

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"»**

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна
Департамент медиа

**Рабочая программа дисциплины по выбору
общеуниверситетского пула**

**(МАГОЛЕГО)
ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ
СОЗНАНИЕМ И ПОВЕДЕНИЕМ ЛЮДЕЙ:
ВЫЯВЛЕНИЕ, АНАЛИЗ, ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ**

для уровня подготовки – магистратура

Разработчик программы:
Иосиф Михайлович Дзялошинский,
доктор филологических наук, профессор,
email: imd2000@yandex.ru

Одобрена на заседании департамента медиа

«__»_____ 2018 г.
Зав. департаментом И.В. Кирия _____

Москва, 2018

*Настоящая программа не может быть использована
другими подразделениями университета и другими вузами
без разрешения подразделения-разработчика программы.*



1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов, изучающих дисциплину «Технологии манипулирования сознанием и поведением людей: выявление, анализ, противодействие»

2. Цели освоения дисциплины

Целью данной дисциплины является обучение студентов основам анализа манипулятивных технологий в журналистской деятельности.

Важной неотъемлемой составляющей данной цели также является выработка у студентов понимания и уважения этических и правовых норм, которые распространяются на использование средств коммуникативного воздействия и манипулирования в сфере масс-медиа.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия в сфере коммуникативного воздействия, используемые в лингвистике, психологии, социологии;
- основные теории и концепции в лингвистике, психологии, социологии, связанные с исследованием коммуникативного воздействия и манипулирования;
- иметь системные представления о спектре языковых (речевых) средств коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале;
- иметь системные представления о социально-психологических инструментах коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале;

Уметь:

- интерпретировать и аргументировать использование приемов коммуникативного воздействия с использованием понятий лингвистики, психологии, социологии;
- различать манипулятивную и неманипулятивную увещательную коммуникации;
- ответственно подходить к использованию конкретных приемов и механизмов воздействия;

Иметь навыки (приобрести опыт):

- практические навыки использования воздействующего потенциала синтаксических языковых ресурсов;
- практические навыки использования воздействующего потенциала семантических ресурсов на различных уровнях;
- практические навыки использования средств речевого воздействия во взаимодействии с неречевыми средствами;
- практические навыки использования социально-психологических инструментов в ситуациях коммуникативного воздействия.



4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Изучение данной дисциплины базируется на освоении изучаемых в бакалавриате дисциплин: «Психология», «Социология», «Культурология», «Риторика», «Основы управления».

Основные положения данной дисциплины могут быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин, касающихся проблем управления людьми: «Организационная культура», «Политическая культура», «Организационное поведение» и др.

Кроме того, приобретенные знания пригодятся студентам при подготовке магистерских диссертаций.

5. Тематический план дисциплины

№№	Тематика лекций и семинаров	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			лекции	семинары	
РАЗДЕЛ 1. ВЛИЯНИЕ В СТРУКТУРЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ					
1	Человек как субъект и адресат влияния	6	2	1	3
2	Влияние на сознание и поведение людей. Эволюция представлений	6	2	1	3
3	Ресурсы влияния	6	1	1	4
РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ					
4	Убеждающие технологии	6	2	1	3
5	Диалогические технологии	6	2	1	3
6	Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей	6	2	1	3
РАЗДЕЛ 3. ОСНОВНЫЕ МИШЕНИ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ					
7	Личность как мишень манипуляции	6	2	1	3
8	Социальные ценности как мишень воздействия	6	2	1	3
9	Картина мира как мишень воздействия	6	2	1	3
10	Общественное мнение как мишень воздействия	6	2	1	3
11	Общественные эмоции как мишень воздействия	6	2	1	3



РАЗДЕЛ 4. МАНИПУЛЯЦИЯ В МАССОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ					
12	СМИ как манипулятор	6	1	1	4
13	Техники медиаманипуляции.	6	1	1	4
14	СМИ как объект манипуляции. Политические и экономические факторы влияния на СМИ	6	1	1	4
РАЗДЕЛ 5. ЗАЩИТА ОТ МАНИПУЛЯЦИИ					
15	Методы «вскрытия» манипулятивных приемов	6	2	1	3
16	Защита от манипуляции	6	2	1	3
<i>Текущий контроль и экзамен</i>		18			
ВСЕГО		114	28	16	52

6. Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год				Кафедра	Параметры
		1	2	3	4		
Текущий	Эссе				*	Департамент медиа	Письменная работа объемом 10-12 страниц на любую тему из списка, приведенного в п. 10.1.
	Самостоятельная домашняя работа				*	Департамент медиа	Самостоятельная подготовка доклада и презентации; выступление с ними на соответствующем семинарском занятии.
Итоговый	Экзамен				*	Департамент медиа	Экзамен в письменной форме по вопросам лекционного курса, приведенным в п. 10.2.

