**Глава I. Виды и методы манипуляции сознанием**

**1.1 Предрасположенность психики к манипулированию**

Манипулирование встречается везде и всегда. Без завуалированного стремления одного индивида подчинить себе волю другого невозможны отношения в обществе. При этом, у большинства людей существуют социальные потребности и предрасположенности к различного рода невротическим зависимостям, что дает немалые возможности для навязывания своей воли. «Манипуляторы для управления другим человеком провоцируют в нем невроз (т.е. вызывают невротическую симптоматику), выдвигая определенные условия, выполнение которых приведет к избавлению от невроза, т.к. подчинение — всегда является избавлением от невроза. Точнее, в этом подсознательно уверен человек, подвергшийся манипуляциям»[[1]](#footnote-1). Крайне важно, что это происходит именно на подсознательном уровне, ведь важное и неотъемленное свойство манипуляции – это ее скрытность, то есть манипулируемый не осознает, что им манипулируют, ведь если вы открыто кому-то отдадите команду - это будет приказ. Тогда как скрытое, манипулятивное, управление направлено на подсознание человека, в этом случае сопротивляться куда сложнее, так как крайне трудно, а зачастую невозможно осознать сам факт манипулирования. «Скрытая команда в этом случае поступает сначала в подсознание, а уже оттуда переходит в сознание, оказывает влияние на сознание вследствие того, что сознанием руководит бессознательное психики».[[2]](#footnote-2) При этом, во время манипулятивного воздействия на человека, в его психике постоянно присутствует раздражитель, вызывающий невротическую зависимость, которая исчезает после выполнения воли манипулятора.

Известно, что психика человека устроена таким образом, что вынуждена все время балансировать на грани между дисгармонией и обычным, нормальным состоянием (т.н. условной нормой). Мы рассматриваем в данном случае только психически здоровых людей. «Психика почти всех без исключения людей подвержена специфическому воздействию, вызывающему соответствующую симптоматику, именуемую неврозом».[[3]](#footnote-3)

Существует определенная группа людей, в особенности подверженная манипуляции. Такие люди зачастую очень легковерны и наивны, они способны поверить носителю информации, не проверив ее достоверность. В современном же обществе, при наличии невероятных объемов общедоступной информации, зачастую крайне трудно проверить ее достоверность, что делает огромное количество людей открытыми для манипуляции.

**1.2 Манипуляция личностью**

Какой бы сильной не была психологическая защита человека, зачастую манипуляторам удается разрушить некоторые структуры в сознании и подсознании человека, тем самым подготавливая его к манипуляции.

Известно, что манипуляторы для достижения своей цели используют различные методики. Методики воздействия на одного индивида и на массу людей, разумеется, различаются. Ниже я приведу методики воздействия, используемые при манипуляции одним или несколькими людьми, чаще всего при личном контакте. Весь материал этого параграфа основан на книге С. А. Зелинского «Манипуляция личностью и массами». Несмотря на то, что манипуляция личностью не входит в тему моего исследования, я посчитала немаловажным затронуть и ее. Потому, что, во-первых, важно уметь замечать подобные методы воздействия, чтобы защититься от манипуляции, а во-вторых, именно на основе манипуляции личностью строится манипуляция массовым сознанием.

Ниже представлены некоторые методы манипулирования личности, используемые манипулятором:

1. Ложное переспрашивание, или обманчивые уточнения.
2. Стремление показать свое безразличие, или псевдо-невнимательность.
3. Ложная ущербность, или мнимая слабость.
4. Яростный напор, или непомерный гнев.
5. Излишняя подозрительность, или вызывание вынужденных оправданий.
6. Авторитетность манипулятора, или обман власти.

