

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине
Манипулирование в Интернете: анализ и противодействие

Направление подготовки	42.04.02 – «Журналистика»
Направленность (профиль)	Интернет-журналистика

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Тема 1. Понятие манипулирования. Виды манипулирования.....	5
Тема 2. Технологии манипулирования в сети Интернет	7
Тема 3. Психотехнологии скрытого манипулирования в сети Интернет	9
Тема 4. Способы воздействия на масс-медиа аудиторию с помощью манипуляций	12
Тема 5. Способы манипулирования психическим состоянием человека в Интернете	14
Тема 6. Социальные манипуляции в сети Интернет	16
Тема 7. Манипулирование общественным мнением и репутацией в сети Интернет	18
Тема 8. Защита от манипуляций	20
Тема 9. Защита от манипуляций.....	23

ВВЕДЕНИЕ

Практический аспект изучения дисциплины «Манипулирование в Интернете: анализ и противодействие» способствует формированию навыков применения в профессиональной деятельности теоретических знаний широкого спектра наук, способствует более глубокому самостоятельному, системному пониманию аспекта манипулирования в Интернет – СМИ.

Проблема манипулирования человеком, его сознанием и поведением неоднократно ставилась отечественными и зарубежными исследователями. Она рассматривалась в рамках работ, посвященных философским, социологическим и психологическим аспектам управления, развития информационного общества, индивидуальной и общественной психологии.

Манипулирование общественным мнением и, в целом, массовым сознанием, и как научная, и практическая проблема рассматривалась также в рамках теорий журналистики и средств массовой коммуникаций, политической и коммерческой рекламы и пропаганды, социального управления и маркетинга.

Информационно-психологическое воздействие манипулятивного характера, осуществляемое в интересах человека или групп людей по отношению к другим, является специфической формой управления. Такая форма управления носит опасный характер в случаях, когда оно осуществляется неявно.

Знание манипулятивных технологий информационно-психологического воздействия на человека – это первый шаг к формированию психологической защиты личности и собственной информационно-психологической безопасности.

Целью практикума является структурирование и систематизация практической деятельности магистрантов, направленной на формирование компетенций, системы научных знаний в области манипулятивных технологий и механизмов защиты от манипуляций.

Поставленная цель предполагает решение следующих *практических задач*:

1. Сформировать понимание структуры и содержания технологий и приемов манипулирования в структуре Интернет-коммуникаций, а так же механизмов защиты.
2. Развить способности распознавать и анализировать манипуляции в Интернете.
3. Выработать навыки использования механизмов защиты от манипуляций.

В результате выполнения практических работ у магистрантов развивается способность использовать знания в области журналистики, психологии, социальной психологии для понимания характера воздействия содержания и способов его представления в Интернет - СМИ, для анализа контента Интернет - СМИ и эффектов его воздействия на аудитории.

Отдельной проблемой дисциплины является формирование умений противостоять манипуляциям в Интернете через применение психологических защит.

В ходе практических занятий для анализа, выделенных проблем используется материалы региональных и федеральных Internet - ресурсов.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Индекс	Формулировка:
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность любого

	характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа
--	---

Планы практических занятий

Практическое занятие 1

Тема: Понятие манипулирования. Виды манипулирования.

Цель: сформировать понимание сущности манипулирования как категории аппарата психологии, психологии журналистики и журналистики.

Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Формируются базовые понятия дисциплины.

Теоретическая часть.

Манипулирование личностью, использование различных средств и технологий информационно-психологического воздействия на людей стало достаточно обычным явлением в повседневной жизни. Проблема манипулирования человеком, его сознанием и поведением неоднократно ставилась отечественными и зарубежными исследователями: Л.П. Гримак, Е.Л. Доценко, С. Кара-Мурза, Э. Шостром, Ю. Щербатых и др.

В настоящее время практически не подвергается сомнению тот факт, что человек для реализации своего социального поведения в обществе нуждается в постоянном притоке информации. Постоянная информационная связь с окружающим миром, социальной средой, в которой он действует как активный социальный субъект, является одним из важнейших условий нормальной жизнедеятельности.

На человека оказывают огромное влияние не только постоянный информационный контакт с окружающей социальной средой или его отсутствие, но и количество, объем, содержание и структура поступающей и перерабатываемой информации. Необходимую информацию, в том числе и социальную, человек получает из разнообразных источников информации, среди которых Интернет занимает приоритетное место.

В течение практически всей жизни человек подвергается информационному воздействию. Особенно ярко это проявляется в аспекте формирования мнений по вопросам, которые не находят отражения в непосредственном опыте, например, об обстановке в других городах, регионах, странах, о политических лидерах, об экономической конъюнктуре и т. д.

Воздействие на человека осуществляется в различных «коммуникативных» или «коммуникационных ситуациях», а при ведущей роли информационного воздействия - в информационно-коммуникативных или информационно-коммуникационных ситуациях.

Понятие «Манипуляция» достаточно многоаспектное. Согласно словарю иностранных слов «манипуляция» (фр. manipulation – лат. manipulatio – manipulus - горсть):

- 1) движение рук, связанное с выполнением определенной задачи;

2) демонстрирование фокусов, основанное на ловкости рук, умение отвлечь внимание зрителей от того, что должно быть от них скрыто;

3) махинация, мошенническая проделка.