7. Критерии оценки знаний, навыков

В ходе *текущего контроля* студенты должны продемонстрировать умения интерпретировать и аргументировать использование приемов коммуникативного воздействия, а также различать манипулятивную и неманипулятивную увещательную коммуникации.

В ходе *итогового контроля* студенты должны продемонстрировать уровень усвоения теоретического материала: знание основных понятий в сфере коммуникативного воздействия, языковых (речевых) средств и социально-психологических инструментов коммуникативного воздействия, а также понимание их воздействующих потенциалов.



8. Содержание дисциплины

РАЗДЕЛ 1. ВЛИЯНИЕ В СТРУКТУРЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Тема 1.1. Человек как субъект и адресат влияния.

Сознание и поведение личности, групп, масс. Когнитивные, социопсихологические, семиотические и социальные предпосылки коммуникативного воздействия и манипулирования. Особенности восприятия, запоминания и переработки информации в массовой и межличностной коммуникации.

Понятие «воздействие» в ряду других понятий: «взаимодействие», «влияние», «убеждение», «внушение», «манипулирование» и др. Смысловые различия, имеющиеся между этими понятиями.

Зависимость человека от влияний социума и других индивидов, уязвимость для негативных влияний и иллюзий.

Тема 1.2. Влияние на сознание и поведение людей. Эволюция представлений.

Осознание проблемы влияния на личность в различных культурно-исторических условиях. Исторические этапы развития системы социального влияния и убеждения. История развития методов и концепций влияния, пропаганды и убеждения. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению. Особенности современного этапа взаимоотношений личности и социума, личности и группы как системы взаимовлияний.

Тема 1.3. Ресурсы влияния.

Содержание понятия «ресурсы влияния». Средства вербального и невербального воздействия как основные знаковые системы влияния. Предметная среда в системы средств воздействия. Символические ресурсы, опирающиеся на культурные архетипы, как ресурс влияния. Архетипы и их культурно-исторический контекст в концепции К. Юнга. Архетипы как алгоритмы индивидуального и социального поведения. Архетипические сюжеты в современной массовой культуре (кинематограф, телевидение, компьютерные игры и др.). Традиция, обряд и ритуал в культуре как способы организации социального порядка. Социальная мифология как ресурс влияния. Основные мифологемы современной России.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ

Тема 2.1. Убеждающие технологии.

История развития методов и концепций влияния, пропаганды и дискуссионного убеждения. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению. Искусство убеждать. Убеждение как метод воздействия. Основные виды убеждения. Типы убеждающих воздействий: информирование, разъяснение, доказательство, опровержение. Условия и правила убеждения. Практические приемы убеждения. Четырнадцать правил, помогающих убеждать. Речевые средства убеждения. Классическое понимание убеждающих речей. Красота, ясность и уместность как качества убеждающей речи. Правильность речи. Литературный язык. Нормы литературного языка. Функциональная стилистика и культура речи. Изучение ожиданий, установок, интересов, ценностных ориентаций людей как необходимое условие эффективности убеждения.



Тема 2.2. Диалогические технологии.

Ненасильственные коммуникации в современную эпоху. Понимание диалога. Классификация видов диалога по субъектам: межличностный (диадический) диалог, диалог общественных групп, межкультурный диалог, межкультурный диалог. Социальный диалог как способ, форма, средство взаимодействия разных сил. Общие проблемы диалогической коммуникации. Диалог культур в глобальном мире. Диалог между цивилизациями. Стилистика диалогического общения: интимный диалог, доверительный диалог, полукоткрытый диалог, диалог на публику, торжественное собрание.

