

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПЕНЗЕНСКОЙ
ОБЛАСТИ «ЦЕНТР ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ,
МЕДИЦИНСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ
ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ»**

**МЕТОДЫ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ
ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Методические рекомендации для педагогических работников

ПЕНЗА, 2023

Методические рекомендации адресованы педагогам-психологам и классным руководителям школ Пензенской области, направлены на повышение знаний о методах манипулирования сознанием взрослых и детей в современном мире, развитие ассертивного поведения у обучающихся в урочной и неурочной деятельности.

Информация, представленная в методических рекомендациях может быть использована педагогическими работниками на родительских собраниях, классных часах, школьных мероприятиях с целью повышения психолого-педагогической грамотности субъектов образовательных отношений.

Составители: Г.А. Букова, ст. методист ППМС центра ПО, к.п.н.;

Н.Г. Кутеева, ст. методист ППМС центра ПО, к. пед.н., доцент.

В современном мире широко распространены методы манипулирования сознанием людей и Россия не является исключением.

Современная российская история, и в особенности времён перестройки – это история манипуляций во всех сферах жизни людей нашей страны.

В системе педагогического и психологического знания феномен манипуляции человеческого поведения изучается преимущественно в рамках психологической науки.

Манипуляция – (отлат. Manipulatio – пригоршня, горсточка, ручной прием) – вид психологического воздействия, используемого для достижения одностороннего выигрыша посредством скрытого побуждения партнера по общению к совершению определенных действий, предполагает известный уровень сноровки и мастерства при его проведении.

Манипуляция – это разновидность скрытого речевого воздействия, направленного на достижение собственных целей субъекта воздействия, которые не совпадают с намерениями или противоречат желаниям и интересам объекта воздействия, при этом осуществляется неосознаваемый со стороны объекта контроль над его сознанием с помощью искаженной, необъективной подачи информации, зафиксированной в тексте.

Манипуляция – это вид воздействия, при котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент.

В переносном значении манипуляция определяется как акт влияния на людей или управления ими или вещами с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка.

Манипулирование есть такой вид управления поведением личности, социальной группы, общества или планетарного социума, при котором используются скрытые методы социально-психологического воздействия на подсознание людей (внушение и т. д.) и сознание в целях обеспечения

частных, отличных от их собственных, противоречащих им интересов отдельных лиц, социальных групп, институтов, государственных и общественных структур.

Оксфордский словарь английского языка трактует смысл манипуляции как акт влияния на людей, как скрытое управление ими. Изданный в 1969 г. в Нью-Йорке «Современный словарь социологии» определяет манипуляцию как вид применения власти, при котором обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая характер поведения, которого он от них ожидает.

Манипуляция массовым сознанием – один из способов господства и подавления воли людей путём духовного воздействия на них через программирование их поведения. Это воздействие направлено на психологию и подсознание человека, осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном некоторой группе (или одному человеку) людей направлении.

Самой уязвимой аудиторией являются дети и подростки, поскольку данная категория, в силу отсутствия у неё соответствующих знаний, опыта и экономической зависимости, часто выступает объектом для различного рода манипуляций, а также апробаций на ней политических, социально-психологических технологий и экспериментов. Яркими примерами практического воплощения подобного рода социальных опытов и инженерии являются «молодёжные бунты», «молодёжная», «сексуальная» и «цветные» революции, возникновение и жизнедеятельность различного рода молодёжных субкультур и манипуляций и манипулирования лежат человеческие отношения. Способность человека противостоять манипуляциям определяется его внутренним стержнем, духовным его наполнением и его устремлениями. При отсутствии таковых эффективность манипуляции возрастает во много раз. Методы манипулирования проваливаются, когда уровень самосознания народа достаточно высок.

Как отмечает профессор И.М. Ильинский, учёными было выяснено, что «лишь 10 % населения способно рассуждать логически и осознать проблему, а не просто высказать мнение о ней. В силу естественных интеллектуальных

различий одни понимают то, чего не понимают другие. Но есть люди, которые знают и понимают то, чего не следует знать и понимать другим. В США действует более 200 «мозговых центров» (thinkstanks), созданных корпорацией «Rand», основанной Рокфеллером, Корпорацией исследований по планированию, Институтом философии и психологии творчества Хадсона, Международным институтом практической науки человеческого поведения, Бруклинским институтом, деятельность которых контролирует Стэнфордский университет – головная организация по контролю над созданием человека (США, Калифорния, Перло Парк). Здесь работает более 3000 служащих, ежегодный бюджет – около 150 миллионов долларов.