Психологическая манипуляция – один из способов психологического воздействия на личность или группу, направленный на достижение манипулятором своих целей (вне зависимости от последствий для объекта манипуляции) путем незаметного для объекта манипуляции его подталкивания к осуществлению желаемых манипулятором проявлений активности, как правило, несовпадающих с изначальными намерениями объекта манипуляции.

Необходимо дифференцировать психологическую манипуляцию и силовые способы межличностного воздействия – прямое групповое и межличностное давление в форме унижения и принуждения, откровенной, демонстративной дискриминации. Принципиальным различием здесь является то, что манипулятивная активность носит скрытый характер, причем нераспознаваемыми для объекта манипулирования оказываются и действительные цели, и действительные мотивы, и намерения манипулятора. Ряд исследователей считают, что манипулятивное воздействие может носить как осознанный, намеренный, так и стихийно-неосознанный характер.

Манипуляция, как правило, предполагает создание искусственной ситуации мнимого выбора, в рамках которой объект манипуляции, на первый взгляд, сохраняет формальные признаки субъектности – ему предлагается принять самостоятельное решение на основе выбора.

Таким образом, цель манипуляций – скрывая истинные намерения, побудить другого к совершению определенных действий, изменению ценностных установок, представлений, мнений и т.д.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия «Влияние», «Воздействие», «Взаимодействие»: общее и особенное.
2. Стратегии, тактики и приемы манипулирования.
3. Современные подходы к классификации видов манипулятивного воздействия.

Практическое задание. Подготовьте сравнительный анализ характеристик видов манипулятивного воздействия в отечественных и зарубежных исследованиях. Представьте результаты в виде таблицы.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.:Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> –Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 2

Тема. Технологии манипулирования в сети Интернет

Цель: сформировать понимание сущности различных технологий манипулирования в Интернете.

Формируемые компетенции:ПК-2

Актуальность темы. Формируется аппарат общей модели реализации манипулятивного воздействия.

Теоретическая часть.

Под стратегией манипуляции исследователи, как правило, понимают общий замысел, совокупную последовательность запланированных и реализуемых коммуникативных воздействий на объект, направленных на достижение конечной цели

манипуляции. В соответствии с этим, стратегия, например, языковой манипуляции заключается в построении, с учетом особенностей коммуникативной ситуации, общего проекта (или сценария) речевого воздействия, рассчитанного на определенный эффект и, в конечном итоге, достижение запланированного результата.

Определение стратегии манипуляции обуславливает системный подход к выбору ракурса, отбору и подаче информации. Тактика манипуляции - выбор и применение техник (приемов) воздействия, направленных на решение одной из стратегических задач и способствующих реализации общей стратегии манипуляции. Стратегия манипуляции может осуществляться с помощью различных тактик, а тактики в силу достаточной автономности друг от друга могут применяться как в комплексе, так и обособленно.

Прием (или техника) манипулятивного воздействия определяется, как составной компонент тактики манипуляции, отвечающий за ее реализацию, функция которого – произвести определенный манипулятивный эффект на адресата. Посредством совокупности техник и реализуется тактика манипуляции.

Тактика манипуляции может быть вербализована посредством разных приемов. Так же и прием, как конструктивный элемент, может применяться в рамках различных тактик.

Непосредственно воспринимаемые объектом конкретные формы коммуникации, в которые манипулятор «упаковывает» технику воздействия, называют средствами манипуляции. Предложенные определения стратегии, тактик, приемов и средств манипуляции позволяют на разных уровнях описывать действия манипулятора.

Так различают речевые технологии манипулирования в Интернет-СМИ, визуальные технологии манипулирования в Интернет – среде, кинестетические технологии манипулирования.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Речевые технологии манипулирования в Интернет-СМИ.
2. Визуальные технологии манипулирования в Интернет – среде.
3. Кинестетические технологии манипулирования.
4. Манипулятивный потенциал креолизованного текста.

Практическое задание. Проведите анализ Internet – ресурсов и выделите материалы, содержащие манипулятивные приемы. Определите стратегию, тактику и приемы манипулирования. Подготовьте презентацию.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.:Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> –Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 3

Тема. Психотехнологии скрытого манипулирования в сети Интернет

Цель: формирование умений распознавать скрытое манипулирование в сети Интернет.

Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Скрытое манипулирование один из наиболее часто используемых видов манипулирования. Сложность его распознавания актуализирует теоретические и практические аспекты изучения данной темы.

Теоретическая часть.

Современные средства массовой коммуникации включают в себя расширенный арсенал способов воздействия на психику индивида и масс с целью внедрения в подсознание установок и формирования паттернов поведения. С. А. Зелинский утверждает, что по эффективности воздействия на сознание, средства массовой коммуникации и информации выходят на первое место. Становится возможным это в силу информационного воздействия, которое в основном осуществляется через следующий

механизм. Психика человека представлена тремя составляющими: сознанием, бессознательным и барьером между ними, т.н. называемой цензурой психики. Информацией является любое сообщение, которое поступает из внешнего мира в психику человека. Информация проходит через цензуру психики. Таким образом, цензура психики стоит на пути информации, появляющейся в зоне восприятия ее индивидом (через репрезентативные и сигнальные системы), и является своего рода заградительным щитом, перераспределяя информацию между сознанием и бессознательным психики (подсознанием). Часть информации, в результате работы цензуры психики, поступает в сознание, а большая часть вытесняется в подсознание. При этом информация, которая перешла в подсознание, по прошествии какого-то времени начинает воздействовать на сознание, а значит через сознание, на мысли и на поведение человека. В подсознание откладывается любая информация, которая когда-либо проходила мимо индивида.

