

Стрессоустойчивость – качество непостоянное, и, следовательно, его можно развивать (повышать) тренировкой (психотренинг), привычкой к ежедневному напряженному творческому труду.

УДК 1:316

ПОСЛЕДСТВИЯ МЕТОДОВ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЯ В РАМКАХ ТЕХНОГЕННОГО ПУТИ РАЗВИТИЯ

Исаченко А.В., ст. преп., Царенок С.Г., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Одной из глобальных проблем современности является противоречие между растущими потребностями человека и разрушительными последствиями процесса удовлетворения этих потребностей. Следствием техногенного пути развития социума являются методы манипулирования сознанием. Основное отличие манипулирования от других видов воздействия состоит в том, что манипулятор, влияя на сознание индивида, не оставляет последнего выбора. Манипулятор создает видимость свободы выбора. Человеку кажется, что он сам принимает решения. На самом деле им управляют, а его мнением манипулируют.

Манипуляция сознанием – это такие действия в информационной среде, заставляющие людей принимать не те решения, которые выгодны (необходимы, приятны, интересны) им самим, а те, которые нужны организатору манипуляции.

За время своего существования человечество усовершенствовало методы манипулирования людьми. В эпоху развития всемирных коммуникаций, ведущую роль в управлении человеческими ресурсами выполняют средства массовой информации.

Система манипулирования людьми строится для каждой конкретной цели, и при этом используется максимально возможное количество методов. Так к простейшим методам относят: ложное переспрашивание, перескакивание на другую тему, неверное цитирование, мнимое безразличие, чрезмерное уважение и восхищение. В большом бизнесе и мировой политике обычно используют многошаговые комбинации и тончайшие уловки.

Чтобы не стать объектом социального манипулирования, нужно всю поступающую информацию подвергать качественному анализу. Для современных СМИ становится обычным явлением выборочная подача информации, когда определенное событие освещается однобоко или повторяется одна новость несколько раз.

Простейшим и в то же время важнейшим примером манипуляции сознанием является реклама. Ее целью является – заставить покупателя приобрести товар, который выгоден продавцу.

Есть методы, которые позволяют влиять на покупателя, минуя его сознание, и способны вызывать прямую мотивацию к покупке. Нейромаркетинг представляет собой такой маркетинг, который использует разные воздействующие на человеческий мозг стимулы, чтобы вызвать нужное действие. Такими стимулами могут быть стимулы, воздействующие через зрение, обоняние, осязание, вкусовые рецепторы, память, социальные навыки людей, их ценности и т.д. Это могут быть слова, запахи, музыку, вещества, способные воздействовать на мозг в нужном направлении, картинки, фотографии и т.д.

Жертва манипуляции полностью утрачивает возможность рационального выбора, ибо ее желания программируются извне. Фактически, это представляет собой ликвидацию гражданских прав человека. Таким образом, особенностью современного общества должно быть усиление внимания к человеку, связанное с возрастанием роли личности, ее самосознания и свободы в общественных процессах.