Многосторонние исследования человека ведет Тавистокский институт, также финансируемый Рокфеллером (Англия, Tabernacle Street, London EC 2A 4DD). Этот институт действует через ряд фондов США, ежегодный оборот которых составляет 6 млрд. долларов. Изучает логику, объясняющую причины того, почему люди различных культур, интересов, верований, с разным уровнем информированности придерживаются схожих мнений. Кратко эта тема определяется как «инженерия терпимости», или, используя столь модный ныне термин «толерантность», «инженерия толерантности».

Трудно даже вообразить, насколько изощренной является тематика исследований этого института, в 10% которого действует 400 филиалов в разных странах и 3000 групп изучения и «мозговых центров». Однако эти знания необходимы для воспитания целых народов и наций в интересах нового мирового порядка.

Занимаясь социальной инженерией и закрытыми экспериментами, в стенах подобных заведений поэтапно взращивались различные проекты по созданию молодёжных субкультур, контркультур; совершенствованию манипулятивных технологий, методов управления личностью, группой, обществом; осуществлению операций спецслужб по смене режимов (например, режима Шарля де Голля во Франции) или организации революций, бунтов и иных катаклизмов, контролю над рождаемостью, духовным здоровьем нации.

Удивительно, но большинство индивидов совсем не обращают внимания на какие-либо проделываемые с ними манипуляции. Притом что так сложилось в современном обществе, что мы ежедневно вынуждены сталкиваться с многочисленными примерами манипуляций. Начиная с манипуляций над отдельными личностями и заканчивая манипуляциями над индивидами, заключенными в массы. Причем в данном случае, собственно, характер манипуляций значительно расширен; да и для самих манипуляторов имеются более обширные возможности.

Так получается, что в процессе жизни в современном обществе отдельные индивиды вынуждены сосредоточиваться в отдельные группы, или массы. Способы манипуляций в данном случае весьма различны. Мы можем говорить, что любые индивиды уже изначально находятся в массах, ибо на высшем этапе под массой можно понимать наше общество в целом. В более малом объеме под массой следует понимать массообразование меньшего масштаба: школьная масса – класс, школа; трудовой коллектив; общество, образованное по каким-то общим принципам и интересам: секта, спортивная секция, клан и т. п.

Следует отметить, что приемов психологического воздействия (манипулирования) очень большое количество. Некоторые из них доступны для овладения только после долгой практики (например, НЛП), какими-то свободно пользуется большинство людей в жизни, иной раз даже не замечая этого; о каких-то приемах манипулятивного воздействия достаточно иметь представления, чтобы уже защититься от них; для противодействия другим необходимо самим неплохо владеть такими приемами (например цыганский психологический гипноз) и т.д.

Методов манипулирования сознанием детей и взрослых довольно много, мы приведем лишь те, которые применяются чаще всего. Основным современным инструментарием продвижения манипулятивных методов являются:

- сеть Интернет и глобальная цифровизация;
- средства массовой информации.

Ниже изложенные основные методы и приемы манипулирования сознанием:

1. Использование внушения. Средство массовой информации и, в частности, когда журналист должен убедить аудиторию в собственной компетентности, войти к ней в доверие, став как бы ее альтер-эго, вторым я. Надо ввести публику в т. н. суггестивное состояние – в этом случае слушатель/читатель/зритель принимает все на веру, не требуя доказательств. Это реактивное поведение публики – озадаченного стада. На этом методе построены все религии: *«Не надо думать, надо верить»*.

2. Перенос частного факта в сферу общего, в систему. Например, был убит один студент, исповедовавший антифашистские взгляды. Кем убит – неизвестно, но журналисты надрываются во всю, обвиняя во всем, естественно, русских фашистов. Но даже если и так – что с того, а то, что средства массовой информации, поддерживающие наиболее шокирующую версию события, стараются вогнать его в некую систему, коей является вымышленный все теми же средствами массовой информации беспросветный русский фашизм в России. Хотя любому ясно, что единичный частный случай никак не показатель общей системы...

3. Использование слухов, домыслов, толкований в неясной политической или социальной ситуации. Этот метод основан на распространении заведомо ложной, непроверенной информации и распространении этой информации как можно широко.