**1.3 Манипуляция толпой**

В толпе сознательная личность исчезает, причем чувства и идеи всех индивидуумов, составляющих толпу, приобретают одну направленность. Образуется коллективный разум, имеющий временный характер и специфические особенности, который легко поддается влиянию со стороны лидера, возглавляющего и управляющего толпой. «Тысячи индивидов, отделенных друг от друга, могут в известные моменты подпадать одновременно под влияние некоторых сильных эмоций или какого-нибудь великого национального события и приобретать, таким образом, все черты одухотворенной толпы».[[4]](#footnote-4)

 Люди, как и животные, находясь в толпе, испытывают инстинктивную потребность подчиняться своему вожаку. Только вожак может организовать толпу, дать ей слепую веру, убеждения. «Чаще всего вожаками бывают психически неуравновешенные люди, полупомешанные, находящиеся на границе с безумием».[[5]](#footnote-5) Это вполне объяснимо, так как вожак должен обладать абсолютной верой в ту идею, которую он поддерживает и защищает, ведь при наличии малейших сомнений, он теряет всю свою убедительность. Он должен обладать властью, причем руководя и управляя не сознанием, а подсознанием всех членов группы, и, следовательно, вожак не должен рассуждать, он должен внушать свою идею, обращаясь к подсознанию и практически лишая людей их воли и рассудка.

Предназначение всех вожаков – дать толпе веру. Слепую и абсолютную веру в некую идею. Эта идея может быть политической, социальной, религиозной, и так далее. «Дать человеку веру – это удесятерить его силы».[[6]](#footnote-6) В истории существует множество примеров событий, совершенных, во многом благодаря силе веры и уверенности их участников. Власть вожаков деспотична, именно это и заставляет людей ей подчиняться. Важно заметить, что под власть вожаков зачастую попадают люди, не имеющие достаточно ясных понятий за пределами своей специальности, такие люди нуждаются в руководителе, которым и становится вожак.

Густав Лебон подразделяет класс вожаков на две определенные категории:

1. Буйные храбрецы, способные организовать внезапные дерзкие мероприятия и вовлечь в них толпу, несмотря на опасность.
2. Вожаки, обладающие сильной и стойкой волей. Они встречаются гораздо реже, но их значение в истории куда больше.

Густав Лебон в книге «Психология толпы» перечисляет следующие способы воздействия вожаков на толпу:

1. Утверждение. Для того, чтобы заставить идею проникнуть в подсознание толпы, достаточно лишь простого утверждения, не подкрепленного доказательствами и максимально краткого. Важно, чтобы это утверждение регулярно и постоянно повторялось, желательно в одних и тех же формулировках.
2. Повторение. «Часто повторяемая идея, в конце концов, врезается в самые глубокие области бессознательного, где именно и вырабатываются двигатели наших поступков».[[7]](#footnote-7) После того, как утверждение повторяется достаточное число раз и желательно из разных источников, люди забывают его автора, и оно в сознании людей становится фактом, не требующим доказательств.
3. Зараза. Крайне важен тот факт, что человек, находящийся в толпе, как индивидуальность перестает существовать, место его сознания занимает сознание этой толпы и начинает определять поведение, мысли, ожидания человека. «В толпе идеи, чувства, эмоции, верования – все получает такую же могущественную силу заразы, какой обладают некоторые микробы».[[8]](#footnote-8)

Толпой управляют не при помощи аргументов, а при помощи образов. Любая идея распространяется в общем подсознательном толы и обретает контроль над людьми, притом не только над их мнениями, но и над их чувствами. Под влиянием этой «заразы» исчезает личный интерес членов толпы, она широко распространяется, проникания в разные слои общества. Становясь в итоге истиной, не подлежащей сомнению.

Зигмунд Фрейд, анализируя и обобщая взгляды Лебона в книге «Психология масс и анализ человеческого Я», делает следующие выводы:

– Масса импульсивна, изменчива и возбудима. Ею почти исключительно руководит бессознательное.

– Масса легковерна и чрезвычайно легко поддаётся влиянию, она некритична, неправдоподобного для неё не существует. Она думает образами и не знает ни сомнений, ни неуверенности.

– Она склонна ко всем крайностям, и тот, кто хочет на неё влиять, не нуждается в логической проверке своей аргументации.

– Массы никогда не знали жажды истины. Они требуют иллюзий, без которых они не могут жить.

**1.4 Манипуляция массами**

Дать определение манипуляции массами сложно, ведь она одновременно включает в себя манипуляцию личностью и манипуляцию толпой, и одновременно в полной мере не является не той не другой. Манипуляция личностью подразумевает под собой личный контакт с одним человеком или небольшой группой людей, отдельное влияние на подсознание каждого из объектов манипуляции. В то время как манипуляция толпой подразумевает полное отсутствие личности, и присутствие лишь общего группового подсознания, на которое оказывается влияние.