Специфика общения через интернет - это отсутствие жестов, мимики и интонации, при помощи которой могут быть достигнуты различные психологические эффекты. Текстовая информация усваивается по-другому, быстро прочитанный текст в диалоге может попасть в подсознание.

По мнению В.П. Шейнова (Манипулирование и защита от манипуляций, 2014), модель манипулятивного воздействия может быть представлена следующим образом: сбор информации об адресате; вовлечение в контакт (приманки); использование фоновых факторов; воздействие на мишени; побуждение адресата к активности.

Сбор информации об адресате производится с целью обнаружения приманок и мишеней воздействия, создания благоприятного для манипуляции фона и стимулов, побуждающих адресата принять решение, отвечающее целям манипулятора.

Вовлечение в контакт (приманка) - предъявление адресату информации в соответствии с интересами инициатора воздействия. Расшифровка «приманки» подчеркивает, что инициатор рассматривает адресата не как личность, а всего лишь как объект манипулирования и средство достижения своих целей. Приманки облегчают манипулятору достижение его цели, помогают привлечь внимание адресата к «выгодной» для него стороне дела и тем самым скрыть истинные цели инициатора.

Приманки тем самым способствуют выполнению необходимого условия любой манипуляции - непониманию адресатом того, что им управляют. Это может быть разговор о том, чем интересуется адресат, или о предмете его беспокойства, или о том, что он желал бы услышать, и т. д.

Использование фоновых факторов (фона) - эксплуатация состояния сознания и функционального состояния адресата и присущих ему автоматизмов, привычных сценариев поведения; создание благоприятного внешнего фона (доверие к инициатору, его высокий статус, симпатия к нему и т. п.).

Мишени воздействия - источники мотивации адресата. К ним относятся: интересы, склонности, желания, влечения, убеждения, идеалы, чувства, эмоции адресата и т. п.

Побуждение адресата к активности – это активация действий, которых от него ожидает манипулятор (принятие нужного решения, совершения действия). Побуждение может явиться суммарным результатом влияния приманок и фоновых факторов или стимулироваться специальными приемами - подталкиванием к включению нужного психологического механизма у адресата (внутреннее побуждение), а также прямой актуализацией желаемого мотива, подходящим распределением ролей (позиций), заданием

сценариев, включением адресата в соответствующую деятельность или референтную для него группу, подпороговым воздействием и т. п.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность технологий скрытого манипулирования.
2. Индивидуальные особенности человека как мишени скрытого манипулирования.
3. Алгоритм защиты от скрытого манипулирования.

Практическое задание. Проведите анализ Интернет - материалов и найдите технологии скрытого манипулирования. Выделите структурные блоки манипулятивного воздействия (согласно схеме, приведенной выше). Подготовьтесь к обоснованию в группе.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.: Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> –Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 4

Тема. Способы воздействия на масс-медиа аудиторию с помощью манипуляций

Цель: сформировать представление о способах манипулятивного воздействия на аудиторию.

Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Формируются практические навыки работы с информацией.

Теоретическая часть.

В.П. Шейнов в работе «Манипулирование и защита от манипуляций» наглядно демонстрирует, что решающее влияние на адресата манипулятивного воздействия оказывает доведенная до него информация. Естественно, что принимаемое им решение зависит от характера этой информации. Манипулируя информацией - искажая ее, утаивая или сообщая лишь частично, - инициатор может достичь своей цели.

Утаивание информации - это умалчивание или сокрытие определенных тем. Гораздо чаще используется метод избирательной подачи материала. Иногда подают информацию так, что создается лишь видимость ее передачи, тогда как на самом деле информация не передается вовсе.

Некоторые способы подачи информации способствуют тому, чтобы адресат воспринял содержание сообщения так, как это нужно манипулятору:

1. Обилие несистематизированной информации позволяет заполнить сообщение бесполезными сведениями, осложняющими для адресата поиски смысла.

2. Информация, поданная мелкими порциями, не позволяет ей эффективно воспользоваться. И в первом, и во втором случае манипулятор не использует сокрытие тех или иных сведений.

3. Ближе всего к собственно манипулятивному воздействию стоит прием особой компоновки тем, который наводит получателя информации на вполне однозначные выводы. Если в одном ряду (рубрике или разделе) даются сообщения о курьезах и чьей-либо голодовке, то информация о голодовке не будет серьезно восприниматься собеседником.

4. Немалую роль играет момент подачи информации и порядок.

5. Смена фона. Непроизвольная реакция на смену фона повышает пропускную способность также и смыслового канала. Этот прием применяется и при записи монологов (или диалогов) на радио.

6. «Догрузка» к посланию снижает сопротивление информации, которая в нем содержится. Приятная музыка расслабляет, рассеивает внимание. Неприятное шумовое сопровождение вызывает раздражение - на этом фоне информация запоминается лучше!

7. Еще одну группу приемов составляют способы одновременной подачи противоречащих друг другу сообщений. Например, противоречие между словами и интонацией. Адресату приходится выбирать, на какой нюанс сообщения реагировать. Какая бы реакция ни была, манипулятор всегда может возразить, что имелось в виду иное. Противоречие может быть также между словами и ситуацией.

8. Домысливание в нужном направлении. Этим приемом пользуются, когда по каким-либо причинам сказать о чем-то прямо нельзя (цензура, опасность судебного иска за клевету или договоренность о «ненападении»), а сказать хочется.

