

## Манипулирование сознанием реципиентов средствами СМИ

Научный руководитель – Наливайко Юлия Юрьевна

*Бондаренко Елена Андреевна*

*Студент (бакалавр)*

Донецкий национальный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Украина

*E-mail: e\_bond00@mail.ua*

XXI век - удивительное время, и нам, его современникам, выпала счастливая судьба быть соучастниками происходящего. Мир адаптируется к стремительным скоростям в экономике, политике, развитии технологий и глобализации мировых процессов. Увлекаемые этим потоком, мы изо всех сил стараемся не отстать. Из-за спешки и погони за «трендами» незаметно теряем себя, собственную уникальность. Необходима остановка, передышка, переосмысление. Что же происходит? Почему бежим? Куда бежим? Нужно ли бежать?

Попробуем оглянуться вокруг [U+2012] что же происходит в мире? А мир зеркалит наши души. Агрессия, бездушие, замкнутость на собственных интересах, воспевание культа денег, разжигание всемирной ненависти. Зачем и кому это нужно? Зачем? - борьба за мировое господство и дальнейшее обогащение. Кому? - политическим и экономическим элитам, потерявшим чувство меры и реальности происходящего. Кто воплощает в жизнь эту безвкусицу? К великому сожалению, бывшая культурная элита - СМИ. Честь журналиста стала считаться бесполезной. Агрессия, оплачиваемая олигархами, транслируется в мир устами купленных журналистов. Этот вирус подобен холере или чуме [U+2012] распространяется молниеносно.

Речевое влияние на массы общества основывается на определенных пониманиях информации, которые позволяют предположить реакцию людей. Речевая агрессия - это способ влияния на людей через речь, и этим пользуются очень многие СМИ [1].

Под реализацией речевого воздействия может пониматься индивидуальное изменение поведения человека, его эмоционального состояния, кругозора, а также отношения к одним или другим ситуациям в жизни [5].

Медийные тексты становятся многоликими, разносторонними, индивидуальными, более демократичными, с одной стороны, а с другой - возникает тенденция к интеллектуализации, то есть к усложнению [3]. Усовершенствование манипулятивных технологий СМИ проявляется по-разному: это и наклеивание ярлыков, обыгрывание имени того, на кого направлена агрессия, нагнетание негативных ассоциаций, акцентирование неприятных или обидных деталей, прямое оскорбление и т.д. Нередко можно услышать или прочесть брань, ругань, прямое порицание, разглядеть скрытый упрек или косвенное осуждение. Не нужно путать перечисленные манипулятивные приёмы с конструктивной критикой, цель которой - улучшить данное состояние, а не вызвать отрицательные эмоции, ущемить достоинство. Почему так ведут себя журналисты? На фоне возрастающей безработицы, жесткой конкуренции, поиска элементарных способов выживания, наверное, сложно помнить о высоком слоге, приходится выбирать, где больше платят. Агрессия - один из способов манипулирования толпой, и вполне успешный (как показывает американская стратегия управляемого хаоса). Тот или иной предмет речи можно представить так, чтобы вызвать или поддержать агрессивное состояние у аудитории и сформировать к нему негативное отношение [2].

И современный человек эмоционально зависит от СМИ, причем не только от тематики, но и от стилистики. С появлением в нашей жизни Интернета появилась виртуальная речевая агрессия.

Неоднократно в социальных сетях мы встречаемся с негативными комментариями, обидными высказываниями в свою сторону, а некоторые сами были авторами подобных выражений. За пределами Интернета такие ситуации происходят не так часто [4].

Пользователи виртуальной жизни показывают свое недовольство или противостояние, и в этом нет ничего криминального, так как мы имеем право не сходить с чьими-то взглядами, но, несмотря на это, осознанно обижаем окружающих.

Речевая агрессия в Интернете и реальной жизни выражается неодинаково. Это происходит потому, что через экран невозможно видеть глаза собеседника, а также здесь не нужна жестикация и мимика. Однако некоторые эмоции можно передавать с помощью картинок-«стикеров».

Подводя итоги, можно сказать, что СМИ контролируют общество и управляют им. К сожалению, мы не всегда это замечаем и поэтому поддаемся различным провокациям. Не обращать внимания на желание СМИ управлять реципиентами очень проблематично, но нужно стараться анализировать полученную информацию и иметь свое мнение. Сложно спорить с тем, что манипулирование сознанием происходит быстро и незаметно, чаще всего это случается и крайне необходимо для решения общественно важных проблем. Однако мы имеем право противостоять манипуляциям СМИ и верить только фактам.

#### Источники и литература

- 1) Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2005.
- 2) Петрова Н.Е., Рацбургская Л.В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. М., 2011.
- 3) Костомаров В. Г. Языковой вкус эпох. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб., 1999.
- 4) Леонтьев А.А, Базылев В.Н., Бельчиков Ю.А., Сорокин Ю.А. Понятие чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации. М., 1997.
- 5) Сенкевич М. П. Культура радио- и телевизионной речи. М., 1997.