

**Технологии манипулятивного воздействия на молодежь в период  
предвыборных кампаний**

**Научный руководитель – Елишев Сергей Олегович**

*Трофимов Денис Альбертович*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

*E-mail: denis.trofimov.0505@mail.ru*

В условиях быстро развивающегося мира происходит активизация процессов и способов воздействия на людей, подчинение их специфическим интересам, то есть манипулирование. Манипулирование политическим сознанием - это не только часто встречаемое явление, но и регулярно применяемая политическая практика. Вследствие особых социально-психологических характеристик, среди наиболее уязвимых категории населения важно выделить такую социально-демографическую группу, как молодёжь [1]. Именно на молодежи основывается стратегическое развитие любой страны, а перспективы ее развития зависят от проводимой политики государства.

Исходя из рассмотренной актуальности манипулятивных воздействий, основные технологии манипулирования молодёжным электоратом в период предвыборных кампаний были выявлены. Для достижения данной цели был реализован ряд исследовательских задач, в числе которых анализ понятийного материала, изучение принципов политического манипулирования молодежью.

Молодежь как особая социально-демографическая категория отличается определённой совокупностью своих ценностных ориентиров. Несмотря на это, желание участвовать в политической жизни общества и государства является релевантным. К примеру, анализ опроса Всероссийского центра исследований общественного мнения показал, что структура электоральных предпочтений проголосовавшей молодежи (18-34 года) в целом идентична структуре электоральных предпочтений других возрастных категорий [2].

Исследователь С.Г. Кара-Мурза детально исследует сущность манипулирования как особого инструмента господства над личностью посредством воздействия на её психическую сферу, достигая этого через заранее установленные поведенческие схемы и скрытые механизмы влияния. Данный подход направлен на трансформацию человеческих взглядов, мотиваций и конечных стремлений в интересах манипуляторов без явного сознания индивида об этом воздействии [3].

Благодаря использованию метода анализа научной литературы, были проведены классификация и сравнение приемов политического воздействия на молодежь в период предвыборных кампаний. Такие технологии, как «наклеивание ярлыков», при котором объекту, человеку или явлению присваивается упрощённая, часто эмоционально окрашенная характеристика, и «метод ценностных слов», основанный на использовании терминов, ассоциирующихся с общепринятыми идеалами, базируются на особых социально-психологических признаках данной общности, отличая от подтасовки фактов, заключающейся в преднамеренном искажении, утаивании или выборочном использовании информации для создания ложного впечатления или подтверждения нужной позиции, и стереотипизации, сводящей многообразие характеристик к ограниченному клише. Высокий уровень доверчивости позволяет использовать приём «мнения авторитетов», принимая обозначенную точку зрения.

Дезинформация и «фейковые новости» стали мощным инструментом манипуляции общественным сознанием, особенно в контексте предвыборных кампаний. Данные методы используются для формирования ложных представлений, влияния на электоральные решения молодежи и создания эмоционального отклика[4]. Анализ современных методов манипуляции, включая «таргетированную» рекламу, предполагающую точное направление рекламных сообщений на конкретную группу аудитории, использование социальных сетей, позволяющих быстро распространять информацию и вовлекать пользователей через интерактивный формат, создание «вирусного» контента, подмену фактов и внедрение упрощённых бинарных оппозиций, упрощающих сложные проблемы до противостояния «добра и зла», демонстрирует высокую эффективность в условиях цифровой среды.

Таким образом, приёмы манипуляции молодёжным электоратом варьируются от скрытых (перенос ценностей) до прямых (дискредитация оппонентов), но данные компоненты объединяет опора на эмоциональную вовлеченность и когнитивные упрощения[5]. Эффективность инструментов определяется не только технической продвинутостью, но и способностью адаптироваться к динамичным запросам молодежи, балансируя между рациональными аргументами и эмоциональным воздействием, что ставит вопросы как о этичности таких практик, так и об устойчивости их влияния в долгосрочной перспективе.

### Источники и литература

- 1) Демченко А. А. Сложность интерпретации фейковых новостей как одного из видов манипуляции общественным сознанием // М.: Молодой ученый, № 2 (553), 2025. – С.23-27.
- 2) Елишев С.О. Молодежь как объект социализации и манипуляций / М.: Канон+РООИ "Реабилитация", 2015.– 320 С.
- 3) Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / М.: Эксмо, 2005. – 664 С.
- 4) Молодежь ломает стереотипы // Официальный сайт ВЦИОМ. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/molodezh-lomaet-steriotipy-> (дата обращения: 01.03.2025)
- 5) Смолякова В.В. Избирательные кампании: воздействие на общественное сознание / М.: РАГС, 2000. – 386 С.