УДК 301

ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ КАК СПОСОБ КОНСТРУИРОВАНИЯ МЕДИА-КАРТИНЫ МИРА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Е.А. Цымбал

В статье представлен социально-философский анализ специфики, способов и средств формирования медиа-реальности информационного общества. В исследовании рассматриваются и классифицируются основные технологии социально-психологического манипулирования общественным сознанием с учетом особенностей их применения средствами масс-медиа. Автор выявляет манипулятивный характер современной медиа-картины мира и определяет тенденции актуальных научных поисков в вопросах применения и оценки технологий социального манипулирования.

Ключевые слова: социальное манипулирование, технологии манипулирования, информация, информационное общество, медиа-картина мира, масс-медиа, медиа-реальность.

E.A. Tsymbal

Social manipulation technologies as a way of world media picture construction of information society

It is presented social-and-philosophic analysis of specificity, ways and means of information society media-reality formation. It is considered and classified main techniques of social-and-psychological manipulation of mass cognition taking into account the peculiarities of mass media usage. It is revealed the manipulative character of the modern world media-picture and defined tendencies of scientific search in the sphere of usage and estimation of social manipulation techniques.

Key words: social manipulation, techniques of manipulation, information, information society, world media-picture, mass media, media-reality.

Литература

1. Социологический энциклопедический словарь / Под ред. Г.В. Осипова. М., 1998.
2. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. М., 2001.
3. *Бессонов. Б.Н.* Идеология духовного подавления. М., 1971.
4. *Купцов А.* Манипулятивная составляющая социального взаимодействия в контексте политического маркетинга // Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. № 2.
5. *Почепцов Г.Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. М., Киев, 2000.
6. *Войтасик Л.* Психология политической пропаганды / Под ред. В.Н. Поруса. М., 1981.
7. *Матыжев Г.О.* Особенности печатных средств массовой информации как товара // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 4 / http://www.i-u.ru/biblio/archive/matyzchev_osobpechsmi
8. http://blogs.yandex.ru/top