Тема 2.3. Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей.

Анализ и обобщение подходов к определению понятия «манипуляция». Определение манипуляции. Виды манипуляций. Манипуляция как способ управления. Манипуляция как угроза информационной безопасности общества. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений.

Анализ отличий манипуляции от других технологий воздействия на сознание и поведение людей. Критерии манипуляции. Законы манипуляции. Рациональная манипуляция, ценностно-эмоциональное манипулирование, использование методов социального контроля, «черная» риторика, использование психологических автоматизмов, апелляция к коллективному бессознательному и др. Нейролингвистическое программирование как манипулятивная технология. Этическая сторона манипуляций.

РАЗДЕЛ 3. ОСНОВНЫЕ МИШЕНИ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

3.1. Личность как мишень манипуляции.

Побудители активности (потребности, интересы). Регуляторы активности (смысловые, целевые операциональные установки, нормы, мировоззрения, убеждения, самооценка, верования). Когнитивные комплексы (знания явные и неявные, информационные ориентации и т.д.). Операциональные комплексы (способы мышления, характер аргументации, коэффициент критичности, стиль поведения, привычки, навыки, умения, квалификации, ориентированность). Психические состояния (фоновые, функциональные, эмоциональные и т.д.).

3.2. Социальные ценности как мишень воздействия.

Основные подходы к пониманию категории «ценность». Ценности и ценностные ориентации. Типы ценностей. Ценностные основы современного общества (на примере иерархии ценностей русского и американского общества). Основные приемы манипулирования ценностями: «использование слов, относящихся к основным ценностям общества»; «наклеивание ярлыков»; «метод забрасывания грязью» и др.

3.3. Картина мира как мишень воздействия.

Понятия «образ мира», «языковое сознание», «этническая картина мира», «языковая картина мира» и др. Картина мира как заместитель реальности. Стереотипы в системе картины мира. Система образования и медиа как создатели картины мира. Конструирование реальности как функция медиа. «Повестка дня» и картина мира. «*Priming*» и «*framing*» как технологии воздействия на картину мира. Новые медиа – новая повестка дня?



3.4. Общественное мнение как мишень воздействия.

Содержание категории «общественное мнение». Общественное мнение – это чье мнение? Кто и зачем исследует общественное мнение? Почему П. Бурдьё утверждал, что никакого общественного мнения не существует? Работа Э. Ноэль-Нойман «Общественное мнение. Открытие спирали молчания». Мифы общественного мнения: позиция К. Поппера. Технологии управления общественным мнением.

3.5. Общественные эмоции как мишень воздействия.

Категории «общественные эмоции», «массовые настроения», «эмоциональная атмосфера общества» и др. Г. Тард о «социальной системе чувств». К. Левин о социальном климате общества. Ж. де Ривера – автор концепции «эмоционального климата». М. Урнов о понятии «эмоциональная атмосфера общества». Понятия «массовые настроения», «социальные настроения» в работах других российских исследователей. Методы и результаты исследований общественных эмоций. Технологии формирования общественных эмоций.

РАЗДЕЛ 4. МАНИПУЛЯЦИЯ В МАССОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ

Тема 4.1. СМИ как манипулятор.

Особенности психологических манипуляций в массовых информационных процессах. Основные формы массового информационно-психологического воздействия.

Тема 4.2. Техники медиаманипуляции.

Искажение информации. Утаивание информации. Использование ложной информации. Способ подачи информации. Момент подачи информации. Психологические войны.

Тема 4.3. СМИ как объект манипуляции.

Власть, бизнес, некоммерческие организации как субъекты манипулирования СМИ. Формы давления на журналистов. Манифестации «общественности». Аудитория: новые требования к содержанию. Политические и экономические факторы влияния на СМИ: форма собственности и содержание СМИ; максимизация прибыли и контент; политические технологии как форма управления содержанием СМИ.

РАЗДЕЛ 5. ЗАЩИТА ОТ МАНИПУЛЯЦИИ

Тема 5.1. Методы «вскрытия» манипулятивных приемов.

Индикаторы манипуляции. Техники получения необходимой информации. Определение установки собеседника на борьбу или на сотрудничество.

Тема 5.2. Защита от манипуляции.