4. Метод под названием «нужны трупы», т.е. эмоциональное воздействие на аудиторию с помощью крови, секса, насилия, стрельбы, убийства и т. д. Попросту, эмоциональное зомбирование.

Это, во-первых, привлекает читателя/слушателя/зрителя, во-вторых, у него в подсознании откладывается мысль: «Как же так можно! Это же ужасно!», или, если это ребенок: «Хочу быть таким же крутым!». Так, под видом безобидных фильмов или информационных заметок в подсознание публики прокрадывается затаившаяся в них идеология.

5. Метод «страшилок». Это когда аудиторию ставят перед выбором меньшего из двух зол. В результате живописного рассказа всей ужасности большего зла, меньшее зло представляется уже не как зло, а как очень даже добро. Например, сейчас в ходу такая постановка проблемы: *«А вот придут к власти нацисты – и начнутся грандиозные репрессии, сопровождающиеся обмерами черепов»*, а далее красочное описание этого процесса с апеллированием к истории Третьего Рейха.

6. Замалчивание одних фактов и выпячивание других.

Данный метод характеризуется тем, что информация дробится на части и активно аудитории преподносится та информация, которая выгодна, а другая замалчивается. Так, например, в последнее время остро встает вопрос с мигрантами и в России и за рубежом. СМИ описывают мигрантов как бедных иммигрантов и как они хотят дружить с русскими, как они могут поднять экономику России и т. д. Однако про то, что свыше 50 % преступлений от общего их числа совершается именно иммигрантами, что 70 000 человек ежегодно погибают от наркотиков, которые привозят эти люди с Кавказа и из Средней Азии – про это все СМИ умалчивают.

7. Метод фрагментации. Этот метод заключается в следующем: информационный поток разбивается на отдельные фрагменты, не связанные друг с другом, в результате чего сознанию аудитории не удастся сформировать правильной и полноценной картины мира. К тому же, у потребителей информации возникает неспособность сосредоточиться на чем-то одном, неспособность выделить основную мысль всего происходящего.

8. Многократные повторы или «метод Геббельса». Используя этот метод, необходимо повторять ложь как можно чаще, чтобы публика в нее поверила. Это внушение. На этом же основана вся реклама, а заодно и многие из броских новостей бульварных газет. Например, почти все средства массовой информации, когда убили «таджикскую девочку», кричали о том, что ее убили скинхеды. И кричали об этом настолько часто и много, что публика очень даже поверила в эту ложь. Потом, правда, выяснилось,

что отец этой девочки был наркоторговец, и что в качестве оружия сбыта наркотиков он использовал свою дочь, и скинхеды тут вообще ни при чем. Но большинство народа так и остается при мнении, что «таджикская девочка» – жертва жестоких скинхедов.

9. Создание лжесобытий, мистификация. В этом случае создается событие, которого не было, и выдается за факт.

10. Утаивание информации. Рано или поздно скрытая правда все равно «всплывет» (Чернобыль и т.д.), но это другие времена, другие политики, другие страсти, другие поколения. Таким образом, с помощью данного способа непосредственный результат всегда достигается.

11. Смещение акцентов. «Плохие» новости придерживаются, а акцент делается на «хорошие»: «мы» все время только побеждаем, «они» – все время терпят поражения (антиутопия Дж. Оруэлла «1986»). Полуправда выдается за правду. Но, как известно, полуправда есть ложь. Если мы сегодня, завтра, послезавтра будем постоянно строить аргументацию на полуправде, через некоторое время нам никто не будет верить. Тем не менее, данный способ манипуляции также активно используется, причем смещение акцентов осуществляется самыми различными способами. Например, с помощью «смягчения формулировок». Так, в 1972 г. во все официальные учреждения США был разослан циркуляр: исключить из всех документов слово «бедность», а отныне употреблять словосочетание «люди с низким доходом». В результате бедные люди не исчезли, но общественное мнение как бы потеряло объект постоянной скорби и раздумий, а значит, и один из мотивов недовольства властью.

12. Семантическое манипулирование представляет собой тщательный отбор слов, вызывающих либо позитивные, либо негативные ассоциации. С помощью провоцирования определенных ассоциаций достигается активное влияние на восприятие информации. *Использование слухов*, как правило, служат для создания негативного имиджа определенным политическим деятелям и их действиям. *Утечка информации* организуется для зондажа общественного

мнения. Если реакция окажется крайне негативной, всегда можно опровергнуть выданную информацию.