В качестве примера, приведем одну из наиболее часто встречающихся манипуляций массовым сознанием в современном обществе – рекламную кампанию n-ной организации, предоставляющую некий набор услуг. Итак, манипулятор – организация. Объект манипуляции – определенная целевая аудитория, на которую рассчитаны продукты и услуги. Цель – объект манипуляции должен испытывать необходимость в продукте, предоставляемом компанией, при этом у манипулятора нет личного контакта с манипулируемым, влияние осуществляется не напрямую, также целевая аудитория не является толпой, каждый из субъектов манипуляции подвергается влиянию отдельно. Влияние (закладывание идеи в подсознание) осуществляется посредством разных инструментов, таких как СМИ.

 Ниже будут представлены способы воздействия на масс-медиа-аудиторию[[9]](#footnote-9):

1. Принцип первоочередности

Суть данного метода основана на специфике психики, которая устроена таким образом, что принимает на веру информацию, первой поступившую в обработку сознанием. Тот факт, что позже мы можем получить более достоверную информацию, зачастую уже не играет роли.

В данном случае срабатывает эффект восприятия первичной информации как истиной, тем более что сразу понять ее противоречивый характер невозможно. А после — уже достаточно трудно изменить сформировавшееся мнение.

2. «Очевидцы» событий

Находятся якобы очевидцы событий, которые с необходимой искренностью сообщают информацию, заблаговременно переданную им манипуляторами, выдавая ее за свою собственную. Имя подобных «очевидцев» зачастую скрывается якобы в целях конспирации, или же называется ложное имя, что наряду с фальсифицированной информацией, тем не менее достигает эффекта у аудитории, т. к. воздействует на бессознательное психики человека, вызывая в нем накал чувств и эмоций, в результате которых цензура психики ослаблена и способна пропустить информацию от манипулятора, не определив ее ложную сущность.

3. Образ врага

Путем искусственного создания угрозы и вследствие этого накала страстей, массы погружаются в состояния, схожие с ИСС (измененными состояниями сознания). В результате такими массами легче управлять.

4. Смещение акцентов

В данном случае происходит сознательное смещение акцентов в подаваемом материале, и что-то не совсем желательное для манипуляторов преподносится на втором плане, а высвечивается наоборот — необходимое им.

5. Использование «лидеров мнений»

В данном случае манипуляции массовым сознанием происходят исходя из того, что при совершении каких-либо действий индивиды ориентируются на лидеров мнений. В качестве лидеров мнений могут выступать различные фигуры, ставшие авторитетными для определенной категории населения.

6. Переориентация внимания

В этом случае становится возможным преподносить практически любой материал, не опасаясь его нежелательной (негативной) составляющей. Становится возможным это исходя из правила переориентации внимания, когда необходимая для сокрытия информация как бы отходит в тень словно бы случайно высвечиваемых событий, служащих отвлечению внимания.

7. Эмоциональное заряжение

Данная технология манипулирования основана на таком свойстве психики человека, как эмоциональная заражаемость. Известно, что в процессе жизни человек выстраивает определенные защитные барьеры на пути получения нежелательной для него информации. Чтобы обойти подобный барьер (цензуру психики), необходимо чтобы манипулятивное воздействие было направленно на чувства. Таким образом, «зарядив» нужную информацию необходимыми эмоциями, становится возможным преодолеть барьер разума и вызвать в человеке взрыв страстей, заставив его переживать по какому-то моменту услышанной информации. Далее вступает в действие эффект эмоционального заряжения, который получает наибольшее распространение в толпе, где, как известно, порог критичности ниже.

8. Показная проблематика

В зависимости от подачи одних и тех же материалов можно добиваться различных, порой противоположных мнений у аудитории. То есть какое-то событие можно искусственно «не заметить», а чему-то наоборот, уделить повышенное внимание, да еще на разных каналах телевидения. При этом сама истина как бы отходит на второй план. И зависит от желания (или не желания) манипуляторов высвечивать ее. (Например, известно, что ежедневно в стране происходит множество событий. Естественно, освещение всех их невозможно уже чисто физически. Однако зачастую происходит так, что какие-либо события демонстрируются достаточно часто, много раз, и на различных каналах; тогда как что-то другое, что наверняка тоже заслуживает внимание — как бы сознательно не замечается.)

