

процессу является научной основой педагогического анализа. Также стоит отметить роль опытных профессоров в повышении осведомлённости студентов и влияние содержательных, информативных, научно обоснованных лекций, способствующих значимой социальной активности.

Список использованных источников

1. Мирзиеев, Ш. М.. Мы решительно продолжим наш путь национального развития и поднимем его на новый уровень. Ташкент : «Узбекистан», 2017.
2. Аннотированный словарь узбекского языка. Четвертый том. Ташкент : Государственное научное Издательство «Национальная энциклопедия Узбекистана», 2006. – с. 606.
3. Махфуза М. Аликулова, Зульфия А. Дехкамбаева. Совершенствование воспитательной работы среди несовершеннолетних как важный фактор предотвращения духовных угроз. Восточноевропейский Научный журнал, 2018. – С. 220–232. DOI 10.12851/ EESJ201808.
4. Джураев, Р. Х., Тургунов, С. Т. Управление образованием. Ташкент : «Издательство Ворис», 2006.

УДК 159.947.2

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНИКИ И МЕТОДЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ МАНИПУЛЯЦИИ

Дягель П. А., студ., Далимаева Е. О., ст. преп.

*Витебский государственный университет имени П. М. Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматривается актуальность проблемы манипулирования, техники, которые применяются при манипулировании и способы противодействия манипуляции.

Ключевые слова: манипуляция, социальное взаимодействие, методы манипулирования, методы противодействия манипуляции.

В настоящее время психология получила невероятно широкий интерес у масс. Посещать специалистов, читать соответствующую литературу и применять различные психологические методики сейчас «модно». Манипулированию уделяется большое внимание, ведь психологические методы действительно помогают более эффективно управлять людьми. Люди почему-то считают, что манипуляция – это плохо, но каждый из нас делает это регулярно. При этом манипуляция – это лишь инструмент, который можно использовать как в конструктивных, так и деструктивных целях. Однако изучение манипулятивных техник и методов противодействия им позволяет защитить себя от использования в качестве средства достижения успеха не слишком честными гражданами. Поэтому актуальность работы связана с необходимостью повышать грамотность в распознавании манипуляций и методам противодействия им. Важно помнить, что манипуляторы аккуратны и стараются не вызывать подозрений.

Цель работы – изучение манипулятивных приемов и методов противодействия им.

Основными материалами послужили социологические исследования, психологические исследования, работы Е. Л. Доценко «Психология манипуляции: явления, механизмы и защита» и В. П. Шейнова «Психологическое воздействие». Используются общетеоретические методы исследования.

Само слово манипуляция имеет свои корни от латинского слова «manus» – рука, ручное управление, требующее ловкости. Отсюда и пошло современное переносное значение слова – умелое обращение с людьми как с предметами, вещами. Поэтому для практических целей иногда удобнее использовать непосредственно метафору: манипуляция – это действия, направленные на «прибирание к рукам» другого человека, помыкание им, производимые настолько искусно, что у того создается впечатление, будто он самостоятельно управляет своим поведением [1]. В. П. Шейнов определяет скрытое управление как такое контролирующее воздействие его инициатора, при котором

необходимое ему решение принимается адресатом воздействия самостоятельно, без видимого давления со стороны инициатора [3]. Шейнов делит скрытое управление на позитивное (альтруистическое) и негативное (манипулятивное). В случае позитивного управления выгоду получают как инициатор воздействия, так и его адресат, в случае негативного управления – манипулятор выигрывает за счет жертвы.

Подчеркнем две наиболее важные особенности манипулирования сознанием как способа программирования поведения человека – ловкость и скрытность. Манипулятор основывает свое искусство на свойствах человеческого восприятия и внимания, на знании психологии человека, создании иллюзий восприятия.

Манипуляция, как и любой вид деятельности, включает в себя несколько этапов. Простейшая модель включает в себя подготовительный этап, на котором осуществляется сбор информации об адресате воздействия, выявление объектов воздействия и приманок (на основе знания основных источников манипуляции), основной этап (или привлечение), на котором стороны вступают во взаимодействие, а манипулятор заставляет адресата действовать. Сформировать влечение – значит вызвать положительное отношение к себе, то есть привязанность к себе. Очень часто оно уже присутствует в общении, и инициатору остается только воспользоваться им. В остальных случаях его состояние необходимо создать. И заключительный этап, на котором инициатор воздействия (манипулятор) получает свой выигрыш.

Необходимо помнить, что манипулировать можно только эмоционально «сломанными» людьми. Следовательно, первый метод – овладеть спокойствием. Эмоционально уравновешенный человек принимает или меняет ранее принятые решения под влиянием убеждений оппонента. Выбить можно только того, кого ударили в «слабое место». Поэтому, чтобы не поддаться манипуляциям, нужно: 1. Не торопиться выражать эмоции, когда кто-то активно пытается их вызвать; 2. Задавать себе вопросы, которые помогут взглянуть на дело с разных сторон; 3. Проанализировать желание совершить те или иные действия («Хочу ли я это сделать?» или «Нужно ли мне это?»).

