

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!**