13. Манипулирование через обращение к эмоциям. Это, прежде всего обращение к примитивным чувствам (страху, гневу, ненависти и т.д.). Эмоционально окрашенная информация действует на человека сильнее. Даже тогда, когда разумный человек понимает, что в данной публикации присутствует явный идеологический компонент, он все равно улыбается удачному шаржу или карикатуре. Эмоционализация достигается разными способами (вместо языка цифр манипулятор переходит к эмоциональному рассказу о конкретном человеке, использует методы сопереживания, заимствования чужих эмоций и др.). Так, в рекламе многих лекарств, парфюмерии, косметики и т.д. присутствует прием запугивания (прямые ссылки на опасность кариеса, например, сопровождающие тревожные интонации и т.п.).

14. Манипулирование через обращение к социальным установкам. Это воздействие на сферу, отвечающую за социальное самочувствие человека: разделение на «своих» и «чужих», стремление «быть как все», стремление повысить свое место в иерархии. Например, в рекламе обращения к социальным мотивам используется чуть ли не чаще, чем в политических текстах, но здесь основную роль играет установление отношений не между автором и адресатом, а между адресатом и миром. Рекламные тексты всячески обещают потребителю повышение его социального статуса, приобщение, пусть призрачное, к миру избранных («Filodoro. Колготки для маленьких принцесс»), знаменитых («Lux. Мыло красоты для звезд экрана»), профессионалов («Maxfactor International. Косметика для профессионалов»).

Как же защитить свое сознание от манипулирования? Решение простое – необходимо думать (определять причинно-следственные связи), анализировать, сопоставлять, соизмерять с разумом.

Думающая аудитория – это рефлекслирующая аудитория, которая требует доказательств вместо веры, видит логические ошибки средств массовой информации, не поддается красочным описаниям ужасных и беспощадных

сущностей с навешенными на них ярлыками, самостоятельно ищет факты, сопоставляет их с фактами, приводимыми средствами массовой информации, и делает должные выводы.

Думающая аудитория – это собрание личностей. Поэтому только думающая аудитория не подвержена манипуляции своим сознанием.

Технологии манипуляций сознанием совершенствуются. Подобными средствами, как отметил академик С.П. Капица на заседании правительства, «Россию превращают в страну дураков». Сергей Петрович Капица – советский и российский учёный-физик, просветитель, телеведущий, главный редактор журнала «В мире науки», вице-президент РАЕН.

Современное общество в целом и молодое поколение в частности уязвимы перед современными технологиями манипуляции сознанием. Рассматривая данную ситуацию как весьма типичную, становится очевидным, что психологическая защита молодого поколения от современных механизмов манипуляции является одной из первостепенных задач российского общества в контексте его национальной безопасности, сохранения стабильности и народосбережения.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, говорится, что стратегическими целями государственной и общественной безопасности являются защита конституционного строя, суверенитета, государственной и территориальной целостности Российской Федерации, основных прав и свобод человека и гражданина, сохранение гражданского мира, политической и социальной стабильности в обществе, защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Приходится констатировать тот факт, что наряду с позитивными характеристиками молодого поколения стали проявляться тревожные симптомы социально-политической инфантильности молодежи; утраты национальной культурной идентичности; проявления индивидуализма и эгоцентризма, авторитарной направленности в общении, требования согласия с собственной позицией при игнорировании чужой точки зрения, девиантного

и делинквентного поведения, воинствующего национализма; диверсификация культурных и духовных ценностей, отсутствие у молодых людей жизненных перспектив и перспективы самоактуализации.

Наблюдаются факты дезорганизации молодежи, подверженности ее влиянию экстремизма, разрушающего традиционные ценности русской национальной культуры, национальных культур других народов, тенденция роста неформальных молодежных групп и объединений, среди которых особую тревогу вызывают молодежные неформальные объединения экстремистской направленности. Эти объединения способствуют формированию у молодых людей установок, отрицающих многие ценности существующего общества. Таким образом, в образовательном учреждении особую актуальность приобретает деятельность по профилактике молодежного экстремизма.

Современное молодое поколение стало основным объектом манипуляции сознанием через Интернет для политических сил, экстремистских организаций и сект. Так одним из факторов, оказывающих влияние на совершение преступлений экстремистского характера, является активное развитие Интернета, побочной стороной которого стала общедоступность и бесконтрольность для тех, кто занимается пропагандисткой деятельностью, распространением экстремистской литературы и вовлечением молодежи в преступную и экстремистскую деятельность.

