



Манипулирование и способы противостояния

Иоффе А.Н. — к.ист.н.,
АПКиПРО

Ожидаемые результаты занятия



- В результате занятия участники смогут:
- -давать определение понятию «манипулирование»;
- -определять основные приемы манипулирования;
- -называть признаки, по которым можно определить попытку оказать воздействие на поведение;
- -различать ситуации манипулирования;
- -сформулировать рекомендации по защите от манипулирования и использовать эти советы в своей повседневной жизни.

Манипулирование



- **Манипулирование**
- –система методов и средств влияния на массовое сознание и на отдельного человека;
- -цель - навязывание идей, установок, стереотипов и ценностей;
- -люди принуждаются (подталкиваются) к действиям (или бездействию) подобно марионеткам;
- -осуществляется вопреки воле и интересам человека или группы.

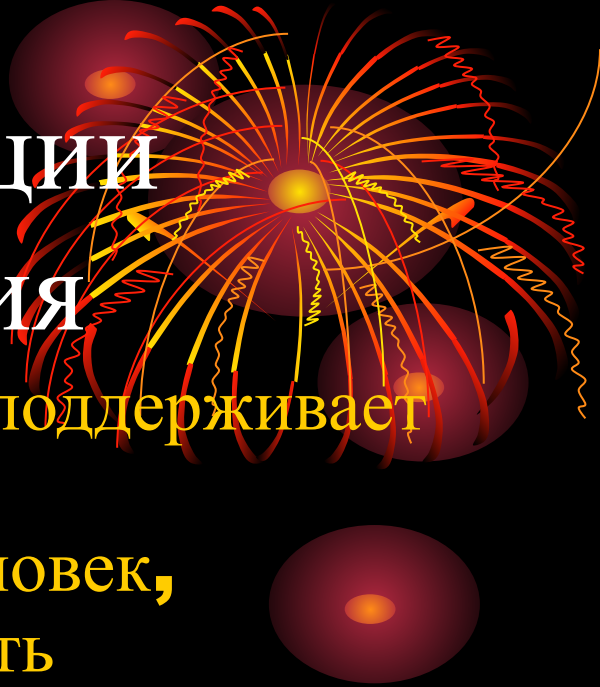
Задачи манипулирования



- -управление волей, чувствами и настроениями;
- -программирование мыслей, намерений, установок, поведения;
- -скрытость принуждения;
- -сокрытие истинной информации.

Стороны в ситуации манипулирования

- **СУБЪЕКТ** – кто оказывает или поддерживает воздействие, заинтересован в манипулировании: отдельный человек, группа, организация или общность (государство, этнос, профессиональное сообщество и т.п.).
- **ОБЪЕКТ** – на кого оказывают воздействие, от кого ждут определенных поступков в ответ на манипулятивные действия.



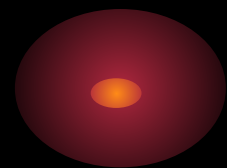
Уровни манипуляционного воздействия



- **1.** Усиление существующих в сознании людей нужных установок, идеалов и ценностей норм.
- **2.** Частные изменения взглядов на то или иное событие, процесс, факт (влияние на политическую позицию и эмоциональное отношение к конкретному явлению).
- **3.** Коренное, кардинальное изменение жизненных установок на основе сообщения драматических, необычных новых данных, сведений.

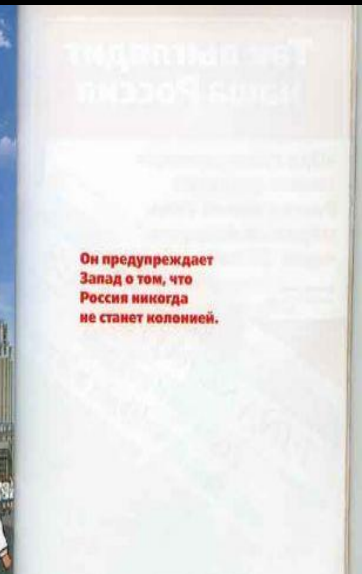
Приемы манипулирования

- **1.** Искажение информации
- **2.** Использование значимых символов
- **3.** Эксплуатирование комплекса неполноценности



Приемы манипулирования

- **4.** Ссылка на авторитеты, использование симпатий или антипатий
- **5.** Обобщение
- **6.** Создание яркого привлекательного образа (имиджа) через ассоциации



Приемы манипулирования

- **6.** Запугивание и формирование образа врага
- **7.** Эксклюзивность
- **8.** Забота об общем благе



Приемы манипулирования

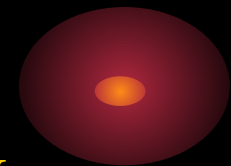


- **9.** Навязывание стереотипов
- **10.** Ограничение времени для решения
- **11.** Частое повторение
- **12.** Информационная перегрузка
- **13.** Управление прошлым
- **14.** Нацеленность на будущее
- **15.** Замена реальных причинно-следственных связей на фиктивные
- **16.** Использование чувств (любви, жалости и т.п.)
- **17.** Навязывание новой идентичности

Внушаемость – готовность подчиниться или поддаться влиянию



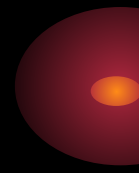
- **Виды внушаемости**
- **1. Общая (присуща всем людям)**
- **2. Ситуативная (особые состояния психики)**
- **3. Групповая (взаимное внушение, превращающее людей в толпу)**



Факторы, способствующие повышению внушаемости



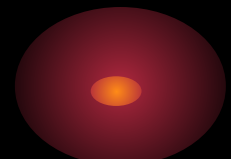
- Психические особенности:

