Человек, общество и государство в философской перспективе / Individual, Society, and State in Philosophical Perspective

Научная статья
DOI: 10.12731/3033-5981-2026-18-3-579
УДК 37.014.543

Original article
EDN: DLWGPO

Риски социального манипулирования в молодежной среде

Л.И. Кемалова, М.А. Никонорова
Керченский государственный морской технологический университет, Керчь, Российская Федерация

Аннотация

Обоснование. Цифровые технологии становятся неотъемлемой частью жизни, влияя на все сферы. При всех очевидных плюсах этого процесса важно учитывать и риски социального манипулирования, которое, благодаря цифровым технологиям, обретает алгоритмизированный, персонализированный и латентный характер. При этом ключевой целевой группой становится молодежь в силу переходности ее статуса, незавершенности когнитивного развития, несформированности социальной идентичности и особой активности в цифровой среде. Авторы проводят социально-философский анализ рисков социального манипулирования в молодёжной среде с акцентом на нормативные критерии разграничения допустимых коммуникативных практик и манипулятивного воздействия.

Цель исследования – выявить риски социального манипулирования в молодёжной среде, определить уровни и критерии допустимого социального манипулирования.

Материалы и методы. Один из основных методов – понятийная реконструкция (уточнение терминов «манипуляция», «сознание», «автономия» сравнительно-нормативный анализ (Хабермас, Зубофф), критический анализ. Ракурс исследования опирается на теорию коммуникативного действия Ю. Хабермаса и концепцию «надзорного капитализма» Ш. Зубофф, что позволяет показать структурный характер манипулятивных механизмов в цифровой среде. Авторами использован комплекс источников, представленных нормативно-правовыми актами, научными статьями по предложенной проблематике, статистическими и справочными материалами.

Результаты. Определены уровни и критерии допустимого социального манипулирования. Сформулированы нормативные границы допустимого воздействия,

применимые в образовательной и молодёжной политике. Проведен междисциплинарный анализ подходов различных профессиональных сообществ (философского (И. Кант, Д. Хабермас, М. Фуко), психологического (А.Н. Леоньев, Э.Б. Маннулина), политологического (А. Бандура, А.В. Кондрашкин, К.Д. Хломов, М.А. Крупенко) и юридического (А.В. Нечкин, М.А. Истомина, Т.А. Поляков) к оценке манипулятивного воздействия на молодёжь, выявлены их различия и общие черты. Оценки манипулятивного воздействия на молодёжь представителями различных профессиональных сообществ сходятся в ключевых этических и социальных принципах: защита автономии личности, прозрачность влияния, недопустимость эксплуатации уязвимости. Отмечено, что философский анализ манипуляции более фундаментален, поскольку затрагивает саму природу истины, власти, свободы и ответственности. Разработан и апробирован чек-лист, который можно использовать для оценки воздействия на молодежь различного контента. Сделан вывод, что нормативные рамки манипулятивного воздействия требуют адаптации к новым реалиям. Существующее законодательство не успевает за технологиями манипуляции. Результаты значимы для социальной философии, педагогики и проектирования этических норм цифровой среды.

Ключевые слова: социальное манипулирование; молодёжная среда; риски; нормативный анализ; автономия субъекта; коммуникативное действие; надзорный капитализм; границы допустимого

Для цитирования. Кемалова, Л. И., & Никонорова, М. А. (2026). Риски социального манипулирования в молодежной среде. *Russian Social and Humanitarian Studies / Российские социогуманитарные исследования*, *18*(3), 101-123. https://doi.org/10.12731/3033-5981-2026-18-3-579

The risks of social manipulation in the youth milieu

L.I. Kemalova, M.A. Nikonorova
Kerch State Marine Technology University, Kerch, Russian Federation

Abstract

Background. Digital technologies are becoming an integral part of life, influencing all spheres. Despite the obvious advantages of this process, it is important to consider the risks of social manipulation, which, thanks to digital technologies, is becoming algorithmic, personalized, and latent. Young people are becoming a key target group due to their transitional status, incomplete cognitive development, immature social identity, and particular activity in the digital environment. The authors conduct a socio-philosophical analysis of the risks of social manipulation among young people, focusing on normative criteria for distinguishing acceptable communicative practices from manipulative influence.

Purpose. The aim of the article is to identify the risks of social manipulation among young people and determine the levels and criteria of acceptable social manipulation.

Materials and methods. One of the main methods is conceptual reconstruction (clarification of the terms "manipulation", "consciousness", "autonomy"), comparative normative analysis (Habermas, Zuboff), critical analysis. The research perspective is based on the theory of communicative action of J. Habermas and the concept of "surveillance capitalism" by S. Zuboff, which allows us to demonstrate the structural nature of manipulative mechanisms in the digital environment. The authors used a set of sources represented by regulatory legal acts, scientific articles on the proposed problematic, statistical and reference materials.