9. Предоставление ложной информации. Например, ссылка на новые (несуществующие) законодательные акты или на поддержку (также несуществующую) авторитетного лица.

10. Намек на доступ к конфиденциальным источникам информации, секретным материалам.

11. Ссылки на цитаты из отчетов и на мнения лиц, к которым остальные участники коммуникации не имеют доступа.

12. Уход от ответа на вопрос или от неприятной темы за счет шуток, намеков - с целью обескуражить, а то и унижить адресата манипулятивного воздействия.

13. Паралингвистическое и невербальное сопровождение передаваемой информации: уверенный голос, часто громче обычного; быстрый, напористый темп речи; уменьшенная дистанция, «нависание» над адресатом; улыбчивость; жалобный тон; слезы; длительные паузы; продолжительный, пристальный взгляд и др.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Принципа первоочередности и эффект «информационного штурма» как манипулятивные практики.
2. Технология «Образ врага. Экспрессивный удар»: отличительные признаки.

Практическое задание. Выделите наиболее очевидные мишени информационного манипулирования в Интернете. Аргументируйте свой ответ. Подготовьтесь к устному выступлению в группе.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.: Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> – Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 5

Тема. Способы манипулирования психическим состоянием человека средствами Интернет

Цель: формирование представлений о механизмах манипулятивного воздействия на эмоциональную сферу личности.

Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Формируются практические навыки работы с информацией, способной изменить эмоциональное состояние.

Теоретическая часть.

Одна из трех сфер структуры личности, подверженная быстрому изменению - эмоциональная. Отрицательные эмоции угнетают, под их влиянием хуже работают все органы и т.д. Наоборот, положительные эмоции заряжают организм энергией, дают хорошее самочувствие. Психологами установлено громадное значение положительных эмоций для психического здоровья человека (а значит - и здоровья физического). Практически все взрослые люди ощущают значительную нехватку положительных эмоций. О мере этой нехватки дают представление следующие цифры: ребенок ежедневно смеется в среднем 400 раз, взрослый – 15.

С. Шабанов, А. Алешина в работе «Управление эмоциями других и манипуляции» отмечают, что влияя на эмоции, можно сильно влиять на другого человека. Более того, практически все виды влияния (как честного, так и не очень) построены на управлении эмоциями. Угрозы, или «психологическое давление» - это попытка вызвать страх у другого; вызвать раздражение; вызвать радость и легкое волнение. Поскольку эмоции являются мотиваторами поведения, чтобы вызвать определенное поведение, необходимо изменить эмоциональное состояние другого.

Манипуляция осуществляется через изменение эмоционального состояния. Задача манипулятора - вызвать неосознаваемую эмоцию, таким образом понизить уровень логики и добиться нужного действия, пока человек не способен нормально мыслить.

Встроенные речевые команды помогают инициатору коммуникации создать у адресата определенное настроение, вызвать нужную эмоцию и, соответственно, направить его мысли в заданном направлении. Встроенный месседж - это фрагмент фразы, который выделяется жестиком либо интонацией. При этом воздействие происходит на подсознание человека, который может и не обратить внимания на саму фразу.

Внедряя в речь позитивно окрашенную лексику (слова типа «приятно», «хорошо», «счастье», «успех», «доверие» и т. д.), источник информации заставляет собеседника почувствовать себя более счастливым и успешным. При этом не важно, о чём идёт речь и в каком контексте эти слова употребляются, главное - выделить их интонацией или жестом.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Психологические приемы манипулятивной подачи информации.
2. Фактор частности, или «от деталей к ошибке».
3. Повторяемость фраз, или навязывание мыслей.
4. Навязывание выбора, или изначально верное решение.

Практическое задание. Подберите пять примеров использования в Интернете приема эмоционализации в манипулятивных целях. Проведите структурный анализ материалов.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.:Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> –Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 6

Тема. Социальные манипуляции в сети Интернет

Цель: изучить принципы и технологии социального манипулирования.

Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Формируются навыки распознавания манипулятивной информации для влияния на социальные группы.

Теоретическая часть.

Проблема социальных манипуляций получила свое объяснение и оценку в рамках философских, политологических и психологических исследований. Общество, особенно с переходом к информационной стадии развития, в рамках которой, во-первых, оказались разрушены традиционные способы социального регулирования, а во-вторых, появилась формальная свобода основных слоев населения, вырабатывает новые формы социальных взаимодействий. В этих условиях манипуляция приобретает все большую актуальность как один из наиболее действенных способов социальной регуляции.

В современном обществе социальные манипуляции укоренились как важнейший элемент общественного взаимодействия. Они превратились в один из основных способов регулирования в сфере экономических и политических взаимоотношений. Манипуляции прочно укоренились в таких развивающихся сегодня областях социального взаимодействия, как реклама, политический и экономический PR, маркетинг, в некоторых других коммуникативных сферах.

Социальное манипулирование - это структурированная, целенаправленная система, базирующаяся на манипулятивности субъекта: индивида, социальной группы, общности. Механизмами социализации, обеспечения лояльности личности являются: обман, программирование психики, гипноз, дезинформация, умалчивание, вброс слухов, переключение внимания, страх и др.

Социальное манипулирование представляет собой непосредственное или опосредованное воздействие на социальные группы, на общество. С целью достижения своих намерений, планов, программ, которые расходятся с официально провозглашаемыми. Это скрытое управление психикой и поведением людей с целью принуждения их действовать вопреки собственным интересам и актуальным желаниям.