- -склонность к повиновению и подражанию,
 - -слабое чувство ответственности,
 - -стеснительность и робость,
 - -доверчивость,
 - -повышенная эмоциональность,
 - -впечатлительность, суеверность и тревожность,
 - -мечтательность,
 - -нежелание мыслить логически,
 - -фанатичность.
- 

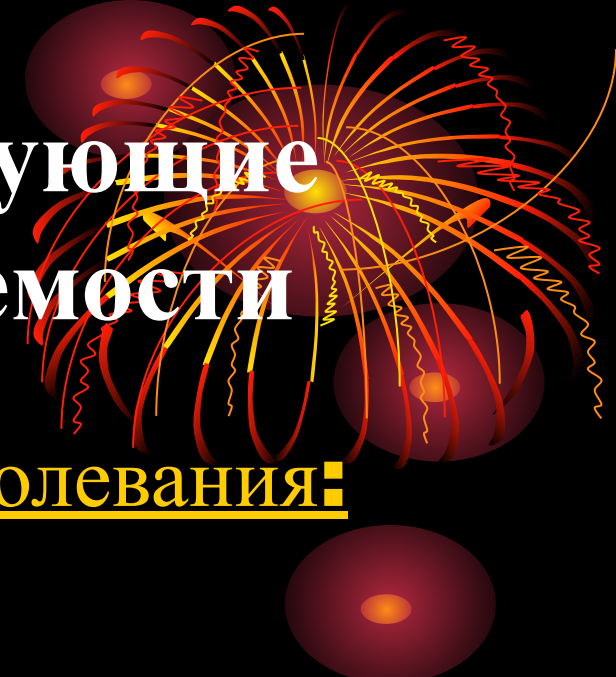
Факторы, способствующие повышению внушаемости



- Влияние сложившейся ситуации:

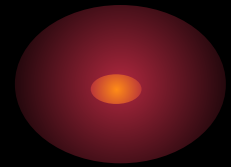
- -расслабленность, скука,
 - утомленность, безразличие,
 - -стресс, напряженность, ощущение безвыходности ситуации,
 - -сильное эмоциональное возбуждение,
 - -озабоченность,
 - -низкий уровень осведомленности и компетентности в вопросе или деятельности,
 - -отсутствие опыта поведения,
 - -дефицит времени для принятия решения, неожиданность.
- 

Факторы, способствующие повышению внушаемости



- Состояние здоровья и заболевания:
 - -истощение,
 - -астения,
 - -наркомания,
 - -бессонница.

Характеристики эффективного внушения



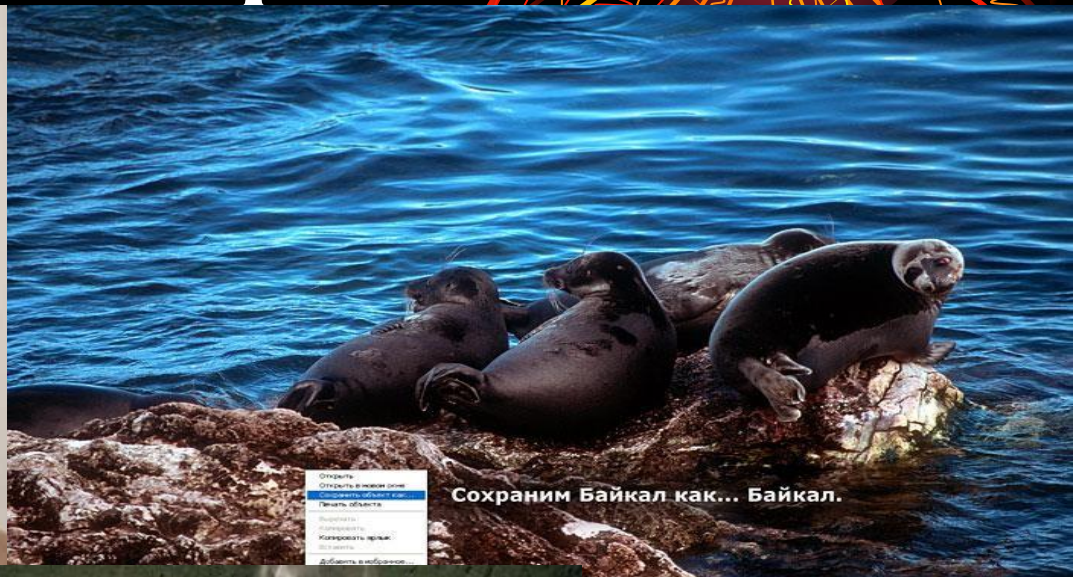
- -целенаправленность и планомерность;
- -определенность объекта внушения;
- -некритическое восприятие информации объектом внушения;
- -вызов определенной реакции или действий

Манипулирование и реклама



- **1.** Реклама товаров.
- **2.** Политическая пропаганда
- **3.** Давление в межличностных отношениях
- **4.** Манипулирование в отношениях между государствами

Социальная реклама



Социальная реклама



Способы защиты от манипулирования



- **1.** Определить и осознать собственные интересы
- **2.** Понять, кто контролирует информацию
- **3.** Определить, как информация может повлиять на ваше сознание и поведение
- **4.** Отделить себя от информации, посмотреть на нее со стороны
- **5.** Сравнить информацию, полученную из разных источников
- **6.** Найти удовольствия, которые не будут связаны с товарами

Противостояние манипулированию – сохранение единства и неповторимости мира в его разнообразии