Results. The levels and criteria of permissible social manipulation are determined. Normative boundaries of permissible influence applicable in educational and youth policy are formulated. An interdisciplinary analysis of the approaches of various professional communities (philosophical (I. Kant, D. Habermas, M. Foucault), psychological (A.N. Leonev, E.B. Mannulina), political science (A. Bandura, A.V. Kondrashkin, K.D. Khlomov, M.A. Krupenko) and legal (A.V. Nechkin, M.A. Istomina, T.A. Polyakov) approaches to assessing manipulative influence on young people are explored, revealing their differences and commonalities. Assessments of manipulative influence on young people by representatives of various professional communities converge on key ethical and social principles: protecting individual autonomy, transparency of influence, and the inadmissibility of exploiting vulnerability. It is noted that a philosophical analysis of manipulation is more fundamental, as it touches on the very nature of truth, power, freedom, and responsibility. A checklist has been developed and tested for assessing the impact of various content on young people. It is concluded that the regulatory framework for manipulative influence requires adaptation to new realities. Existing legislation has not kept pace with manipulation technologies. The results are significant for social philosophy, pedagogy, and the design of ethical norms for the digital environment.

Keywords: social manipulation; youth milieu; risks; normative analysis; subject autonomy; communicative action; boundaries of the permissible

For citation. Kemalova, L. I., & Nikonorova, M. A. (2026). The risks of social manipulation in the youth milieu. *Russian Social and Humanitarian Studies*, *18*(3), 101-123. https://doi.org/10.12731/3033-5981-2026-18-3-579

Введение

Одним из феноменов современной цифровой эпохи является социальное манипулирование, которое проявляется не только в словесном убеждении и пропаганде, но и в групповом и личностном давлении. Одной из целей такого манипулирования является

закрепление стереотипных мыслительных паттернов, стремление к властному воздействию на сознание и поведение людей. В этом контексте ключевая группа риска - молодежь, находящаяся на этапе формирования социальной идентичности, ценностных ориентиров и когнитивных способностей. В то же время она является наиболее активной группой пользователей цифровых технологий и платформ. Сочетание этих факторов делает молодежь наиболее уязвимой для социального манипулирования, выступающей, с одной стороны, самым активным участником цифровой среды, с другой – она самая уязвимая мишень для разного рода манипуляций.

Таким образом, актуальность заявленной темы определяется возникающими рисками (особенно для молодежной среды) социального манипулирования в условиях распространения радикальных идеологий, необходимостью нормативного осмысления этих рисков и определения границ допустимого.

Феномен социального манипулирования существует на протяжении всей истории человечества, поскольку властные отношения всегда опирались на формирование чужого сознания, эмоций, поведения. Однако именно в эпоху цифровизации данный феномен приобрел особую значимость: благодаря новым технологиям появилась возможность оказывать персонализированное воздействие через механизмы нейросетей, регулировать когнитивные функции и закреплять стереотипные мыслительные паттерны. В результате этих процессов социальное манипулирование превращается в системную форму властного воздействия.

Как было отмечено выше, наиболее привлекательной и при этом особой зоной риска для социального манипулирования становится молодежная среда. Это очевидно, поскольку молодые люди, в силу возрастных социально-психологически особенностей, находятся на этапе формирования и развития не только своих когнитивных способностей, но и ценностных ориентиров, социальной идентичности, а значит их мировоззренческие установки неустойчивы, подвержены колебаниям. Так как самой активной группой цифровой экосистемы является молодежь, огромное влияние, в

том числе негативное, на их мировоззрение оказывает не только социальное окружение, но и социальные сети, интернет. И в этих условиях именно молодежь выступает самой уязвимой мишенью для деструктивных сил.

Проблема социального манипулирования в современной научной литературе изучалась с различных сторон в философии, социологии, психологии. Одни авторы анализировали риски влияния рекомендательных алгоритмов на формирование ценностей молодёжи, другие раскрывали аддиктивные технологии цифровых платформ как «биовласть» над уязвимыми группами, третьи рассматривали типологию информационного манипулирования в контексте уголовно-правовой ответственности. Среди авторов, изучающих вопросы деструктивного влияния социальных сетей на молодежь, можно отметить И.А. Авдееву [2], И.Д. Дириева [6], А.В. Кондрашкина, Хломова К.Д. [9], М.А. Крупенко [10], Нечкина А.В [13] и др. Интерес к данной проблеме обусловлен тем, что социальные сети признаны полноправным источником информации для молодежи, но практически нет исследований феномена социального манипулирования в среде молодежи с точки зрения изучения механизмов воздействия, нормативного осмысления и границ допустимости такого манипулирования. В данном исследовании осуществляется попытка проанализировать цепочку «социальные риски – нормативный анализ – определение границ допустимого».

Материалы и методы

Для комплексного анализа рисков социального манипулирования в молодёжной среде использованы многоуровневые источники, охватывающие юридические, психологические, философские, социологические и медиа-аспекты. Материалы подобраны с учётом междисциплинарного характера темы и включают: нормативно-правовые акты [1] (Конституция Российской Федерации (ст. 29 – свобода мысли и слова, ст. 38 – защита детства), Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных», Федеральный закон № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»,

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ): ст. 5.26 (реклама), ст. 13.15 (информационная безопасность), ст. 20.29 (пропаганда), Уголовный кодекс РФ: ст. 150, 151 (вовлечение несовершеннолетних в преступления), ст. 242.2 (пропаганда суицида), Федеральный закон № 4485-1 «О средствах массовой информации» и др.); научные и теоретические источники (труды отечественных и зарубежных психологов, философов, политологов: А.Н. Леонтьев [11], С.И. Кант (автономия разума) [8], М. Фуко [17], А. Бандура [20], Ю. Хабермас (коммуникативная этика) [16], М. Фуко (власть и дисциплина) [17]); исследования в области медиаграмотности (А.В. Виловатых [3], Р.В. Даутова [4], И.П. Дзялошинский [5]); кейсы из практики; цифровые и медиа материалы [18].