Удары наносятся по слабым местам. Второй метод – знать свои «слабые места». Тщеславие, профессионализм, вина, совесть, сожаление – это все слабые места. Опытный манипулятор быстро вычисляет, чем из них обладает «жертва». Чтобы этого избежать, необходимо постепенно сокращать количество слабых мест. Здесь нужна хорошая работа над собой [2].

С появлением СМИ управление общественным мнением, иначе говоря, «манипуляции массовым сознанием», стали весьма несложной задачей. Механизм манипулирования таков: 1) «отключить рациональное восприятие и критическое мышление»; 2) вызвать у людей страх, обозначив угрозу, нередко мнимую; 3) объяснить, как можно разрешить сложившуюся ситуацию. Как и манипулятор в частном общении, пропаганда воздействует на чувства людей, апеллируя к стереотипам, установкам и инстинктам. Информация подается в продуманной последовательности и дозированно.

Чтобы не стать жертвой манипулятивной пропаганды, следует пользоваться разными источниками информации, подвергать сомнению любые сведения, ведь абсолютно независимых СМИ не бывает. Необходимо читать, а не слушать и смотреть: при чтении критичность мышления выше. Нужно избегать излишне эмоциональных статей и передач – это наиболее распространенная форма манипуляции. Всегда полезно размышлять и задавать себе вопрос, кому выгодно формирование именно такого мнения.

Формирование антиманипулятивной культуры мышления должно опираться, прежде всего, на способы распознавания манипуляции. Объектам манипулятивного воздействия необходимо осознать, что они сами приносят себя в жертву, отдавая бразды управления своим внутренним миром в непроверенные руки. Поэтому, какими бы коварными не оказались манипуляторы, они в большинстве своем бессильны против тех людей, которые действительно знают, чего хотят, чьи интересы хорошо связаны друг с другом, точно «подогнаны» между собой и под ведущие персональные качества.

Список использованных источников

1. Далимаева, Е. О. Социология управления для всех специальностей I ступени высшего образования : учебно-методический комплекс по учебной дисциплине / сост. Е. О. Далимаева. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2021. – 214 с. <https://rep.vsu.by/handle/123456789/28889>.
2. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344с.

УДК 070:004

МОРАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭТИКИ ЖУРНАЛИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Демкина А. А., студ., Коломийцева Ю. А., ст. преп.

*Витебский государственный университет имени П. М. Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы влияния морали на людей и то, как мораль влияет на профессиональную этику, проблемы этических норм в журналистике, роль этих норм и значение. Мораль в равной степени является как тормозящей, так и движущей силой для человека. Поэтому, на сегодняшний день, неотъемлемым вопросом современной этики считается вопрос о том, насколько важны высокие стандарты этики в работе СМИ и не потеряли ли данные вопросы актуальность во второй половине 21 века.

Ключевые слова: этика, мораль, СМИ, профессиональная этика.

Предметом этики является мораль. Мораль носит более личный характер, в отличие от этики. Мораль является негласным правилом, однако, каждый человек чувствует на себе ее воздействие. Сущность морали составляет добрая воля человека к согласованию своих действий с интересами общности. Эта добрая воля изначально обуславливается тесной связью между выживанием человека и общности. И. Кант говорил, что человеку предварительно дан некий нравственный закон, которым и определяется выбор той или иной максимы поведения в каждой конкретной ситуации. Этот закон имеет всеобщий обязательный характер и проявляется в виде веления долга. Следуя ему, человек отказывается от корыстолюбия, но остается верным самому себе, поскольку хотя тут и есть принуждение к поступкам, но это «принуждение одним лишь разумом и его объективным законом». Этика, служит для постижения принципов воздействия морали, для получения знания о морали. Эта связь отражается и в профессиональной этике.

Профессиональная этика определяет отношение человека к своей профессии и к людям, с которыми он связан. Если этические правила можно как-то регулировать, то моральные уже зависят от самого человека. Тут взгляды морали и этики могут расходиться, что приводит к нарушению правил профессиональной этики. У каждой профессии есть своя этика. Она особенно необходима там, где затрагивается жизнедеятельность человека на прямую. К такой деятельности относится журналистика. Этика устанавливает границы внутри профессии. Каждый имеет свою мораль, но она не должна противоречить основным правилам общей этики.

Этика СМИ является неотъемлемой частью профессионализма и должна включать в себя такие понятия:

1. Интегрированность во все аспекты и практики медиа.
2. Обеспечение достоверности и объективности той информации, которая предоставляется публике. Журналистам необходимо придерживаться этических норм, чтобы предоставлять достоверную информацию и не нарушать права и интересы людей, о которых они пишут.
3. Уважение приватности и достоинства индивидов, соблюдение этических норм в отношении использования личных данных. Журналистам следует избегать использования анонимных источников, особенно в случае публикации информации, которая может повредить репутации или безопасности человека.
4. Социальная ответственность перед обществом, СМИ должны избегать распространения ненужной или опасной информации. Не провоцировали насилие, дискриминацию или ненависть.
5. Честная и балансирующая журналистика. Это является основой этических практик СМИ, а также способствует развитию доверия и лояльности со стороны аудитории.
6. Соблюдение справедливости и разнообразия в представлении мнений, учитывая