Виды и механизмы защит. Межличностные и внутриличностные защиты. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Конформизм, неконформизм и внемконформизм. Укрепление защитного арсенала. Приемы конструктивной защиты. Предотвращение собственных неконструктивных реакций на манипуляцию. Обратная связь как способ противостояния чуждому влиянию. Способы выхода из негативных состояний, вызванных чужим влиянием.



9. Образовательные технологии

В рамках курса должен быть сделан упор на сочетание лекционных форм, в рамках которых дается обзор концепций, научно-практических исследований и разработок, технологий и приемов в сфере коммуникативного воздействия, и преподавание методом разбора конкретных примеров из масс-медиа и других дискурсов. Предполагается выполнение индивидуальных и командных практических работ, проведение индивидуальных и групповых презентаций.

Формы организации учебного процесса:

- лекционные занятия с использованием презентаций и иллюстративных материалов;
- семинарские занятия:
 - мозговой штурм,
 - групповая дискуссия,
 - ролевые игры;
- самостоятельная работа студентов по освоению теоретического курса:
 - выступление с докладом и презентацией на семинаре,
 - написание эссе,
 - подготовка к экзамену.

10. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

10.1. Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля (Ориентировочные темы эссе)

1. Использование механизмов социального контроля.
2. Использование психологических автоматизмов (манипулятивные психотехнологии).
3. Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
4. Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструкторов и воздействия на архетипы и метапрограммы (мифологическое манипулирование).
5. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории (ценностно-эмоциональное манипулирование).
6. Основные мишени манипуляции.
7. Символы в манипуляции.
8. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).



10.2. Примерные вопросы для итоговой аттестации (экзамена)

1. Анализ и обобщение подходов к определению понятия «манипуляция».
2. Анализ, систематизация и уточнение основных понятий, описывающих практику открытого и скрытого влияния на людей.
3. Виды и механизмы защит.
4. Влияние открытое и скрытное.
5. Диалогические технологии.
6. Индивид, группа, толпа, масса как адресаты манипулирования.
7. Индикаторы манипуляции.
8. Использование механизмов социального контроля.
9. Использование психологических автоматизмов (манипулятивные психотехнологии).
10. Использование скрытого влияния на людей в различных сферах социального взаимодействия: день сегодняшней.
11. Конформизм, нонконформизм и внеконформизм.
12. Критерии манипуляции.
13. Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
14. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах.
15. Манипулятивные техники скрытого получения информации от партнера по общению.
16. Манипуляции в общении руководителя и подчиненного.
17. Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы (Мифологическое манипулирование).
18. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории (ценностно-эмоциональное манипулирование).
19. Межличностные и внутриличностные защиты.
20. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений.
21. Определение понятия «манипуляция». Анализ отличий манипуляции от других технологий воздействия на сознание и поведение людей.
22. Основания выделения различных групп приемов манипулятивного воздействия в массовых информационных процессах.
23. Основные техники НЛП-воздействия (наведение транса, отражение, пристройки, «якорение», ведение, программирование и др.).
24. Особенности и задачи основных этапов информационно-психологического воздействия манипулятивного характера.
25. Особенности человеческой психики, делающие ее уязвимой для манипуляции.
26. Позиции рассмотрения и особенности анализа психологических манипуляций в массовых информационных процессах.
27. Программное воздействие и манипулирование: общие характеристики и различия.
28. Психологические портреты манипуляторов.
29. Распознавание манипуляции в деловом общении.
30. Символы в манипуляции.



31. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Чувственный и рациональный уровень.
32. Способы манипулятивного воздействия в деловом общении.
33. Технологии духовного насилия (внушение, гипноз, нейролингвистическое программирование).
34. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).
35. Убеждающие технологии.

11. Порядок формирования оценок по дисциплине

Накопленная оценка текущего контроля учитывает результаты работы студента следующим образом:

$$O_{\text{накопленная}} = O_{\text{текущ.}} + O_{\text{ауд}} + O_{\text{сам.работа}}$$

где:

$O_{\text{текущ.}}$ – оценка за эссе (максимальное значение – 4 балла);

$O_{\text{ауд}}$ – оценка посещения лекций и семинарских занятий (3 балла – 100-процентная посещаемость, 2 балла – присутствие на 50% занятий, 1 балл – присутствие на 1 занятии, 0 – ни одного посещения);

$O_{\text{сам.работа}}$ – оценка выступления на семинаре, включающего доклад и презентацию (максимальное значение – 3 балла).