Атрибутивной характеристикой большинства современных мировых социальных систем, живущих в условиях рыночной экономики, является «общество потребления», ориентированное на постоянное приобретение товаров и услуг, тем самым стимулирующее рост производства товаров и совершенствование технологий их продвижения и сбыта.

Сегодня, к сожалению, школа не всегда воспитывает созидателя, а чаще потребителя. Сфера влечения растормаживается. Человека провоцируют жаждать низменных удовольствий. Все время рекламируют продукты, мебель, машины, одежду. Кроме того, происходит растормаживание сексуальной сферы, разрушение стыда – это не просто ошибка, это страшное преступление и перед

детьми, и перед взрослыми. Психиатры констатируют, что страшнее разрушения стыда вообще ничего не существует, потому что чувство интимного стыда – это один из главных показателей психической нормы. И когда людей призывают к бесстыдному поведению как к эталону, и говорят, что нужно отбросить ложный стыд, поскольку что естественно, то не стыдно, фактически их призывают к искусственной инвалидизации психики. Бесстыдство, которое многие люди, особенно молодые, считают проявлением здоровой раскованности, свойственно не только пациентам с шизофренией, но еще и больным, которые страдают истерическими заболеваниями, например, истерическим психозом.

Теперь затронем такую тему, как «успех», «успешность». Представителей каких профессий называют «успешными»? На ум сразу приходят знаменитые актеры и певцы всех мастей, политики, топовые бизнесмены – все те, кто наделен властью, деньгами или попросту популярностью.

Попробуем представить себе «успешного врача». Кто это: тот, кто умеет проводить сложнейшие операции на высоком уровне и спасает жизни или тот, кто открыл частную клинику, заполучил богатых клиентов и заработал состояние? «Успешный писатель» – тот, кто создал по-настоящему выдающееся произведение или тот, кто издается миллионными тиражами? А уж сочетания вроде «успешный ученый», «успешный преподаватель», «успешный геолог» и вовсе кажутся оксюмороном (Оксюморон – это словосочетание, состоящее из двух слов, которое подразумевает прямое противоречие, своего рода остроумная глупость. Оксюморон используется в литературе как способ привлечь внимание, обескуражить и вызвать необычные ассоциации, и заставить улыбнуться) в таком контексте.

Здесь-то и возникает парадокс, о котором изначально говорил Дэвид Орр: получается, что планета вертится не за счет тех, кого мы дружно окрестили «успешными» и водрузили на пьедестал почета. «Успешные люди» не учат наших детей в школе. «Успешные люди» не лечат нас от простуды. «Успешные люди» не спасают людей во время катастроф. «Успешные люди» не пекут хлеб, не водят трамваи и не моют пол в офисе. Но ведь те, кто делает это, объективно

намного полезнее для общества, чем вся армия поп-певцов, менеджеров и олигархов.

Но самое интересное даже не в этом. Удивительнее всего, что в современном обществе «успех» не равняется «счастью» практически ни при каких условиях. Например, «успешными женщинами» обычно называют карьеристок, а «счастливыми» почему-то по-прежнему – жен и матерей. «Успешными мужчинами» опять же считают тех, кто умеет зарабатывать и обеспечивать себя материальными благами, а «счастливыми людьми», тех, кто понимает себя и других, занимается любимым делом... Таким образом, существующая модель успеха исключает счастье и в принципе является нездоровой.

У нынешних 14-ти-20-тилетних молодых людей психиатры часто диагностируют нарциссическое расстройство личности. В настоящее время оно встречается втрое чаще, чем у поколения тех, кому сегодня 55+. Студенты 2012-го года на 58% более нарциссичны, чем студенты 1982-го, Их называют «миллениалы». Поколение миллениалов состоит из тех, кто родился между 1980-м и 2000-м; т.е. сегодня это, в основном, молодёжь и те, кому 20+.

По мере взросления, миллениалы получают такое количество поощрительных призов за участие во всевозможных конкурсах и соревнованиях, что 40% из них рассчитывают на повышение каждые два года, вне зависимости от успехов. Они одержимы славой. Миллениалы уверены в собственной крутизне: 60% из них считают, что способны интуитивно определить что правильно, а что нет. Миллениалы разных стран отличаются друг от друга, но, благодаря социальным сетям, глобализации и скорости перемен, у миллениала из одной страны куда больше общего с миллениалом из другой страны, чем со старшими поколениями внутри его собственного народа.