Объектами манипулирования являются: сознание, подсознание, индивидуальное поведение, поведение личности в массе. Основными методами социального манипулирования являются: внушение и поведенческое влияние. В политических проектах и в методах государственного управления активно применяется: средство сглаживания объективных противоречий, между управляющими и управляемыми для разрешения конфликтов; способ предотвращения политических конфликтов; механизм фиксации сознания на прошлом и др.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность социальных манипуляций.
2. Технологические и человеческие угрозы социальных манипуляций.
3. Алгоритм социальных манипуляций.

Практическое задание. После рассмотрения теоретических аспектов проблемы, подберите материалы в Интернете, содержащие приемы социальных манипуляций. Опишите их алгоритм. Подготовьте презентацию для представления результатов своей работы.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.:Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> –Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 7

Тема. Манипулирование общественным мнением и репутацией в сети Интернет

Цель: формирование навыков распознавания технологий манипулирования общественным мнением и репутацией в сети Интернет.

Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Технологии влияния на общественное мнение широко используются в практике современных средств массовой коммуникации. Умение распознавать подобные технологии, является важной профессиональной задачей журналистов.

Теоретическая часть.

Манипуляция общественным мнением - один из способов направленный на влияние на волевою сферу личности путём воздействия через программирование поведения. Это воздействие осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном направлении. Как указывал в своей основополагающей работе по этой теме С.Г. Кара-Мурза симптомами и признаками скрытой манипуляции могут быть: язык, эмоции, сенсационность и срочность, повторение, дробление, изъятие из контекста, тоталитаризм источника сообщений, смешение информации и мнения, прикрытие авторитетом, активизация стереотипов, некогерентность высказываний и т.д.

Методов манипуляции сознанием, используемых в средствах массовой информации, довольно много, но чаще всего выделяются следующие:

1. Использование внушения.
2. Перенос частного факта в сферу общего, в систему.
3. Использование слухов, домыслов, толкований в неясной политической или социальной ситуации.
4. Замалчивание одних фактов и выпячивание других.
5. Метод фрагментации.
6. Создание лжесобытий, мистификация и др.

Воздействие на общественное мнение – одна из ведущих функций манипулятивного воздействия. Манипулирование общественным мнением в большинстве случаев основывается на использовании стереотипов. Для успешной манипуляции общественным мнением необходимо иметь «карту стереотипов» разных групп и слоев населения – весь культурный контекст данного общества. Если удастся подтолкнуть крупные массы людей видеть какое-то общественное явление через нужный манипулятору стереотип, то несогласным становится очень трудно возвать людей к здравому смыслу.

По мнению М. Паренти, источники информации «отбирают большую часть информации и дезинформации, которыми человек пользуется для оценки социально-политической действительности. Отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом предопределены теми, кто контролирует мир коммуникаций. То, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества». Многие ученые считают, что СМК создают символический образ реальности, по-другому квазиреальность. Из дня в день комплекс стереотипных концепций потребляется миллионами пользователей сети Интернет. Из них складывается особый символический мир, который структурирует жизненные ценности, нормы, общие обязательства и установки и формирует основу для взаимопонимания и взаимодействия между большими и разнородными группами людей.

В Интернете предлагают готовые модели поведения, предоставляют готовые мнения и толкования, по сути, превращая общество в бездумную массу потребителей информации, которые прекращают думать и анализировать информацию, упрощая тем самым процесс манипулирования.

Интернет как новая реальность содержит огромный манипулятивный потенциал, например Интернет - форумы. С появлением новых механизмов влияния на общественное мнение, тут же появились люди, которые ставят задачей манипулировать общественным мнением в новых условиях.

Считается, что на форумах звучит искреннее мнение людей и поэтому степень доверия им высока. Разумеется, манипуляторы просто не могли обойти форумы стороной. Инструменты манипулирования мнением людей на форумах интересуют и бизнес, и политиков. Эта деятельность финансируется и имеет стратегическое значение для многих организаций. Доступ на форумы открыт практически каждому. И, сегодня есть понимание того, что некий «виртуал», может имитировать мнения реальных людей. А значит, надо владеть приемами распознавания и нейтрализации целенаправленной активности «виртуала».

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Общественное мнение: понятие, структура, основные характеристики.
2. Средства манипулирования общественным мнением в Интернет-ресурсах.

Практическое задание. Сделайте подборку материалов из Интернет - ресурсов, направленных на формирование общественного мнения в отношении к одному и тому же событию, факту. Определите манипулятивные приемы.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.:Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».

2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> – Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 8

Тема. Защита от манипуляций

Цель: выявить современные технологии защиты от манипуляций репутацией.

Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Репутация сегодня занимает преимущественное место в работе каждой организации. Умение распознавать манипулятивные технологии в формировании репутации является современной стратегической задачей.

Теоретическая часть.

Прежде всего, отметим, что репутация – категория рациональная. Это сложившееся общественное мнение о достоинствах или недостатках кого-нибудь или чего-нибудь. В этой связи проблема управления репутацией является стратегической и современное поле для ее формирования – это Интернет-ресурсы. Наиболее удобным ресурсами для организации этой работы являются социальные сети, блог-платформы и рекомендательные сервисы.

Управление репутацией объекта в Сети – это комплекс моделей, методов и механизмов обработки и анализа информации, а также ее использования и коррекции согласно поставленной задаче.