Стоит заметить, что подача информации посредством подобной манипулятивной техники приводит к искусственному раздуванию несуществующих проблем, за которыми не замечаются нечто важное, что может вызвать гнев народа.

9. Недоступность информации

Данный принцип манипулятивных технологий называют информационной блокадой. Становится возможным подобное, когда определенная часть информации, нежелательная для манипуляторов — сознательно не допускается в эфир.

10. Удар на опережение

Вид манипуляции, основный на заблаговременном выбросе негативной для основной категории людей информации. При этом данная информация вызывает максимальный резонанс. А ко времени последующего поступления информации и необходимости принятия непопулярного решения, аудитория уже устанет от протеста, и не будет реагировать слишком отрицательно. Используя подобный метод в политтехнологиях — сначала жертвуют незначительным компроматом, после чего, когда на продвигаемого ими политического деятеля появляется новый компромат — массы уже так не реагируют. (Устают реагировать.)

11. Ложный накал страстей

Способ манипулирования масс-медиа-аудиторией, когда используется ложный накал страстей за счет преподнесения якобы сенсационного материала, в результате чего психика человека не успевает должным образом среагировать, создается ненужный ажиотаж, и преподносимая позже информация — уже не оказывает такого воздействия, потому как снижается критичность, выдвигаемая цензурой психики. Другими словами, создается ложный лимит времени, за который получаемая информация должна быть оценена, что зачастую приводит к тому, что она практически без купюр со стороны сознания попадает в бессознательное индивида; после чего оказывает влияние на сознание, искажая сам смысл полученной информации, а также занимая место для получения и соответствующей оценки информации более правдивой. Причем, в большинстве случаев мы говорим о воздействии в толпе, в которой принцип критичности затруднителен уже сам по себе.

12. Эффект правдоподобия

В данном случае основа для возможной манипуляции состоит из такой составляющей психики, когда человек склонен верить информации, не противоречащей ранее имеющейся у него информации или представлений по рассматриваемому вопросу.

Другими словами, если посредством СМИ мы сталкиваемся с информацией, с которой внутренне не согласны, то мы сознательно перекрываем подобный канал получения информации. А если наталкиваемся на информацию, не противоречащую нашему пониманию подобного вопроса, мы продолжаем впитывать подобную информацию, которая усиливает раннее сформированные паттерны поведения и установки в подсознании. А значит, становится возможен и разгон для манипуляций, т. к. манипуляторы сознательно будут вклинивать в правдоподобную для нас информацию частьложной,которую словно бы автоматически мы воспринимаем за настоящую. Также, в соответствии с подобным принципом манипулирования, возможна изначальная подача заведомо неблагоприятной для манипулятора информации, якобы критика самого себя, за счет чего повышается вера у аудитории, что данный масс-медиа-источник достаточно честный и правдивый. Ну а уже позже в подаваемую информацию вкрапливается информация, необходимая для манипуляторов.

13. Эффект «информационного штурма»

В данном случае следует говорить о том, что на человека обрушивается шквал бесполезной информации, в котором теряется истина.

Люди, подвергавшиеся подобной форме манипулирования, просто устают от потока информации, а значит, анализ подобной информации становится затруднителен и у манипуляторов появляется возможность скрыть информацию, необходимую им, но нежелательную для демонстрации широким массам.

14. Обратный эффект

В случае подобного факта манипуляции происходит выброс такого количества негативной информации в адрес какого-то человека, что эта информация достигает прямо противоположного эффекта, и вместо ожидаемого осуждения подобный человек начинает вызывать жалость. Примером данного метода манипулирования может служить пиар-компания президента РФ Б.Н.Ельцина.

15. Будничный рассказ, или зло с человеческим лицом

Информация, которая может вызвать нежелательный эффект, произносится обычным тоном, словно бы ничего страшного не происходит. В результате подобной формы преподнесения информации, некая критическая информация при проникновении в сознание слушателей теряет свою актуальность. Таким образом, исчезает критичность восприятия психикой человека негативной информации и происходит привыкание к ней.