Для анализа рисков социального манипулирования и выявления границ допустимого влияния применены следующие методы: нормативно-правовой анализ (выявление пробелов и противоречий в правовом регулировании цифрового пространства, оценка применимости норм к новым форматам воздействия (мемы, сторис, алгоритмы); контент-анализ: выявление приёмов манипуляции: эмоциональное давление, ложные дихотомии, визуальные триггеры; кейс-стади (анализ конкретных ситуаций); междисциплинарный синтез: интеграция подходов из права, психологии, философии, политологии и социологии; формирование единой модели оценки допустимости влияния, основанной на определенных критериях.

Результаты и обсуждение

Под социальным манипулированием в данной статье понимается скрытое управление установками и поведением субъекта с целью контроля его психического состояния, установок и настроений для обеспечения определенных поведенческих реакций. Манипуляторы не заботятся о внутреннем мире манипулируемых, об их чувствах, поскольку действуют по принципу «цель оправдывает средства». Поэтому особое внимание мы уделили нормативным критериям, так называемым границам допустимого, которые позволят отличать

разрешенные (безвредные, допустимые) практики от манипуляции. К допустимым практикам мы относим вовлечение, персонализацию, удобную навигацию.

Будучи неотъемлемой частью жизни молодежи, социальные сети представляют собой гигантский контент от разного рода развлекательных материалов до серьезных политико-правовых и социальных проблем. Это огромный массив информации, представляющий собой коктейль из правды, полуправды, лжи, нужной и бесполезной информации, из которого молодым людям, в силу несформированности мировоззрения, установок и особенностей развития психики, достаточно сложно выделить зерно истины и понять какие именно методы манипуляции использованы автором информации и с какой конкретной целью. Основная задача этого контента – оказать влияние на мировоззрение молодежи, ее убеждения, установки, поведение. Искаженная, ложная информация, в свою очередь, формирует неверные убеждения и установки у молодых людей. Социальные сети используют алгоритмы, которые по запросам пользователей отслеживают пользовательские предпочтения и таким образом предлагают контент, привлекающий внимание. Несомненно, молодежь не является пассивным объектом манипуляции, но ее когнитивная автономия действительно постепенно размывается в процессе непрерывной алгоритмической «подпитки». Под автономией понимается возможность самоуправления, способности человека или группы самостоятельно определять свои цели, принципы и действия, не будучи полностью подчинёнными внешним, не зависящим от них силам (желаниям, авторитетам, манипуляциям)

Для анализа феномена социального манипулирования необходимо рассмотреть две теории – теорию коммуникативного действия Ю. Хабермаса [16] и теорию надзорного капитализма Ш. Зубофф [25]. Хабермас задает нормативный идеал работы коммуникации и считает манипуляцию принципиальной патологией, так как она нарушает базовые правила языковой игры (истинность, правдивость), в том числе через искажение языка (ложь, демагогия). А Зубофф описывает работу системной патологии и считает манипуляцию

базовым операционным механизмом системы, которая происходит через контроль инфраструктуры языка – то есть пользователь получает не искаженное сообщение, а персонализированную реальность, сконструированную алгоритмом. Исходя из сравнительного анализа, граница допустимого социального манипулирования должна определяться по двум критериям: 1) критерий Хабермаса: нарушена ли способность субъекта сказать: «Нет»? Если доступ к альтернативным точкам зрения заблокирован (информационный пузырь) – то это переход границы. 2) критерий Зубоффа: извлекается ли поведенческий излишек без сознательного, информированного и добровольного согласия? Модифицируется ли поведение скрытым образом, без ведома субъекта, ради выгоды другой стороны? Если да, то это – переход границы.

Социальное манипулирование молодежью реализуется на трех взаимосвязанных уровнях: когнитивном, эмоциональном, поведенческом. Влияние социальных сетей на когнитивные функции с использованием психологических уловок, вызывающих у пользователей привыкание, исследовали в свое время ученые Чип Хиз и Дэн Хиз [23]. Они выявили шесть признаков «залипательного» контента: 1) простота (короткий ролик, понятный для аудитории); 2) непредсказуемость (например, новый взгляд на ситуацию); 3) конкретизация (чтобы легче было выстраивать ассоциации); 4) эмоциональность (контент должен вызывать какие-то чувства и эмоции – страх, радость, грусть и т.п.); 5) правдоподобность; 6) сторителлинг (повествование в формате истории/сториз. Социальные сети в зависимости от интересов пользователя выстраивают логические цепочки, чтобы создать персонализированную выдачу контента, что способствует созданию информационных пузырей. Например, если пользователь делает акцент на депрессивных материалах, то его затянет в воронку именно такого контента. Возможность создавать фейковые аккаунты, анонимные страницы в соцсетях порождает ощущение безнаказанности и свободы писать и публиковать все, что не поощряется взрослыми или коллегами. Это оказывает пагубное воздействие на мировоззрение и сознание молодых людей,

порождая псевдоценности и псевдонормы, которые идут вразрез с общепринятыми в обществе. Под сознанием мы понимаем состояние психической жизни организма, выражающееся в субъективном переживании событий внешнего мира и собственной жизни, а также в отчёте об этих событиях и ответной реакции на них. Поэтому крайне важно учить молодых людей преодолевать и защищаться от негативного влияния социальных сетей.