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результующая}} = (O_{\text{накопленная}} + O_{\text{экзамен}}) : 2.$$

Действует арифметический способ округления накопленной оценки текущего контроля и результирующей оценки: при значениях от 0,1 до 0,4 оценка округляется в меньшую сторону, от 0,5 до 0,9 – в большую.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Базовые учебники (есть электронные версии)

1. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: АПК ППРО, 2012.
2. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2011.
3. Иссерс О.С. Речевое воздействие: Учебное пособие. – М.: Флинта; Наука, 2011.



12.2. Основная учебная литература

1. Доценко Е.А. Психология манипуляции. – М.: МГУ, 1996.
2. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2001.
3. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1995.
4. Ильясов Ф. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М.: ИМА-Пресс, 2000.
5. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. – М.: Академический Проект, 2007.
6. Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. Учебное пособие. – Екатеринбург, 2007.
7. Московичи С. Век толп. – М.: Академический Проект, 2011.
8. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. – М.: Либроком, 2014.
9. Чалдини Р. Психология влияния. – М.: Эксмо, 2010.

12.3. Дополнительная литература

1. Адлер Х. НЛП. Современные психотехнологии. – СПб., 2000.
2. Аронсон Э., Пратканис Э.Р. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. – Спб., 2002.
3. Барт Р. Мифологии. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000.
4. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М.: Прогресс, 1989.
5. Блумер Г. Коллективное поведение // Американская социологическая мысль. – М.: МГУ, 1994. С. 535-588.
6. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000.
7. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004.
8. Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002.
9. Бэндлер Р. Технология убеждения. – М.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004.
10. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1997.
11. Воеводин А.И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. – М.: Белые альвы, 2003.
12. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: способы и технологии информационно-психологического воздействия. – М.: Алгоритм, 2002.
13. Грин Р. 48 законов власти. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2001.
14. Гуревич П.С. Социальная мифология. – М., 1985.
15. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. – М.: Добросвет, 2011.
16. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. – М.: Речь, 2004.



17. Дубин Б. Масс-медиа и коммуникативный мир жителей России: пластическая хирургия социальной реальности // Вестник общественного мнения. 2006. № 3(83). С. 33-46.
18. Дубин Б. Посторонние: власть, масса и масс-медиа в сегодняшней России // Отечественные записки. 2005. № 6.
19. Дымшиц М.Н. Манипулирование покупателем. – М.: Омега, 2004.
20. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1995.
21. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000.
22. Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т.1: Телевизионные и рекламные коммуникации. – М.: Аспект Пресс, 2002.
23. Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность / Под ред. М.А. Вуса. – СПб.: Изд-во С.-Петербурга. ун-та, 1999.
24. Канетти Э. Масса и власть. – М., 1997.
25. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2006.
26. Кара-Мурза С., Смирнов С. Манипуляция сознанием – 2. – М.: Эксмо, 2009.
27. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – М.: Едиториал УРСС, 2004.
28. Ле Бон Г. Психология народов и масс. – СПб., 1995.
29. Лозовский Б.Н. Власть как субъект манипуляции СМИ // Журналистика и политика. – Екатеринбург, 2004. С. 55-68.
30. Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М., 2008.
31. Миронов А.С. Раздувай и властвуй. – М.: Добросвет, 2001.
32. Назайкин А.Н. Как манипулировать журналистами. Практич. пособие. – М.: Дело, 2004.
33. Перкинс Дж. Исповедь экономического убийцы. – М.: Pretext, 2005.
34. Политические коммуникации / Под ред. А.И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004.
35. Психологическое воздействие. – М.: Ин-т психологии РАН, 2012.
36. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М.: Ультра. Культура, 2003.
37. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. Методы психологического влияния алгоритм противостояния манипуляции. – СПб.: РЕЧЬ, 2004.
38. Соловьев А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Политические исследования. 2004. № 2. С. 124-132.
39. Стацевич Е., Гуленков К., Сорокина И. Манипуляции в деловых переговорах. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.
40. Счастливец Р. Манипулирование сознанием. – М., 2007.
41. Таранов П.С. Приемы влияния на людей. – М.: Фаир, 2008.
42. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. – М.: АСТ, 2006.
43. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003.
44. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий. – М.: Айрис-Пресс, 2003.
45. Хрестоматия по психологии влияния. – СПб.: Питер, 2001.
46. Цуладзе А. Политическая мифология. – М.: Эксмо. 2003.
47. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 1999.



48. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. – М.: Socio-Logos, 1997.
49. Шапарь В.Б. Психология манипулирования. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007.
50. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. – Минск: ТПЦ «Полифакт», 1992.
51. Щербатых Ю. Искусство обмана. – СПб: Азбука, 1997.
52. Эко У. Отсутствующая структура. – СПб., 1998.
53. Bolinger D. Language: The Loaded Weapon. – L.; N.Y.: Longman, 1980.
54. Dijk van T.A. Society and discourse. – Cambridge: Cambridge University Press, 2010.
55. Lakoff R.T. Talking Power: The Politics of Language. – N.Y.: Basic Books, 1990.
56. Larson Ch. Persuasion: Reception and Responsibility. – Belmont, California, 1992.
57. Simpson P. Language, Ideology, and Point of View. – L.: Routledge and Kegan Paul, 1993.

12.4. Популярныe публикации в интернете

1. Адамчик В. 200 способов успешного манипулирования. URL: <https://nashol.com/2017111897515/200-sposobov-uspeshnogo-manipulirovaniya-chelovekom-adamchik-v-v-2010.html>
2. Гагин Т., Бородина С. Разоблачение магии или настольная книга шарлатана. URL: <http://www.rulit.me/books/razoblachenie-magii-ili-nastolnaya-kniga-sharlatana-read-212803-1.html>
3. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения. URL: <https://docplayer.ru/53359550-N-gegen-psikhologiya-manipulyacii-i-podchineniya-s-ppter.html>
4. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. URL: <http://www.rulit.me/books/kak-zavoevyvat-druzej-i-okazyvat-vliyanie-na-lyudej-kak-vyrabatyvat-uverennost-v-sebe-i-vliyat-na-ly-read-302300-1.html>
5. Кейт Б., Ромилла Р. НЛП для «чайников». URL: <https://www.psyoffice.ru/4571-redi-romilla-ber-ton-kej-jtv.-nlp-dlja-chajnikov.html>
6. Левин Р. Механизмы манипуляции – защита от чужого влияния. URL: http://audiodom.net/poleznaya_literatura/chelovek_i_psikhologiya/45404-levin-rv-mehanizmy-manipulyacii-zaschita-ot-chuzhogo-vliyaniya.html
7. Прайор К. Не рычите на собаку. URL: <https://libking.ru/books/sci-/sci-psychology/143676-karen-prayor-ne-rychite-na-sobaku.html>
8. Саймон Дж. Кто в овечьей шкуре? Как распознать манипулятора. URL: <https://knigism.net/view/82174>
9. Трейси Б., Арден Р. Сила обаяния. Как завоевывать сердца и добиваться успеха. URL: <https://knigogid.ru/books/525550-sila-obayaniya/toread>
10. Фексеус Х. Искусство манипуляции. Как читать мысли других людей и незаметно управлять ими. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=138530&p=1>



11. Форуард С. Эмоциональный шантаж. URL: https://royallib.com/book/foruard_syuzan/emotsionalniy_shantag.html
58. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я. URL: https://bookz.ru/authors/zigmund-freid/psiholog_573/1-psiholog_573.html
12. Шейнов В. Искусство управлять людьми. URL: <https://studfiles.net/preview/6211214/>
13. Шейнов В. Скрытое управление человеком. URL: https://royallib.com/book/sheynov_viktor/skritoe_upravlenie_chelovekom.html
14. Шлахтер В., Хольнов С. Искусство доминировать. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=146&p=2>
15. Шостром Э. Человек – манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. URL: <http://psylib.org.ua/books/shost01/>

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для лекционных и семинарских занятий необходимы компьютер и проектор.