16. Односторонность освещения событий

Данный способ манипуляции направлен на односторонность освещения событий, когда предоставляется возможность высказаться лишь одной стороне процесса, в результате чего достигается ложный смысловой эффект получаемой информации.

17. Принцип контраста

Этот вид манипуляции становится возможен, когда необходимая информация подается на фоне другой, изначально негативной, и отрицательно воспринимаемой большинством аудитории. Другими словами, на фоне черного всегда будет заметно белое. А на фоне плохих людей — всегда можно показать хорошего человека, рассказав о его добрых делах. Подобный принцип распространен в политтехнологиях, когда сначала детально разбирается возможный кризис в лагере конкурентов, а после — демонстрируется правильный характер действий нужного манипуляторам кандидата, у которого такого кризиса нет и быть не может.

18. Одобрение мнимого большинства

Применение данной методики манипулирования массами основано на таком специфическом компоненте человеческой психики — как допустимость совершения каких-либо действий, после изначального одобрения их другими людьми. В результате подобного способа манипуляций в психике человека стирается барьер критичности, после того как такая информация вызвала одобрение у других людей. Вспомним Лебона, Фрейда, Бехтерева и др. классиков психологии масс — в массе активно действует принципы подражания и заражаемости. Поэтому то, что делает один — подхватывают и остальные.

19. Экспрессивный удар

При реализации данный принцип должен произвести эффект психологического шока, когда должного эффекта манипуляторы добиваются намеренным транслированием ужасов современной жизни, что вызывает первую реакцию протеста (за счет резкого повышения эмоциональной составляющей психики), и желание во что бы то ни стало наказать виновных. При этом не замечаются, что акценты при подаче материала могут быть сознательно смещены в сторону ненужных манипуляторам конкурентов или против информации, кажущейся им нежелательной.

20. Ложные аналогии, или диверсии против логики

Данная манипуляция устраняет истинную причину в каком-либо вопросе, заменяя ее ложной аналогией. Например, происходит неправильное сопоставление различных и взаимоисключающих следствий, которые в данном случае выдаются за одно. Пример — в Госдуму последнего созыва было выбрано много молодых спортсменов. В данном случае заслуги в спорте в сознании масс подменили мнение о том, действительно ли 20-летние спортсмены могут управлять страной. При этом следует помнить, что каждый депутат Госдумы — имеет ранг федерального министра.

21. Искусственное «просчитывание» ситуации

Намеренно выбрасывается на рынок множество различной информации, тем самым отслеживается интерес общественности к этой информации, и информация, не получившая актуальность, в последующем исключается.

22. Манипулятивное комментирование

Посредством необходимого манипуляторам акцента освещается то или иное событие. При этом любое нежелательное для манипуляторов событие при использовании подобной технологии может принять противоположный окрас. Все зависит от того, как манипуляторы преподнесут тот или иной материал, с какими комментариями.

23. Эффект присутствия

Ссылка на присутствие на каком-либо событии позволяет направить манипулятивную методику на максимальное достижение необходимого результата. По типу — очевидец всегда прав.

24. Допуск (приближение) к власти

Подобный вид манипуляции основан на таком свойстве психики большинства индивидов, как кардинальное изменение своих взглядов в случае наделения подобного человека необходимыми властными полномочиями. Достаточно яркий пример — Д.О.Рогозин, который был в оппозиции к власти — вспомним заявление Рогозина в связи с запретом ЦИК на регистрацию В.Геращенко кандидатом в президенты, вспомним голодовку в Госдуме с требованиями отставки министров социально-экономического блока правительства, вспомним другие высказывания Рогозина, в т.ч. о партии власти и о президенте страны — и вспомним выступления Рогозина после его назначения постоянным представителем России при Организации Североатлантического договора (НАТО) в Брюсселе, т.е. крупным чиновником, представляющим Россию во вражеской организации.