Если мы говорим о современных молодых людях, то чаще всего можем судить об их «подростковом сознании» и инфантильности. Взрастить и удержать человека в подростковом возрасте – важная идея манипулирования. Истории неизвестны люди, которые могли бы повзрослеть под влиянием одноклассков.

Чтобы развиваться, нужны те, кто старше: 17-летние не взрослеют, если общаются только с 17-летними.

Известно, что ребёнок смотрит на мир глазами авторитета, в первую очередь родителей. Точнее – он подсознательно копирует их внутреннее состояние. И хотя в подростковом возрасте родитель становится менее авторитетной персоной, чем в младшем школьном возрасте, полностью его авторитет не утрачивается.

Таким образом, первоочередная задача профилактики различных девиаций несовершеннолетних – (само) воспитание родителей. Но нужен мотив. Для этого родители должны знать (хотя бы приблизительно), как по-настоящему устроен мир (правила жизни) и постоянно работать над собой, т.к. идеальных среди нас нет.

Многие взрослые, вольно или невольно выступая в роли авторитетов (родители, педагоги, старшие), даже не задумываются о примере, подаваемого детям, которые подсознательно полностью копируют не только их поведение, но и внутренний мир – волю, чувства и умение принимать правильные решения в жизни, т.е. полностью личность как она есть.

Современные родители часто не воспитывают, а развлекают детей, забывая, что индустрия развлечений негативно влияет на сознание порастающего поколения. Диктатура глянца убивает не только души: обезумевшие фанаты прыгают из окон, вскрывают вены, проявляют аутодеструктивное поведение.

Люди всё больше и больше живут не разумом, а эмоциями. Шопенгауэр приписывал такое мировосприятие женщинам и детям. Теперь так предписано мыслить всем, и многие, очень многие радостно исполняют это предписание. Возможно, мы присутствуем при выведении новой человеческой породы: взамен человека разумного – человека эмоционального.

Как же защитить подростков от манипулирования со стороны сверстников и взрослых?

Ещё раз повторимся, что манипуляция представляет собой вид воздействия, который характеризуется скрытностью, с одной стороны и нацеленностью на достижение одностороннего выигрыша, с другой (в отличие от процесса воспитания). Любой манипулятор желает достичь желаемого результата, принуждая другого человека к совершению определенных действий, часто незаметных для манипулируемого.

Осознание данного факта требует необходимого и скорейшего принятия всевозможных мер со стороны государства, организаций, общественных структур, а также самих подростков и молодёжи по противодействию подобного рода манипулятивному воздействию, совершенствования методов по осуществлению молодёжной политики, как деятельности направленной на социализацию, социальное становление и развитие детей и подростков.

Также важно понимать, что в подростковой среде одним из распространенных способов манипуляции, является угроза быть изгоем в значимой для подростка группе. Подростки, в силу возрастных особенностей очень привязаны к значимым сверстникам. Потребность в принадлежности к коллективу и страх стать отверженным очень высоки в этом возрасте. Особенно для подростков, основной задачей развития которых и является умение найти свои нишу и место в значимой для него группе сверстников. «Для того, чтобы быть с нами, надо делать так...», «Если ты слабак, то ты не с нами...» – основные скрытые послания такого деструктивного общения. Оскорбления – еще один из распространенных способов манипуляции. Униженный публично ребенок готов будет пойти на все, лишь бы восстановить свой статус в коллективе и доказать себе и окружающим, что он не такой «трус/слабак/неудачник»...

Манипуляцию чувством вины чаще можно ожидать от взрослого, хотя и в среде сверстников она тоже часто употребляется. Обычно такой способ манипуляции скрывается за фразами «друзья так не поступают...», «старших надо слушаться...». То есть одним из признаков того, что на человека пытаются воздействовать с помощью манипуляций, являются попытки влияния

на его эмоциональное состояние. Дискомфорт в общении – всегда повод задуматься о том, не несет ли оно деструктивный (разрушающий) характер.

Деструктивное воздействие можно также заподозрить по следующим признакам: ограничение времени на принятие решения, попытки изолировать от близких как физически, так и эмоционально («не рассказывай...», «не дружи...»), искажение информации (клевета, обман).

Развивать критическое мышление. Критичность помогает нам отбирать информацию, анализировать ее и на основе этого анализа принимать взвешенные решения.

