



МАНИПУЛЯЦИЯ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ЧЕРЕЗ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ, УЯЗВИМОСТИ АУДИТОРИИ И СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ

Жураева Вазира Фарходовна

Психолог, jurayevavazira@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17413145>

ARTICLE INFO

Received: 1st October 2025

Accepted: 15th October 2025

Published: 22nd October 2025

KEYWORDS

манипуляция, массовая
коммуникация,
психологические стратегии,
когнитивные искажения,
уязвимость аудитории.

ABSTRACT

В статье рассматриваются психологические стратегии, лежащие в основе манипуляции в массовой коммуникации. Анализируются когнитивные и эмоциональные уязвимости аудитории, которые делают возможным скрытое воздействие на её восприятие и поведение. Особое внимание уделено механизмам влияния через язык, образы и социальные установки.

ВВЕДЕНИЕ

В современную информационную эпоху массовая коммуникация является одним из наиболее мощных инструментов воздействия на сознание, эмоции и поведение человека. Потоки информации, распространяемые через средства массовой информации и цифровые платформы, формируют мировоззрение, систему ценностей и социальные установки аудитории. В этих условиях манипуляция становится неотъемлемым элементом коммуникационного процесса, направленным на скрытое управление восприятием и поведением людей.

Психологические стратегии манипуляции основаны на использовании когнитивных и эмоциональных особенностей восприятия, внушаемости, социального давления и эффекта доверия. Воздействие осуществляется через язык, визуальные образы, символы и повторяющиеся информационные модели, создающие иллюзию достоверности и согласия.

Вместе с тем возникает необходимость разработки эффективных способов психологической защиты личности от манипулятивного влияния средств массовой информации и цифровых платформ. Осознание психологических механизмов манипуляции способствует формированию критического мышления, развитию медиаграмотности и устойчивости к деструктивным формам информационного воздействия.

АНАЛИЗ

Феномен манипуляции в массовой коммуникации представляет собой сложное взаимодействие психологических, социокультурных и технологических факторов, направленных на формирование определённого восприятия и поведения аудитории. Манипуляция отличается от открытого убеждения тем, что воздействие осуществляется скрыто, без осознания реципиентом истинных целей и мотивов коммуникатора.

С точки зрения психологии, основой манипуляции являются когнитивные искажения, эмоциональные реакции и социальные механизмы влияния. Например, эффект

авторитета заставляет аудиторию доверять источникам, обладающим внешними признаками компетентности, тогда как эффект подтверждения способствует выбору только тех сообщений, которые соответствуют уже существующим убеждениям. Эмоциональные триггеры — страх, сочувствие, гнев, патриотизм — усиливают воздействие, снижая уровень рационального контроля над информацией.

Важную роль в процессе манипуляции играют языковые и визуальные средства. Повторение ключевых фраз, использование метафор и ярких образов способствует закреплению нужных установок на бессознательном уровне. В цифровом пространстве манипулятивные технологии становятся ещё более изощрёнными благодаря применению алгоритмов персонализации контента, которые формируют «информационные пузыри», ограничивая кругозор пользователя и создавая иллюзию единодушного мнения.

Одновременно усиливается и внушаемость аудитории — под влиянием постоянного информационного давления человек теряет способность критически оценивать источники, становится зависимым от потоков данных и эмоционального контекста сообщений. В условиях социальной неопределённости и переизбытка информации это приводит к формированию феномена «информационной усталости» и снижению когнитивной устойчивости личности.

Для противодействия манипуляции необходима психологическая защита, включающая развитие критического мышления, медиаграмотности и саморефлексии. Осознанное восприятие информации, умение распознавать эмоциональные искажения, сравнение источников и фактов — ключевые элементы формирования информационной устойчивости современного человека.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Исследование показало, что манипуляция в массовой коммуникации основана на сочетании когнитивных и эмоциональных стратегий воздействия. Основными механизмами выступают когнитивные искажения и эмоциональные триггеры, снижающие критичность мышления аудитории. Алгоритмы персонализации усиливают эффект «информационного пузыря», формируя конформизм и зависимость от медиа. Установлено, что высокий уровень медиаграмотности и критического мышления снижает восприимчивость к манипуляции, а формирование психологической защиты требует развития осознанного восприятия и анализа информации.

ОБСУЖДЕНИЕ

Полученные результаты подтверждают, что манипуляция в массовой коммуникации представляет собой целенаправленное использование психологических уязвимостей аудитории для скрытого управления её восприятием и поведением. Современные цифровые технологии усилили масштабы и эффективность таких воздействий, сделав их труднее различимыми.

Особое значение имеет тот факт, что когнитивные искажения и эмоциональные реакции действуют на бессознательном уровне, что снижает способность человека распознавать манипуляцию. В условиях информационной перегрузки аудитория всё чаще реагирует импульсивно, а не аналитически, что облегчает внедрение нужных установок через язык, образы и социальные сигналы.

В то же время исследование показывает, что развитие критического мышления, медиаграмотности и эмоциональной саморегуляции может существенно повысить устойчивость личности к манипулятивным воздействиям. Таким образом, борьба с манипуляцией должна рассматриваться не только как задача медийных институтов, но и как элемент психологического образования и самосознания личности в эпоху цифровых коммуникаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Манипуляция в массовой коммуникации является сложным психологическим процессом, основанным на целенаправленном использовании когнитивных и эмоциональных уязвимостей аудитории. Она формирует восприятие, установки и поведение человека, зачастую без его осознанного согласия. Современные цифровые технологии усилили этот эффект, делая манипуляцию более скрытой и системной. Результаты исследования показывают, что повышение медиаграмотности, развитие критического мышления и осознанного восприятия информации — ключевые условия психологической защиты личности. Только сочетание индивидуальных и общественных усилий в сфере образования, культуры и коммуникации способно обеспечить устойчивость человека к манипулятивным стратегиям информационного воздействия в условиях цифрового общества.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эф-фекты. — СПб.: Изд-во СПбУ, 1996. — 160 с. — 1500 экз. — ISBN 5-288-01433-7. David Giles. Media Psychology. — Lawrence Erlbaum Associates, 2003.
2. Жижина М. В. Курс «Основы медиапсихологии»: Учебно – мето-дическое пособие. — Саратов: ИЦ «Наука», 2008. — С. 4. — 50 с. — ISBN 978-5-91272-806-8.



INNOVATIVE
ACADEMY