

Секция «Медиапсихология, психология интернета и рекламы»  
**Тенденции видоизменения манипулятивных приемов в российских  
интернет-СМИ**

**Попов Филипп Иванович**

*Студент (бакалавр)*

Южный федеральный университет, Академия психологии и педагогики, Кафедра  
социальной психологии, Ростов-на-Дону, Россия

*E-mail: dra7746@yandex.ru*

Влияние средств массовой информации на сознание человека в современном обществе трудно переоценить. СМИ играют ключевую роль в формировании картины мира индивида, и во многом контролируют жизнедеятельность социума в целом. Представители большинства российских медиа утверждают, что придерживаются концепции "беспристрастной журналистики", однако нацеленность изданий на успешное бизнес-функционирование, принадлежность медиа определенным финансово-политическим группам, индивидуально-психологические особенности сотрудников редакции и ряд других, сказывающихся на производстве контента, факторов, опровергают это утверждение.

Транслируемая СМИ информация способствует образованию поведенческих и ассоциативных стереотипов, оказывает существенное влияние на мышление, потребности и интересы личности, на ее представления о мироустройстве и социальной реальности. При этом, только медиа позволяют человеку узнать о ситуации в мире, стране и даже городе, котором он живёт. В результате неспособности разума отличить действительное от фикции, сознание современного человека наполняется полученными извне стереотипами, шаблонами поведения, установками и ценностями, которые индивид воспринимает, как свои собственные. Посредством выбора тем, содержания, момента, способа и формы подачи информации, массмедиа фактически представляют аудитории интерпретации элементов реального мира, которые никогда полностью не отражают реальность, но конструируют определенный образ действительности и задают массовой аудитории шаблоны восприятия ее различных аспектов.

Стремительное развитие всемирной паутины в последние два десятилетия привело к кардинальной трансформации медиа-системы в развитых странах. Информационное общество XXI века практически отказалось от радио, нецифрового телевидения и от газет, а интернет, наоборот, стремительно набирает аудиторию. Вместе с тем, непрерывно растет количество людей, предпочитающих получать информацию в интернете, для которых потребление онлайн-медиа является доминирующей формой взаимодействия с дискурсом СМИ. Если прежде, на протяжении полувека, самым мощным техническим средством манипуляций в развитых странах было телевидение, то сегодня всё большую информационную, а значит и манипуляционную, роль играет интернет.

Таким образом, неуклонно возрастающий потенциал манипулятивного воздействия интернет-СМИ, продиктованное коммуникационной спецификой своеобразия языкового манипулирования и недостаточная изученность современной гуманитарной наукой используемых в текстах интернет-изданий постоянно совершенствующихся средств языковой манипуляции, обуславливают актуальность темы данного исследования.

Объектом исследования выступают публикации русскоязычных интернет-изданий, посвященные значимым общественно-политическим событиям в России.

Предметом исследования являются психологические механизмы, тактики, приемы и средства языковой манипуляции, используемые в материалах российских интернет-изданий, их видоизменение в условиях изменяющейся реальности.

Гипотезой исследования выступает предположение о том, что существует взаимосвязь между коммуникативной политикой издания и применяемыми в публикациях этого СМИ формами языковой манипуляции, которые непрерывно совершенствуются.

В соответствии с гипотезой была сформулирована цель исследования: выявить и проанализировать специфику видоизменения используемых приемов и средств языковой манипуляции в материалах популярных российских интернет-изданий.

Нами было проведено одно из первых комплексных исследований языковой манипуляции в текстах русскоязычных интернет-СМИ. Проанализированы особенности коммуникационной среды функционирования интернет-изданий, отличающие проведение языкового воздействия в них от печатных СМИ: мультиформатность, интерактивность, персонализация, конвергенция каналов доставки сообщений, измеримость, историчность, глобальность и непрерывность «вещания», неограниченное потоковое наполнение, оперативность, гибкость текста, параграфемика и гипертекстовость.

В ходе исследования были получены следующие имеющие научную значимость выводы:

- Манипулятивные приемы, используемые СМИ динамично видоизменяются под воздействием внешних факторов
- Динамику изменения манипулятивных приемов можно прогнозировать
- Роль языковой манипуляции в обществе неуклонно растет, коррелируя с развитием медиасреды: газеты - радио - телевидение - интернет.
- Материалы интернет-СМИ на общественно-политические темы обладают значительным потенциалом манипулятивного воздействия на аудиторию.
- Наиболее конденсировано речевое воздействие в интернет-изданиях проявляется на уровне заголовков.
- Коммуникативная политика изданий ярко выражается на уровне использования механизмов, тактик и приемов речевого воздействия.
- Использование и изменение механизмов и инструментов языкового воздействия интернет-изданиями обуславливается особенностями целевой аудиторией изданий, в первую очередь, уровнем ее образования и информированности.

#### Источники и литература

- 1) Бернейс Э. Пропаганда. – М.: Hippo Publishing, 2010. – 176 с.
- 2) Blakar R.M. Language as a means of power // Pragmalinguistics: Theory and Practice / J.L. Mey (ed.). – The Hague, Paris: Mouton, 1979. – pp. 131-169.
- 3) Быкова О.Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение: Вестн. Росс. рит. ассоц. – Красноярск: Изд-во Красноярск, гос. ун-та, 2000. – №1. – С. 42-53
- 4) Бондарчук А.С. Использование Интернета в информационно-психологических операциях [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://www.petaref.com/?page=viewref&id=23847> (дата обращения: 05.02.2016).