Следует отметить, что формирование репутации компаний, управление ею, одно из активно развивающихся направлений консалтинга.

Сегодня умело вброшенная в Сеть и прочитанная парой тысяч человек информация, завтра может послужить информационным поводом для сенсационного материала на федеральных телеканалах с многомиллионной аудиторией. Практически не существует «фильтров», с помощью которых можно было бы перекрыть распространение информации в Сети. Это позволяет оперативно реагировать на постоянно меняющиеся эмоционально окрашенные информационные потоки.

Социальные сети, форумы, блоги полны экспрессивных оценок – как положительных, так и отрицательных. И именно из массы таких эмоциональных оценок складывается, как правило, мнение человека, который хочет в Сети узнать что-то новое, будь то мнение авторитетного блоггера или любого члена сообщества. Кроме того, полученные отклики в Сети сегодня – это освещение в СМИ завтра.

Сегодня многие компании пытаются заниматься не просто мониторингом своей репутации в Интернете, но и управлять ею. Ведь существующие технологии позволяют не только максимально быстро распространять информацию, но и управлять одним из самых важных ее параметров — интонацией. Управлять ею можно лишь на основе мощных инструментов мониторинга и анализа.

Консалтинговыми агентствами созданы рекомендации различного плана по работе с репутацией в Интернете. Например:

Пошаговая инструкция по управлению репутацией онлайн (<http://www.e-executive.ru/management/marketing/1829248-tri-zheleznyh-pravila-reputatsii-v-internete-dlya-kazhdogo>):

1. Соберите все возможные комбинации ключевых запросов, по которым вас или вашу компанию можно найти - имя, название компании, название услуги, название товара и так далее (в зависимости от того, чью репутацию вам необходимо мониторить).

2. Проведите поиск в двух основных каналах:

- Социальные сети. Facebook, Vkontakte, Twitter, которые приведут вас на внутренние группы, паблики и отдельные сообщения.

- Поисковики и их сервисы. Google и Yandex (поиск по блогам, поиск по видео), которые дальше покажут, что говорят про вас на видео-сайтах (например YouTube и так далее), в блогах (LiveJournal, отдельные блоги на Wordpress, и другие), форумах и других сайтах.

3. Если вы нашли негатив прямо на первой страничке в результатах поисковой выдачи, тогда его также найдут ваши клиенты. Если вы хотите, чтобы вся информация была «правильной», тогда публикуете статьи с заголовками «имя-фамилия-текст» или «компания-текст» на отраслевых ресурсах.

4. Если вы нашли информацию о себе в социальной сети или на форуме, тогда схема действий следующая:

- Если информация полностью абсурдна, тогда, скорее всего, данный комментарий написал так называемый тролль, который хотел просто привлечь к себе внимание таким образом. Вы можете напрямую с ним связаться, выяснить причины и попросить удалить информацию либо извиниться, если вы допустили ошибку.

- Если комментатор не соглашается удалить информацию, не отвечает или ведет себя неадекватно, тогда вы, либо публично отвечаете и просите конструктивно разъяснить ситуацию, либо передаете ситуацию огласке с помощью своего собственного СМИ (вот почему так важен блог компании). Либо идете к третьим СМИ и даете официальный ответ и переводите общение на свою собственную площадку, которую вы можете контролировать.

- Либо третий вариант - вы можете перенести обсуждение на связанные темы. Для этого вам нужно иметь так называемых «партизан», которые придут на площадку и будут переводить обсуждение в другое русло.

В описанных правилах обозначена стратегия манипулирования и, одновременно, стратегия защиты от манипулирования.

Целесообразно в работе по управлению репутацией и нивелирования манипуляций использовать следующий алгоритм (<http://reputationlab.ru/>):

- Формирование и развитие медиа-канала.
- Подготовка контент-плана.
- Повышение вовлеченности аудитории.
- Ведение групп и аккаунтов.
- Создание блогов и сайтов.
- Анализ целевой аудитории и выявление ее психологических особенностей.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие репутации в сфере связей с общественностью.

2. Технологии управления репутацией.

Практическое задание. Составьте алгоритм управления репутацией компании (на усмотрение магистранта), по предложенному выше опыту.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007. – 314 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
4. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.
5. Соловьев В. Манипуляции. Атакуй и защищайся! - М.:Эксмо, 2012 г. - 352 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyera.ru> –Гуманитарно-правовой портал
4. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

Практическое занятие 9

Тема. Защита от манипуляций

Цель: исследовать вербальные и невербальные средства защиты от манипуляций.в
Формируемые компетенции: ПК-2

Актуальность темы. Возрастающая роль манипулятивного воздействия в СМИ.

Теоретическая часть.

Манипуляция является макростратегией, которая включает в себя частные стратегии. С точки зрения мотива общения и интенций журналиста выделяются стратегии дискредитации и героизации, фрустрационная и псевдорационально-эвристическая стратегии (Катенева И. Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ, 2010).

Особенность манипуляции в СМИ заключается в ее многоуровневости и многослойности. В связи с этим манипулятивные стратегии можно вычленить только искусственно, в тексте они взаимодействуют на уровне тактик, приемов и языковых средств. Концентрация в одной публикации различных приемов манипуляции как на вербальном, так и невербальном уровне позволяет журналисту достичь намеченной цели, даже если часть приемов будет дешифрована читателем.

