

# ПРИЕМЫ МАНИПУЛЯЦИИ В СМИ

## Прием "дробления"

При подачи новостей по радио и телевидению многочисленные, не связанных друг с другом, сообщения выстреливаются в эфир подобно автоматной очереди. Журналы намеренно разбивают статьи, с тем, чтобы заставить читателя просмотреть несколько страниц рекламы. Такая фрагментация в подаче информации затрудняет осмысленный анализ поступающей информации и делает человека "более легкой добычей" для манипуляторов.

# Прием "немедленности" передачи информации

С помощью этого приема у аудитории формируется ложное чувство срочности, возникающее в силу упора на немедленность, создающее ощущение необычайной важности предмета информации. Как отмечает Шиллер, "при таком положении вещей умственный процесс... не в состоянии осмыслить информацию... Мозг превращается в решето..."

**"Утечка информации", т.е. организация  
преднамеренной утечки "важной"  
информации в СМИ**

Эта уловка опирается на  
"предубежденность обывателя в том, что  
власти вершат свои дела втайне".  
Журналисты "запускают" в массовое  
сознание фальшивые документы,  
клеветнические измышления в  
отношении политических противников

# Прием "идеологическая стереотипизация"

Транслируемые стереотипы подменяют активное мышление, знание - иррациональной встройкой в примитивизированные пропагандой теоретические положения.

# Прием "блистательная неопределенность"

заключается в наделении события, идеи, вещи, конкретной личности обобщающим родовым именем, которое символизирует "мир добра" и вызывает положительные чувства и эмоции. Таковы в сознании обывателя понятия "демократия", "свободный мир", "культура", "гуманизм", "духовность", "права человека" и т.п. Эти понятия часто прикрывают своим "сиянием" элементарные логические ошибки, на которых строятся иллюзии и мифы, внедряемые пропагандистами в сознание реципиента (например, расширение понятия "западная цивилизация" до понятия "мировая цивилизация")

# Прием "наклеивание ярлыков"

стремление опорочить идею,  
личность, предмет посредством  
эпитетов и метафор,  
замещающих логическое  
доказательство и вызывающее  
нужное для журналистов  
отношение аудитории

## Прием "перенос"

строится на использовании представлений о чем либо, что имеет для объекта пропаганды бесспорный авторитет или высокую престижность. В его основе - ассоциация описываемых событий с уже сложившимися у аудитории ценностными стандартами, вызывающими положительную или отрицательную реакцию.



## Прием "подтасовка карт"

рассчитан на недостаточную осведомленность аудитории. Он заключается в тенденциозном подборе фактов, использовании фальшивых доводов или искусственно смонтированного зрительного ряда

# Прием "игра в простонародье"

(например, фотомонтажи контакта  
Сталина с народом)

# Прием “закон предшествования”

Согласно “закону предшествования”  
любое первое сообщение о том или ином  
факте, событии оказывает более сильное  
воздействие на аудиторию, чем  
последующие

## Прием “затрагивания запретных или нежелательных тем”

эксплуатирует тяготение человека к познанию скрытых, пикантных, тайных сторон жизни, не отражающихся в официальных источниках информации. Это может быть, в частности, информация связанная с негативно воспринимаемыми аудиторией моментами частной жизни политических деятелей, должностных лиц, “звезд” эстрады

# Прием "осмеяние"

При использовании этой техники, осмеянию могут подвергаться как конкретные лица, так и взгляды, идеи, программы, организации и их деятельность, различные объединения людей, против которых идет борьба. Выбор объекта осмеяния осуществляется в зависимости от целей и конкретной информационно-коммуникативной ситуации

## Прием “эмоциональная подстройка” (или “эмоциональный подстрой”)

Настроение вызывается среди группы людей с помощью различных средств (соответствующее внешнее окружение, определенное время суток, освещение, легкие возбуждающие средства, различные театрализованные формы, музыка, песни, и т. д.). На этом фоне передается соответствующая информация, но стремятся к тому, чтобы ее не было слишком много

# Прием “мнимый выбор”

Суть данного приема заключается в том, что слушателям или читателям сообщается несколько разных точек зрения по определенному вопросу, но так, чтобы незаметно представить в наиболее выгодном свете ту, которую хотят чтобы она была принята аудиторией

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**