использую комплименты, чтобы добиться своего"). На основе ответов составьте список ваших личных манипулятивных привычек. Проведите работу над собой, чтобы уменьшить использование неэтичных методов манипуляции.

Задания для решения прикладных задач

1. Какую форму контроля над медиа предлагал ввести Уолтер Липпман?

2. Что показали исследования Уилбура Шрамма о роли телевидения в жизни американских детей?
3. Почему Гарольд Лассуэлл предлагал передать контроль над пропагандой через медиа новой элите – научной технократии?
4. Как вы понимаете «теорию ограниченной пули»?
5. Почему Уильям Стивенсон утверждал, что даже газеты люди читают для удовольствия, а не в целях получения информации или знаний?
6. Какие выводы были сделаны Робертом Парком в процессе сравнения новостей с историей?
7. Изложите основные положения теории подкрепления Д.Клаппера
8. В чем заключается «Спираль молчания» Э.Ноэль-Нойман.
9. Изложите основные положения теории культивации Д.Гербнера.
10. Изложите основные положения теории гегемонии медиа А.Грамши

Вопросы для подготовки к зачету

1. Анализ и обобщение подходов к определению понятия манипуляция.
2. Анализ, систематизация и уточнение основных понятий, описывающих практику открытого и скрытого влияния на людей.
3. Виды и механизмы защит.
4. Влияние открытое и скрытое.
5. Диалогические технологии.
6. Индивид, группа, толпа, масса как адресаты манипулирования.
7. Индикаторы манипуляции.
8. Использование механизмов социального контроля.
9. Использование психологических автоматизмов. (Манипулятивные психотехнологии).
10. Использование скрытого влияния на людей в различных сферах социального взаимодействия: день сегодняшний.
11. Конформизм, неконформизм и внеконформизм.
12. Критерии манипуляции.
13. Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
14. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах.
15. Манипулятивные техники скрытого получения информации от партнера по общению.
16. Манипуляции в общении руководителя и подчиненного.
17. Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы (Мифологическое манипулирование).
18. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории (Ценностно-эмоциональное манипулирование)
19. Межличностные и внутриличностные защиты.
20. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений.
21. Определение понятия манипуляция. Анализ отличий манипуляции от других технологий воздействия на сознание и поведение людей.
22. Основания выделения различных групп приемов манипулятивного воздействия в массовых информационных процессах.
23. Основные техники НЛП-воздействия (наведение транса, отражение, пристройки, якорение, ведение, программирование и др.).

24. Особенности и задачи основных этапов информационно-психологического воздействия манипулятивного характера.

25. Особенности человеческой психики, делающие ее уязвимой для манипуляции.

26. Позиции рассмотрения и особенности анализа психологических манипуляций в массовых информационных процессах.

27. Программное воздействие и манипулирование: общие характеристики и различия.

28. Психологические портреты манипуляторов.

29. Распознавание манипуляции в деловом общении.

30. Символы в манипуляции.

31. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Чувственный и рациональный уровень.

32. Способы манипулятивного воздействия в деловом общении.:

33. Технологии духовного насилия (внушение, гипноз, нейролингвистическое программирование).

34. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).

35. Убеждающие технологии.

36. Укрепление защитного арсенала.

37. Этическая сторона манипуляций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. - М. : Аспект Пресс, 2013.
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. - М.: РИОР : ИНФРА-М, 2018.
3. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. - М.:Альпина Паблишер, 2017.
4. Реклама в Интернете. Курс молодого бойца: Учебное пособие / Толмачев А.Н. СПб:БХВ-Петербург, 2017.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Тематика лекционных и практических занятий.....	3
Образцы тестовых заданий	6
Задания для решения стандартных задач.....	8
Задания для решения прикладных задач.....	9
Вопросы для подготовки к зачету.....	10
Библиографический список.....	12

МАНИПУЛЯЦИИ В СМИ МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения

Составитель:

Карташова Елена Николаевна

Издается в авторской редакции

Компьютерный набор Е.Н. Карташовой

Подписано к изданию 11.10.2024.

Уч.-изд. л. 1,5.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
394006 Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84