Выбор доминантных стратегий, тактик, приемов, языковых средств манипуляции определяется коммуникативной политикой издания и обусловлен спецификой целевой аудитории газеты. Наиболее востребованы в арсенале журналистов, работающих в оппозиционных изданиях, стратегия дискредитации и псевдорационально-эвристическая стратегия, так как их сочетание позволяет создать у читателя иллюзию объективного отображения действительности и сформировать негативное отношение к отдельному человеку, группе лиц, социальному институту, явлению.

Для реализации манипулятивного воздействия используются вербальные (лексические, морфологические, синтаксические, стилистические) и невербальные средства (креолизованный текст и параграфемные ресурсы). Наибольшим манипулятивным потенциалом обладают лексические и синтаксические средства, а также креолизованный текст, которые создают эффект двусмысленности и неопределенности, являющийся основой манипуляции. Вербальные и невербальные средства манипулирования эффективно используются в заголовочном комплексе и на межтекстовом уровне, что позволяет оказывать воздействие на адресата даже при беглом знакомстве с номером издания.

На страницах оппозиционных изданий манипулятивное воздействие не ограничивается политическим дискурсом. Манипуляция сознанием целевой аудитории осуществляется в публикациях, посвященных экономике, культуре, досугу, так как адресат менее критично воспринимает такие тексты. Помимо коррекции читательского мировоззрения, манипуляция реализуется для того, чтобы снять с журналиста (редакции) этическую и юридическую ответственность за сообщение негативных сведений об объекте дискредитации.

Манипуляция в СМИ имеет ряд особенностей, обусловленных спецификой коммуникации:

- 1) реализация интересов коллективного адресанта (цели, преследуемые журналистом, редактором, учредителем СМИ, заказчиком материала, либо совпадают, либо находятся в конфликте);
- 2) существование двойного адресата манипуляции целевая аудитория СМИ и герои конкретных материалов, которые, как правило, являются объектами критики;
- 3) несовпадение реальных интенций автора и намерений, декларируемых в тексте;
- 4) создание в материале максимальной концентрации различных приемов манипуляции как на вербальном, так и невербальном уровне, что позволяет инициатору общения достичь намеченной цели, даже если часть реализованных приемов будет дешифрована читателем.

В соответствии с выбираемым основанием классификации выявляются различные типы манипулятивного воздействия. В зависимости от условий реализации и характеристик адресата коммуникации исследователи выделяют *межличностную* и *массовую манипуляцию*. В текстах СМИ всегда реализуется массовая манипуляция. С точки зрения задач, поставленных адресантом, на страницах оппозиционных газет осуществляется *композиционная* и *содержательная манипуляция*. Цель композиционной манипуляции привлечь и удержать читательское внимание, то есть любыми средствами заставить целевую аудиторию полностью ознакомиться с текстом материала, содержанием полосы, номера. К средствам реализации композиционной манипуляции относятся: создание сенсационных заголовков, подзаголовков и лидер-абзацев (эффект усиленного и обманутого читательского ожидания); эксперименты с композицией текста (шрифтовые выделения, выноски и т. п.); особенности дизайна и верстки полосы.

Цель содержательной манипуляции — сделать читателя своим единомышленником, заставить реципиента принять точку зрения корреспондента (редакционного коллектива, заказчика материала). Содержательная манипуляция реализуется за счет искажения объема информации (неверная расстановка акцентов, утаивание какой-либо части сведений, частичная фальсификация фактов) и использования языковых средств.

В зависимости от адресата воздействия на страницах оппозиционных изданий реализуется *манипуляция читателем* (целевой аудиторией издания) и *манипуляция оппонентом* (дискредитируемым лицом). Чаще встречается манипуляция читателем, которая заключается в изменении целей, желаний, намерений, отношений или установок целевой аудитории, навязывании определенной точки зрения. Под манипуляцией оппонентом понимается сообщение негативных сведений об объекте дискредитации, унижение личного достоинства, деловой репутации человека таким образом, чтобы факт оскорбления, клеветы был недоказуем в суде.

В текстах оппозиционных газет наиболее востребованы стратегия дискредитации и псевдорационально-эвристическая стратегия, так как их сочетание позволяет создать у читателя иллюзию объективного отображения действительности и сформировать негативное отношение к отдельному человеку, группе лиц, социальному институту, явлению. Особенности манипуляции можно описать через характеристику каждого компонента в структуре воздействия: стратегия → тактика → прием → языковые средства.

Стратегия дискредитации — стратегия, в основе которой лежит интенция, направленная на умаление авторитета оппонента (политика, партии, правительства), а также унижение, оскорбление и опорочивание объекта критики. Мотив стратегии — журналист пытается разобраться в причинах и следствиях сложившейся ситуации, главная задача — найти виновных и разоблачить их деятельность.

В оппозиционной прессе данная стратегия является лидирующей, что обусловлено функционально-тематической направленностью изданий. Она реализуется при помощи таких тактик, как бездоказательное умаление авторитета, сопоставительная тактика, цитирование объекта дискредитации, превращение нейтральных контекстов в дискредитирующие, оскорбление, агрессивный оппонент и др.

Псевдорационально-эвристическая стратегия - стратегия, направленная на создание иллюзии объективного и непредвзятого исследования действительности, логичности авторского рассуждения и адекватности комментирования, в то время как адресант коммуникации, используя логические «ловушки» и подстановку суждений, «навязывает» целевой аудитории определенную точку зрения. Мотив стратегии - журналист стремится

усыпить бдительность целевой аудитории, снизить критический порог восприятия информации за счет использования ресурсов псевдоаргументации. Эта стратегия реализуется при помощи тактик совместное рассуждение, генерализация, апелляция к авторитету, создание неопределенности и др.