25. Повторение

Подобный способ манипулирования достаточно прост. Необходимо всего лишь многократное повторение какой-либо информации, чтобы подобная информация отложилась в памяти масс-медиа-аудитории и в дальнейшем была использована. При этом манипуляторам следует максимально упростить текст и добиться его восприимчивости в расчете на низко-интеллектуальную публику. Как ни странно, практически только в таком случае можно быть уверенным, что необходимая информация не только будет донесена до массового зрителя, читателя или слушателя, но и будет правильно ими воспринята. И такого эффекта можно добиться многократным повторением простых фраз. В этом случае информация сначала прочно закрепляется в подсознании слушателей, а потом будет влиять на их сознание, а значит на совершение поступков, смысловой оттенок которых тайно заложен в информацию для масс-медиа-аудитории.

26. Правда — наполовину

Этот метод манипуляции заключается в том, что публике преподносится только часть достоверной информации, в то время как другая часть, объясняющая возможность существования первой части, манипуляторами утаивается.

Также, несмотря на тот факт, что телевидение – это часть СМИ, ниже представлены отдельно выделенные способы манипуляции посредством телевидения[[10]](#footnote-10):

1) Фабрикация фактов.

В данном случае эффект манипулирования происходит в результате мелких отклонений, используемых при подачи материала, но действующих всегда в одном направлении. Манипуляторы говорят правду, только когда правда может быть легко проверена. В остальных случаях — стараются преподнести материал в нужном им ключе. Причем ложь становится наиболее эффективной, когда опирается на заложенный в подсознание стереотип.

2) Отбор для материала событий реальности.

В данном случае эффективным условием программирования мышления является контроль СМИ с целью подачи единой информации, но различными словами. При этом допускается деятельность оппозиционных СМИ. Но деятельность их должна быть подконтрольна и не выходить за рамки разрешаемого им вещания. Кроме этого СМИ используют т. н. принцип демократии шума, когда ненужное манипулятором сообщение просто должно погибнуть под мощным выбросом разносторонней информации.

3) Серая и черная информация.

Во второй половине ХХ века СМИ стали использовать технологии психологической войны. Американский военный словарь 1948 г. дает психологической войне такое определение: «Это планомерные пропагандистские мероприятия, оказывающие влияние на взгляды, эмоции, позиции и поведение вражеских, нейтральных или дружественных иностранных групп с целью поддержки национальной политики». В руководстве (1964) говорится, что цель такой войны — «подрыв политической и социальной структуры страны… до такой степени деградации национального сознания, что государство становится не способным к сопротивлению».

4) Большие психозы.

Тайными задачами СМИ является превращение граждан нашей страны в единую массу (толпу), с целью общего регулирования распространения потока информации, которой обрабатывается сознание и подсознание людей. В итоге, такой толпой легче управлять, а средний обыватель беспрекословно верит самым нелепым утверждениям.

5) Утверждение и повторение.

В данном случае информация подается в виде готовых шаблонов, которые активно задействуют имеющиеся в подсознании стереотипы. Утверждение в любой речи означает отказ от обсуждения, поскольку власть идеи, которая может подвергаться обсуждению, теряет всякое правдоподобие. В мышлении человека, отмечает Кара-Мурза, сложился т.н. мозаичный тип культуры. СМИ являются фактором укрепления такого типа мышления, приучая человека мыслить стереотипами, и не включать интеллект при анализе материалов СМИ. Г. Лебон отмечал, что с помощью повторения информация внедряется в глубины подсознания, туда, где зарождаются мотивы последующих действий человека. Чрезмерное повторение притупляет сознание, заставляя любой информации практически без изменений откладываться в подсознании. А из подсознания, через определенный промежуток времени, такая информация переходит в сознание.

6) Дробление и срочность.

В данной методике манипулирования, используемой СМИ, целостная информация разделяется на фрагменты, чтобы человек не смог соединить их в единое целое и осмыслить проблему. (Например, статьи в газете разбиваются на части и помещаются на разных страницах; текст или телепередача разбиваются рекламой.) Профессор Г.Шиллер так объясняет эффективность этого приема: «Когда целостный характер социальной проблемы намеренно обходится стороной, а отрывочные сведения о ней предлагаются в качестве достоверной «информации», то результаты такого подхода всегда одинаковы: непонимание… апатия и, как правило, безразличие». Разрывая на кусочки информацию о важном событии, удается резко снизить воздействие сообщения или вообще лишить его смысла.