Еще одна проблема в условиях цифрового общества - утечка личной информации пользователя, которой могут воспользоваться различные деструктивные силы. Для этого необходимо наличие информационной грамотности, которая позволит пользователю внимательно изучать информацию о приложениях, не доверять подозрительным источникам, не делиться личными данными в соцсетях. В связи с этим, как утверждает Р.В. Даутова: «…научному и педагогическому сообществам необходимо разработать как можно больше методик по медиаобразованию и правильной самореализации подросткового контингента в цифровой среде» [4]. Добавим, - не только подросткового, но и всех без исключения групп молодежи. Так называемый информационный пузырь опасен для молодежи тем, что он атрофирует способность к критическому мышлению, к рефлексии, самостоятельному суждению, если молодой человек длительно пребывает в гомогенной информационной среде.

На эмоциональном уровне процесс манипуляции осуществляется с помощью эмоционально окрашенного контента, поскольку молодые люди находятся в процессе эмоционального развития и становления социальной идентичности и особо к нему восприимчивы. Клиповое восприятие и постоянный информационный шум создают идеальные условия для манипуляций: с помощью ярких заголовков, красочных картинок молодые люди вовлекаются в разного рода группы, в том числе и деструктивной направленности. Манипуляция эмоциями может привести к ценностной дезориентации, к снижению уровня рационального восприятия действительности.

Конечная цель социального манипулирования – контроль над поведением человека. Цифровые платформы с помощью различных

механизмов стремятся к формированию поведенческих паттернов пользователей, зачастую деструктивных. В последнее время активизировались так называемые вербовщики, которые с помощью психологического воздействия, используя угрозы и шантаж, все чаще вовлекают в свои сети молодых людей, манипулируя их сознанием и поведением. Опираясь на три уровня воздействия (когнитивный, эмоциональный и поведенческий) можно выделить типологию критериев риска социального манипулирования молодежью. Так, например, критерии когнитивного риска фиксируют, насколько среда мешает человеку составить адекватное представление о мире. К такого рода критериям относятся:

1) информационная гомогенизация (когда пользователь получает контент только одного типа в течение нескольких дней);

2) алгоритмическая непрозрачность (когда невозможно объяснить, почему показан этот контент);

3) доля контента, маркированного как факт, но не имеющего верифицируемого источника.

Критерии эмоционального риска фиксируют, насколько среда эксплуатирует уязвимости психики (тревогу, гнев, страх, радость, чувство безысходности). Среди этих критериев: *сила негативного эффекта* – высота уровня негативных эмоций (ужас, отвращение); *персонализованная направленность угрозы* – насколько затронуты личные чувства и эмоции (связано с личными ощущениями в прошлом); *эмоциональные перепады* – каковы промежутки между полярно противоположным контентом, что ведет к дезорганизации психики личности.

Влияние манипуляции на психику человека в своих исследованиях описывал М. О'Райли [24]. Основываясь на его анализе, можно сделать вывод, что критерии поведенческого риска характеризуют уровень изменения поведенческих реакций личности при использовании определенного контента. К ним относят: 1) наличие «dark patterns» (интерфейс намеренно вводит пользователя в заблуждение и подталкивает к действиям, не выгодным человеку, но полезным владельцу контента); 2) временные пуш-уведомления

(сообщение появляется и исчезает по таймеру, но его содержание не несет долгосрочной пользы: если вы не откроете это сообщение, то оно исчезнет через определенное время); 3) шаблонирование действий (пользователь действует по шаблону без рефлексии, по определенному алгоритму, не задаваясь вопросом насколько ему это нужно).

Все перечисленные выше критерии можно отнести к объективным, относящимся к контенту или платформе. Но есть еще и субъективные критерии, которые определяют степень уязвимости пользователя: критическая рефлексия, социальная изоляция, цифровая грамотность и др.

В научной литературе выделяются разные методы и виды манипуляции. Так, например, И.А. Дзялошинский [5] называет такие методы манипуляции, как: психотехнологии (контрасты, высмеивание, заголовки, которые пугают); контроль над информацией (разоблачение «секретной информации», использование слухов); ориентация на ценности и эмоции; апелляция к социальному контролю (пропаганда, известные люди, создание принуждающего эффекта); рациональные аргументы (утвердительные заявления и псевдообъяснения); применение методов защиты от манипуляции (отрицание, проекция, вытеснение и идентификация). Как отмечает М.А. Крупенко [10], при манипулировании используется два основных направления: 1) коммерческое (финансово-экономическое) с целью привлечения людей к использованию платных сервисов и убеждения покупки товаров через социальные сети; 2) социальное, связанное с проведением социальных рекламных кампаний, благотворительностью. От развития у личности уверенности и самооценки зависит степень ее подверженности манипулятивным технологиям.

Еще одна проблема в оценке контента на манипулятивность – определение границы между социальным манипулированием и легитимными формами убеждения, образования, воспитания. Где заканчивается воспитание, обучение и начинается манипулирование? С этической точки зрения ключевым критерием такого различия является уважение к личным границам, к свободе и автономии

другого. Легитимные формы убеждения опираются на рациональные аргументы, уважение свободы выбора. Манипуляции же опираются на когнитивные предубеждения, эмоциональные слабости для достижения цели. Результатом такого рода манипулятивных воздействий являются молодежные бунты, сексуальные, субкультурные, цветные и иные революции.