Наиболее востребованной является тактика «совместное рассуждение» - журналист создает у читателя иллюзию паритетного общения и предлагает совместно искать ответы на поставленные им же вопросы.

Вопросы и задания:

Вопросы для обсуждения:

1. Определение репрезентативной системы восприятия. Вербальная модальная подстройка.
2. Особенности преобразования и подачи информации манипулятором.
3. Манипулятивный потенциал стилистических приёмов.

Практическое задание. Проанализируйте материалы оппозиционных СМИ и опишите приёмы манипулирования. Подготовьте презентацию для выступления в группе.

Литература

Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746
2. Зелинский С.А. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: «СКИФИЯ», 2014. – 407 с.

Дополнительная литература:

1. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
2. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://psyfactor.org/koncept.htm> - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ
УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И
ПРОВЕДЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
«МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ: АНАЛИЗ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ»

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.04.02 –Журналистика
Интернет-журналистика

Ставрополь, 2026

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе магистров по дисциплине «Манипулирование в Интернете: анализ и противодействие» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика, магистерская программа «Интернет – журналистика и видеоблогинг».

Цель **методических рекомендаций к СРС** дисциплины «Манипулирование в Интернете: анализ и противодействие» – способствовать формированию у магистров, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02- Журналистика знаний, умений и навыков, позволяющих различать манипуляции при обращении к Интернет-ресурсам и обеспечивать эффективную защиту.

Основными задачами изучения дисциплины являются:

4. Сформировать знания теоретических основ технологий и приемов манипулирования в структуре Интернет - коммуникаций, а так же механизмов защиты.

5. Развить способности распознавать и анализировать манипуляции в Интернете.

6. Выработать навыки использования механизмов защиты от манипуляций.

2. Общая характеристика самостоятельной работы магистранта при изучении дисциплины «Манипулирование в Интернете: анализ и противодействие»

Самостоятельная работа магистрата в рамках дисциплины «Манипулирование в Интернете: анализ и противодействие» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующей компетенции:

Индекс	Формулировка
ПК - 2	Способность осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа.

Цель самостоятельной работы: в процессе изучения дисциплины «Манипулирование в Интернете: анализ и противодействие» научить магистранта осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями в области манипулирования массовым сознанием, а также привить навыки самостоятельного анализа текстов в Интернет – СМИ и их подготовки с учетом знаний о манипулятивном воздействии медиапродукции.

Задачи самостоятельной работы:

-систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения магистрантов;

- развить познавательные способности и активность магистрантов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;

-повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает к научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу актуальных проблем современной медиапрактики, развитию творческих навыков подготовки медиатекстов.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение иностранных источников;
- работа с электронными ресурсами в сети Интернет;
- подготовка к выступлению на практических занятиях.

7. План-график выполнения самостоятельной работы

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельно работы	Средства и технологии оценки*	Объем часов
ПК -2	Самостоятельное изучение литературы иностранных авторов.	Конспект	Собеседование	20
	Подготовка к практическим занятиям.	Выступление	Собеседование	34
Итого за 3 семестр				68
Итого				68

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению магистранта.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

В качестве формы контроля предусмотрено собеседование на практическом занятии. Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

В связи с тем, что учебным планом предусмотрены только практические занятия по дисциплине, самостоятельное изучение литературы иностранных авторов, основной и дополнительной литературы приобретает важное значение для создания теоретической базы.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с анализа проблемного поля изучаемой темы. Информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям, дискуссиям указан в методических рекомендациях к практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт переконпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может

быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим занятиям. Однако необходимо уметь самостоятельно находить ресурсы, посвященные манипулятивным воздействиям в СМИ. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библиотечных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

В рамках практических занятий проводятся **собеседование**. Подготовка к нему предполагает изучение рекомендованной литературы, выполнение заданий, предусмотренных к конкретному практическому занятию по дисциплине и представленных в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка к практическому занятию предполагает теоретическое изучение проблем дисциплины по широкому спектру междисциплинарных исследований (социологических, психологических, журналистских и т.д.), использование научных исследований по проблеме зарубежных авторов. Подготовка начинается с выделения и осмысления проблем в интерпретации и понимании феноменов манипулирования и стратегий противодействия. Затем следует выделить позицию авторов, которая кажется более убедительной. Подготовить аргументы для иллюстрации ее состоятельности. Подтвердите практическими примерами (материалами из Интернет-СМИ).

Продумайте стратегию публичного выступления в группе.

7. Методические указания по подготовке к зачету

Промежуточная аттестация предусмотрена в форме **зачета**.

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент работает на практических занятиях, демонстрируя всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не принимал участие в работе на практических занятиях, демонстрирует незнание основного учебного материала, не умеет выполнять задания, предусмотренные программой, не усвоил основную литературу, рекомендованную программой

8. Список рекомендуемой литературы

8.1. Основная литература:

1. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. Орел: МАБИВ, 2014. – 93с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=137746

8.2. Дополнительная литература:

1. Интернет-СМИ: теория и практика : учебное пособие / под ред. М.М. Лукина. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049>.
2. Опфер С.В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>.

8.3. Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. <http://www.mediascope.ru> - электронный журнал «Медиаскоп»