

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/368283>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Коммуникационные технологии

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАНИПУЛЯЦИИ 4

1.1. Основные понятия процесса манипуляции 4

1.2. Содержание процесса манипуляции 6

2. АНАЛИЗ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНИК В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ И СМИ 8

2.1. Особенности Telegram-каналов 8

2.2. Проявление манипуляции 10

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 14

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 15

Актуальность. Манипуляция – один из наиболее интересных видов человеческого поведения, это неотъемлемая часть социальной культуры. Под манипуляцией понимают преднамеренное и скрытое побуждение другого человека к переживанию определенных состояний, принятию решения или выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных целей. Степень успеха манипуляции во многом зависит от того, насколько широк арсенал инструментов психологического воздействия, используемых манипулятором, и насколько он гибок в их использовании. Исследования манипулирования сознанием охватывают разнообразные вопросы, относятся к психологии, социологии и политологии и требуют междисциплинарного изучения. Манипулирование сознанием стало особенно популярной темой научных социологических исследований со второй половины 20-го века.

Целью работы является исследование манипуляции в интернет среде СМИ и телеграм-каналах.

Для реализации цели в процессе исследования поставлены следующие задачи:

рассмотреть понятие манипуляции;

описать основные направления манипуляции в интернет-СМИ ;

привести анализ манипуляции в интернет-СМИ.

Объектом исследования является процесс манипуляции. Предмет исследования – факторы процесса манипуляции в интернет-СМИ.

Методологическую основу работы составляют методы анализа, синтеза.

Цель и задачи исследования определили структуру работы, она состоит из введения, основной части и списка используемой литературы.

Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М.: Аспект Пресс, 1998.

Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. М., 1980.

Бессонов Б.Н. Идеология духовного подавления. М., 1971.

Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М., 1981.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак, 2001.

Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. М., 1992.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/368283>