Как замечено выше, определение нормативных границ социального манипулирования остается нерешенной проблемой. Нормативные границы – это комплекс критериев (правовых, этических, социальных), которые проводят грань между допустимыми пределами скрытого влияния на личность вовремя потребления ею определенного контента и нарушением закона. Это важный момент и для юриспруденции, и пользователей, и владельцев контента. Ведь если будут очерчены эти нормативные рамки, то уже становится понятно, что нарушение этих законодательных норм произошло сознательно и далее должны следовать санкции. Приведем пример: распространение заведомо ложной (фейковой) информации, создающей угрозу общественной безопасности, подпадает под правовые запреты и карается законом (Ст. 207.1 УК РФ) [1], но скрытое влияние на мнение участников чата не является наказуемым, если не используются запрещенные приемы (обман, шантаж и т.п.). Мы утверждаем, что на сегодняшний момент определить, где именно пролегает грань между допустимым социальным влиянием и манипуляцией практически невозможно, хотя проблема требует незамедлительного решения. Именно на это указывает в своих исследованиях Э.Б. Манулина [12].

Если с нарушением законодательных норм все понятно, то с этической стороной проблемы не все так просто. Границы могут сдвигаться в силу многих факторов, например: культурные, этнические различия. Манипуляция в не деструктивных сообществах может нарушить границы личного пространства, а это – нарушение этических норм и принципов. В деструктивных сообществах и организациях (в том числе и религиозных) влияние на сознание, поведение личности основано на страхе, эмоциональном стрессе, ненависти,

состоянии посттравматического стресса, а это и есть прямая манипуляция. Как видим, одни и те же действия в зависимости от социальной среды могут восприниматься и как норма, и как ее нарушение. Чтобы оградить человека от манипулятивного воздействия как в интернет-пространстве, так и в непосредственном социальном общении, различными профессиональными сообществами разрабатываются этические кодексы [1], в которых прописаны основы разумной автономии личности (неразглашение конфиденциальной информации, невмешательство в личную жизнь и др.).

С целью предотвращения манипуляции в социальных сетях предпринимаются различные противодействующие стратегии:

1. Повышение медиаграмотности и развитие критического мышления (О.В. Савина указывает на большую роль обучения распознаванию приемов, проверки фактов, анализа паттернов и развитию рефлексии (задавать себе вопросы «не принимаю ли я эмоциональное решение, почему я доверяю этой информации?» [15]);

2. Технические и платформенные решения – настройки приватности, системы обратной связи, возможность замедления контента или периоды «охлаждения» (дать время на обдумывания решения);

3. Правовые и регуляторные меры: владельцы соцсетей обязаны мониторить контент и удалять материалы, которые нарушают закон (экстремизм, призывы к насилию, распространение запрещённой информации), регулирование вопросов, связанных с защитой персональных данных, ответственностью за распространение ложной информации. Как указывают Т.А. Полякова, А.В. Минбалеев [14] - важно создать универсальные нормы, которые бы охватывали социальное манипулирование в целом, а не только отдельные его проявления. Ведь достаточно сложно доказать, что молодой человек подвергся манипулятивному воздействию, которое изменило его сознание, повлияло на его эмоциональный фон и поведение.

4. Организационные и общественные инициативы – взаимодействие платформ, госорганов, образовательных учреждений и НКО, общественный мониторинг. Особое место занимает просвещение молодежи: создание массовых просветительских программ и про-

ектов, которые формируют культуру ответственного потребления информации, обучение навыкам критического мышления, самоконтроля, умению анализировать полученную информацию.

5. Личная цифровая гигиена – формирование не только знаний, но и практических навыков, снижающих риски попадания под воздействия манипуляторов (не публиковать о себе и близких много личной информации, отключать геолокацию в публикациях, регулярно менять пароли, проверять и при необходимости отзывать разрешения в приложениях, блокировать подозрительных пользователей и проводить «чистку» списка друзей в аккаунтах, не переходить по неизвестным ссылкам и приглашениям).

Часто возникает, так называемый конфликт границ. Это когда манипулятивное воздействие на личность не попадает под применение законодательных санкций, но обществом осуждается и считается аморальным. Этические принципы базируются на уважении автономии личности, честности, прозрачности коммуникации. Например, закон не запрещает использовать сенсационные названия статей типа «Вы даже не представляете, что произошло…» или «Если у Вас слабые нервы – лучше не смотрите…». Почти всегда содержание статьи не соответствует такому привлекательному и яркому заголовку. С этической точки зрения – это манипуляция, так как информация эта не соответствует действительности (фейковая), а дается с целью привлечения внимания как можно большего числа читателей. Но с правовой точки зрения к авторам такой информации нельзя применить санкционные законодательные нормы.

Сложность ситуации еще в том, что, как указывает К. Давис [22], манипулирование может нести не только негативную, но и позитивную нагрузку. Например, формирование мнения о необходимости здорового образа жизни, о политике, образовании может улучшить отношение молодых людей к этим сферам общественной жизни, помочь им при принятии важных решений.

Междисциплинарный анализ подходов к оценке манипулятивного влияния на личность свидетельствует, что сходство заключается в ключевых этических и социальных принципах: защита автономии

личности, прозрачность влияния, недопустимость эксплуатации уязвимости. Стоит отметить, что философский анализ манипуляции глубже и фундаментальнее: он затрагивает саму природу истины, власти, свободы и ответственности.