7) Упрощение, стереотипизация.

Данный вид манипуляции основан на том факте, что человек — продукт мозаичной культуры. Его сознание создано СМИ. СМИ, в отличие от высокой культуры, предназначены именно для массы. Поэтому в них были установлены жесткие ограничения на сложность и оригинальность сообщений. Оправданием для этого служит то правило, что представитель массы способен адекватно усваивать только простую информацию, поэтому любая новая информация подгоняется под стереотип, чтобы человек воспринимал информацию без усилий и внутреннего анализа.

8) Сенсационность.

В данном случае сохраняется принцип такого преподнесения информацию, когда из отдельных частей невозможно или очень затруднительно составить единое целое. При этом выделяется какая-либо псевдо-сенсация. А уже под прикрытием ее — замалчивается по-настоящему важная новость (если эта новость по каким-то причинам является опасной для кругов, контролирующих СМИ).

Непрерывная бомбардировка сознания, особенно «плохими новостями», выполняет важную функцию поддержания в обществе необходимого уровня «нервозности», обращает внимание проф. С. Г. Кара-Мурза. Такая нервозность, ощущение непрерывного кризиса, резко повышает внушаемость людей и снижает способность к критическому восприятию.

9) Изменение смысла слов и понятий.

Манипуляторы от СМИ в этом случае вольно интерпретируют слова любого человека. При этом меняется контекст, часто принимая форму прямо противоположную или как минимум искаженную. Яркий пример приводит проф. С. Г. Кара-Мурза, рассказывая, что когда римского папу во время визита в одну из стран спросили, как он относится к домам терпимости, тот удивился, что, мол, разве они есть. После этого в газетах появилось экстренное сообщение: «Первое, что спросил папа, ступив на нашу землю, есть ли у нас дома терпимости?».

Итак, манипуляцию можно разделить на:

* Манипуляцию личностью
* Манипуляцию толпой
* Манипуляцию массами

Каждый из этих видов манипуляции человеком имеет свои особенности и способы осуществления. Крайне важно знать об этих способах и уметь замечать попытки влияния на подсознание, ведь именно это и является главной защитой от манипуляции, которой в той или иной мере повержены все.

1. С. А. Зелинский монография: «Манипуляция личностью и массами» - М., 2008. – Режим доступа: lit.lib.ru/z/zelinskij\_s\_a/text\_0150.shtml, свободный. – Загл. С экрана. – Данные соответствуют на 03.05.2014 [↑](#footnote-ref-1)
2. С. А. Зелинский монография: «Манипуляция личностью и массами» – М., 2008. – Режим доступа: lit.lib.ru/z/zelinskij\_s\_a/text\_0150.shtml, свободный. – Загл. С экрана. – Данные соответствуют на 03.05.2014 [↑](#footnote-ref-2)
3. С. А. Зелинский монография: «Манипуляция личностью и массами» – М., 2008. – Режим доступа: lit.lib.ru/z/zelinskij\_s\_a/text\_0150.shtml, свободный. – Загл. С экрана. – Данные соответствуют на 03.05.2014 [↑](#footnote-ref-3)
4. Густав Лебон. «Психология народов и масс» – М., 2014. – Режим доступа: <http://royallib.ru/read/lebon_g/psihologiya_narodov_i_mass.html#0>, свободный. – Загл. С экрана. – Данные соответствуют на 03.05.2014 [↑](#footnote-ref-4)
5. Там же [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же [↑](#footnote-ref-6)
7. Густав Лебон. «Психология народов и масс» Электрон. Данные. –М., 2014. – Режим доступа: <http://royallib.ru/read/lebon_g/psihologiya_narodov_i_mass.html#0>, свободный. – Загл. С экрана. – Данные соответствуют на 03.05.2014 [↑](#footnote-ref-7)
8. Там же [↑](#footnote-ref-8)
9. Зелинский С.А. Психотехнологии гипнотического манипулирования сознанием – М., 2014. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/zelinski2-11.htm>, свободный. – Загл. С экрана. – Данные соответствуют на 03.05.2014 [↑](#footnote-ref-9)
10. С.К.Кара-Мурза, 2007 [↑](#footnote-ref-10)