Чтобы помочь детям и подросткам развивать **критическое мышление**, предоставьте им пространство для творчества, дайте время и возможность для обдумывания и принятия самостоятельных решений в повседневных делах, стимулируйте процесс рассуждений взамен поспешных ответов или прямых указаний, учите понимать себя и отстаивать собственные ценности, интересы, принципы.

Важно напоминать ребёнку (подростку) о том, что ошибки и сомнения – это нормально, даже если сомнения вызывают слова взрослого. Да, с таким ребенком может быть непросто, зато навык не принимать за чистую монету все, что говорят как будто бы авторитетные люди, очень пригодится в жизни.

Для закрепления навыка можно поиграть в поиск манипуляций. Материалом могут служить литературные произведения, фильмы, случаи из жизни. Важно не просто находить ситуации, где использовалось деструктивное воздействие, но и тренироваться в определении того, кто из героев являлся инициатором манипуляции, а кто – адресатом, какие мотивы могли быть у инициатора, по каким признакам можно было заподозрить манипуляцию и какие способы воздействия были использованы.

Для прекращения манипуляций подросток должен научиться анализировать, какой посыл озвучивает собеседник, иными словами: «Чего он хочет и почему?».

Для прекращения манипуляции необходимо открыто сказать манипулятору, что вы понимаете суть его действий.

Важно также, чтобы была поддержка взрослых, друзей, одноклассников, тогда противостоять манипуляции проще.

Более всего манипуляторов привлекают следующие черты:

– неуверенность в себе, сомнения в собственном праве на вполне законные желания и потребности, неумение отстаивать свои интересы и вступать в прямой конфликт;

– потребность в одобрении и поддержании самооценки извне, когда за крохотную поддержку, человек соглашается на такие вещи, после которых точно не будет собой гордиться;

– уверенность в том, что для совершения плохих поступков всегда должны быть веские причины, что не может быть людей, которые причиняют вред просто, так или для собственной выгоды;

– желание нравиться всем без исключения, путем демонстрации исключительно «хороших», «удобных» и прочих социально одобряемых качеств, неумение сказать «нет», проявить твердость;

– Наивность, которая не позволяет допустить мысли, что люди могут быть злыми и бессердечными;

– чрезмерная совестливость, привычка предъявлять завышенные требования к себе и заниженные к окружающим, тенденция оправдывать недостойные поступки других людей и обвинять себя;

– эмоциональная зависимость и склонность к подчиненному поведению, которые скрывают боязнь независимости и притягивают к агрессивным личностям, которые обычно являются достаточно автономными.

При обнаружении в себе этих качеств, важно их проработать иначе они станут открытой дверью, через которую в вашу жизнь может попасть манипулятор.

Список литературы и источников:

1. Указ Президента РФ от 02.07.2021 N 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».
2. Давыдов Ю.Н., Роднянская И.Б. Социология контркультуры. М., 1980. С. 61.
3. Добренков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная социология в 15 тт., Т.9. Возрасты человеческой жизни. М., 2005. С. 834-835.
4. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. М., 1997. С. 163-173.
5. Дунаев М.М. Преступление перед будущим. М., 2007. С. 4-7.
6. Зелинский С. А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование массовыми психическими процессами посредством психоаналитических методик. – Спб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
7. Зелинский С.А. Психотехнологии гипнотического манипулирования сознанием. – 2009.
8. Ильинский И.М. Образование в целях оглушения// Знание. Понимание. Умение. № 1. 2009. С. 27.
9. Колеман Д. Комитет 300. Москва: Витязь, 2011.
10. Словарь-справочник по педагогической психологии. М.В. Гамезо, А.В. Степаносова, Л.М. Хализева. 2001.
11. Шендрик А.И. Субкультура молодёжная// Социология молодёжи: энциклопедический словарь. М., 2008. С. 496.
12. Штайн К.Э. Манипулятивная стратегия как средство гармонизации общения в рамках рекламного текста // Этика и социология текста: Сб. ст. науч.-метод. семинара «TEXTUS». Вып. № 10. Санкт-Петербург. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2004. С. 304-306.
13. 18. Эстулин Д. Кто правит миром? Или вся правда о Бильдербергском клубе. Минск: Попурри. 2009. С. 43-44.
14. https://ruskline.ru/analitika/2013/12/05/molodyozh_kak_obekt_manipulyacij