На основе междисциплинарного анализа мы разработали чек-лист, который можно использовать для оценки характеристики воздействия (манипулятивное или нет) на молодежь различного контента (рекламы, политических и пропагандистских роликов, кампаний в мессенджерах, контента в соцсетях, а также образовательных программ). Чек-лист состоит из 7 вопросов, на которые надо дать ответ «да», «частично» или «нет». Если при оценке контента 4 и более ответов «да», то контент с высокой долей вероятности можно оценить, как манипулятивный. Если большинство ответов «частично», то необходим более глубокий анализ контента.

Вопросы чек-листа:

1. Нарушается ли законодательство? Есть ли признаки запрещенной пропаганды экстремизма, наркотиков, дискриминации, суицида, нарушен ли запрет на распространение персональных данных, отсутствует ли ограничение возрастных рамок (при необходимости) и др. Если «да», то можно говорить о наличии признака юридической неправомерности.

2. Есть ли признаки лишения человека возможности осознанного выбора? Присутствуют ли элементы эмоционального давления, внушения, фейковой или непроверенной информации, есть ли альтернативное мнение и т.д. Если присутствуют характеристики влияния на подсознание личности – это признак манипуляции.

3. Учитываются ли возрастные психологические и социальные особенности молодежи (не сформированная идентичность, потребность в признании и одобрении, низкий уровень медиаграмотности и т.п.)? Есть ли признаки группового давления?

4. Прозрачность контента. Известен ли его автор, спонсоры, юридический адрес, есть ли обратная связь, скрытая реклама, боты, как используется информация из других источников (маркировка) и т.п. Отсутствие прозрачности – манипуляция.

5. Насколько воздействие системно и масштабно? Это единичный вброс или система роликов, статей, похожих или идентичных комментариев и т.п. Есть ли признак контроля и координации. Если есть признак системности – манипуляция.

6. Учитываются ли особенности мышления и психологические особенности молодежи? Формируется ли у молодого человека слепая вера авторитету, понимание того, что если ты думаешь иначе чем мы, то ты неправильный и так себя вести опасно? Если да – это признак деструктивного манипулирования.

7. Каковы последствия такого воздействия для личности и общества в целом? Что личность ощущает – апатию, чувство беззащитности в обществе, одиночество, отверженность, утрату доверия к институтам власти, побуждение к девиантному поведению и т.п. Если нет позитивного подкрепления – манипуляция.

Нами проведена апробация описанного выше чек-листа. Студенты 1-го курса анализировали ролик из социальной сети ВК: «обычный парень», лет 19-ти рассказывает, как «несправедливо поступили при регистрации на очередные выборы с одной из политических партий» и призывает к бойкоту выборов и выходу на протесты.

Используя чек-лист, студенты сделали вывод:

1. Нарушается закон – призыв к бойкоту выборов.

2. Присутствуют элементы эмоционального давления – эмоциональный накал, отсутствие аргументов и рациональных доводов.

3. Автор ролика учитывает несформированность аналитического мышления молодежи, обостренное чувство несправедливости.

4. Источник не прозрачен, т.к. неясно, кто автор ролика.

5. Просмотров у данного ролика десятки тысяч, он «засветился» и на других интернет-ресурсах.

6. Делается упор на борьбе автора и его сторонников с общей коррумпированностью.

7. После просмотра ролика возможна радикализация девиаций, рост недоверия к институтам власти. Общий вывод - данный ролик манипулятивный.

М.М. Абазалаева [19] и Е.Д. Боярская [21] указывают на то, что для защиты молодежи от негативного влияния различных деструк-

тивных контентов, от возможности манипулирования их сознанием и поведением, необходимо разработать комплексную методику, учитывающую вышеописанные противодействующие стратегии. Для эффективной борьбы с манипуляцией сознанием и поведением нужно сотрудничество органов власти, специалистов в области психологии, социологии, представителей социальных платформ.

Заключение

1. Современная молодёжная среда – особая социальная сфера, характеризующаяся уязвимостью к манипулятивному воздействию в силу несформированности критического мышления, идентичности, стремления к социальному одобрению, автономности, психологических особенностей возраста, формирующейся идентичности, а также повышенной вовлечённости в цифровые коммуникации.

2. Социальное манипулирование в молодёжной среде – это комплексная социальная проблема, которую изучают философы, психологи, политологи, юристы. Многие методы манипуляции попадают под действие правовых норм (экстремизм, терроризм, вовлечение в противоправную деятельность), но есть различные формы влияния, наносящие вред молодежи, не регулируемые законодательством.

3. Социальное манипулирование молодежью реализуется на трех взаимосвязанных уровнях: когнитивном, эмоциональном, поведенческом. Конечная цель социального манипулирования – контроль над поведением человека.

4. Исходя из сравнительного анализа, граница допустимого социального манипулирования должна определяться по двум критериям: 1) критерий Хабермаса: нарушена ли способность субъекта сказать: «Нет»? Если доступ к альтернативным точкам зрения заблокирован (информационный пузырь) – то это переход границы. 2) критерий Зубоффа: извлекается ли поведенческий излишек без сознательного, информированного и добровольного согласия, модифицируется ли поведение скрытым образом, без ведома субъекта, ради выгоды другой стороны? Если да, то это – переход границы. Граница между допустимым влиянием и прямой манипуляцией размыта, поскольку

регулируется объективными и субъективными факторами, среди которых особое место занимают этнические, религиозные характеристики общества. Допустимое воздействие должно основываться на уважении автономии личности. Недопустимое базируется на искажении информации, создании иллюзии выбора при его отсутствии, навязывании нарративов, эксплуатации уязвимостей. Основной критерий, позволяющий разделить допустимое влияние и манипуляцию – прозрачность цели и метода воздействия.

5. Так как основным потребителем интернет-контента является молодежь, то цифровая среда повышает риски манипулирования. При этом молодым людям сложно понять, что они стали объектом скрытого поведенческого инжиниринга. Цифровая среда с ее алгоритмами персонализации, таргетированной рекламой, непрозрачностью контента, отсутствием или несвоевременностью модерации, фейковыми сообществами формирует триггеры у молодых людей. Особую опасность представляют манипуляции, маскирующиеся под поддержку.

6. Ключевыми элементами профилактики являются: повышение медиа грамотности и формирование навыков цифровой гигиены, реализация принципа приватности, системы обратной связи, создание универсальных норм, охватывающих социальное манипулирование в целом, а не отдельные его формы, формирование устойчивой идентичности и критического мышления. Только сочетание правовой строгости, этической ответственности и просветительской работы способно защитить молодежь от различных манипулятивных воздействий.

Список литературы

1. Собрание законодательства Российской Федерации. (1991–2006). *Конституция РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях, Уголовный кодекс РФ, Федеральные законы № 114-ФЗ, № 152-ФЗ и № 4485-1, приказ Минтруда России от 31 декабря 2013 г. № 792*. URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 5 апреля 2026).
2. Авдеева, И. А. (2023). Цифровизация как предмет этической проблематизации. *Философия и общество*, (1). https://doi.org/10.30884/jfio/2023.01.07. EDN: https://elibrary.ru/TYVGYD

3. Виловатых, А. В. (2020). Манипулирование социальным поведением в условиях цифровой среды. *Дискурс-Пи*, (2), 149–164. https://doi.org/10.24411/1817-9568-2020-10210. EDN: https://elibrary.ru/ERYCRB
4. Даутова, Р. В., & Осипова, Р. В. (2022). Когнитивные ловушки социальных сетей как проблема медиаобразования подростков. *Международный научно-исследовательский журнал*, (5-4), 77–79. https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.119.5.118. EDN: https://elibrary.ru/MHPKZE
5. Дзялошинский, И. М. (2005). Манипулятивные технологии и масс-медиа. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, (1), 29–55. EDN: https://elibrary.ru/JXDHCP
6. Диреев, И. Д. (2025). Социальная инженерия в контексте информационной безопасности. *Международный научно-исследовательский журнал*, (3), 39. https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.153.121. EDN: https://elibrary.ru/APZMDR
7. Елишев, С. О. (2018). Сущность манипулятивного управления в молодежной среде и его разновидности. *Труд и социальные отношения*, *29*(4), 156–173. https://doi.org/10.20410/2073-7815-2018-29-4-156-173. EDN: https://elibrary.ru/XWBWMH
8. Кант, И. (2025). *Критика практического разума* (Н. М. Соколов, Пер.). Москва: Юрайт. 177 с. (Оригинальная работа опубликована в 1788). URL: https://urait.ru/bcode/567876 (дата обращения: 22.07.2026).
9. Кондрашкин, А. В., & Хломов, К. Д. (2012). Девиантное поведение подростков и Интернет: изменение социальной ситуации. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, *9*(3), 102–113. EDN: https://elibrary.ru/QYXALF
10. Крупенко, М. А. (2024). Социальное манипулирование российской молодежью в социальных сетях. *Гуманитарий Юга России*, *13*(2), 67–74. https://doi.org/10.18522/2227-8656.2024.2.6. EDN: https://elibrary.ru/AQRUNC
11. Леонтьев, А. Н. (2020). *Проблемы развития психики*. Москва: НПФ «Смысл». 527 с.
12. Миннуллина, Э. Б., Лутфуллина, Г. Ф., Иванов, Д. А., & Рукавишников, В. А. (2025). Проблемы формирования критического мышления студентов в условиях информационного общества. *Педагогика и просвещение*, (2), 124–137. https://doi.org/10.7256/2454-0676.2025.2.74743. EDN: https://elibrary.ru/ICRUCK
13. Нечкин, А. В., & Истомин, М. А. (2022). Теоретико-правовые основы борьбы с манипулированием массовым сознанием в сети «Интернет» на примере Российской Федерации. *Актуальные проблемы российского права*, *17*(1), 90–104. https://doi.org/10.17803/1994-1471.2022.134.1.090-104. EDN: https://elibrary.ru/KDPOVV
14. Полякова, Т. А., Минбалеев, А. В., & Троян, Н. А. (2023). Формирование культуры информационной безопасности граждан Российской Федерации в усло-

виях новых вызовов: публично-правовые проблемы. *Государство и право*, (5), 131–144. https://doi.org/10.31857/S102694520025209-0. EDN: https://elibrary.ru/JUISEQ

15. Савина, О. В. (2025). Медиаграмотность как фактор противодействия дезинформации и пропаганде в цифровой среде. *Постсоветский материк*, *1*(45), 64–76. https://doi.org/10.48137/23116412_2025_1_64. EDN: https://elibrary.ru/BLGFEA
16. Хабермас, Ю. (2022). *Теория коммуникативной деятельности: Том 1. Рациональность действия и социальная рационализация; Том 2. К критике функционалистского разума* (А. К. Судаков, Пер.). Москва: Издательство «Весь Мир». 880 с. (Оригинальная работа опубликована в 1981).
17. Фуко, М. (2026). *Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы* (Н. С. Автономова, Пер.). Москва: Ад Маргинем Пресс. 368 с. (Оригинальная работа опубликована в 1975).
18. ЦИСМ. (2026). *Актуальные сетевые угрозы в молодежной среде*. URL: https://cism-ms.ru/poleznye-materialy/aktualnye-setevye-ugrozy-v-molodezhnoy-srede (дата обращения: 20.06.2026).
19. Abazalieva, M. M., & Pavlova, M. G. (2022). Mass media as a tool of socio-political manipulation. *Modern Science and Innovations*, (3), 199–205. https://doi.org/10.37493/2307-910X.2022.3.21. EDN: https://elibrary.ru/EOXBTK
20. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 247 p.
21. Boyarskaya, E. L., & Barkhatova, E. I. (2023). Slippery slope: From persuasion to manipulation. *International Research Journal*, (12). https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.138.65. EDN: https://elibrary.ru/AGXEYY
22. Davis, K., & Weinstein, E. (2017). Identity development in the digital age: An Eriksonian perspective. In M. F. Wright (Ed.), *Identity, sexuality, and relationships among emerging adults in the digital age* (pp. 1–17). Information Science Reference/IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1856-3.ch001
23. Heath, C., & Heath, D. (2007). *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. New York: Random House. URL: https://www.academia.edu/37024276/_Heath_2007_Made_to_Stick_Why_Some_Ideas_Survive_and_Others_Die
24. O'Reilly, M. (2020). Social media and adolescent mental health: The good, the bad and the ugly. *Journal of Mental Health*, *29*(2), 200–206. https://doi.org/10.1080/09638237.2020.1714007. EDN: https://elibrary.ru/RWHGUL
25. Zuboff, S. (2022). Surveillance capitalism or democracy? The death match of institutional orders and the politics of knowledge in our information civilization. *Organization Theory*, *3*(3). https://doi.org/10.1177/26317877221129290. EDN: https://elibrary.ru/BKUYSE

References

1. *Collection of Laws of the Russian Federation*. (1991–2006). Constitution of the Russian Federation, Code of Administrative Offenses of the Russian Federation, Criminal Code of the Russian Federation, Federal Laws No. 114-FZ, No. 152-FZ, and No. 4485-1, Order of the Ministry of Labor of Russia dated December 31, 2013 No. 792. Retrieved April 5, 2026, from https://www.consultant.ru
2. Avdeeva, I. A. (2023). Digitalization as a subject of ethical problematization. *Philosophy and Society*, *(1)*. https://doi.org/10.30884/jfio/2023.01.07. EDN: https://elibrary.ru/TYVGYD
3. Vilovatyy, A. V. (2020). Manipulation of social behavior in the digital environment. *Discourse-P*, *(2)*, 149–164. https://doi.org/10.24411/1817-9568-2020-10210. EDN: https://elibrary.ru/ERYCRB
4. Dautova, R. V., & Osipova, R. V. (2022). Cognitive traps of social networks as a problem of media education for adolescents. *International Research Journal*, *(5-4)*, 77–79. https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.119.5.118. EDN: https://elibrary.ru/MHPKZE
5. Dzyaloshinsky, I. M. (2005). Manipulative technologies and mass media. *Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, *(1)*, 29–55. EDN: https://elibrary.ru/JXDHCP
6. Direev, I. D. (2025). Social engineering in the context of information security. *International Research Journal*, *(3)*, 39. https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.153.121. EDN: https://elibrary.ru/APZMDR
7. Elishev, S. O. (2018). The essence of manipulative governance among young people and its varieties. *Labor and Social Relations*, *29*(4), 156–173. https://doi.org/10.20410/2073-7815-2018-29-4-156-173. EDN: https://elibrary.ru/XWBWMH
8. Kant, I. (2025). *Critique of practical reason* (N. M. Sokolov, Trans.). Moscow: Yurait. 177 p. (Original work published 1788). Retrieved July 22, 2026, from https://urait.ru/bcode/567876
9. Kondrashkin, A. V., & Khlov, K. D. (2012). Adolescent deviant behavior and the Internet: Changes in the social situation. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, *9*(3), 102–113. EDN: https://elibrary.ru/QYXALF
10. Krupenko, M. A. (2024). Social manipulation of Russian youth on social networks. *Humanitarian of the South of Russia*, *13*(2), 67–74. https://doi.org/10.18522/2227-8656.2024.2.6. EDN: https://elibrary.ru/AQRUNC
11. Leontiev, A. N. (2020). *Problems of the development of the mind*. Moscow: NPF «Smysl». 527 p.
12. Minnullina, E. B., Lutfullina, G. F., Ivanov, D. A., & Rukavishnikov, V. A. (2025). Problems of developing students' critical thinking in the information society. *Pedagogy and Education*, *(2)*, 124–137. https://doi.org/10.7256/2454-0676.2025.2.74743. EDN: https://elibrary.ru/ICRUCK

13. Nechkin, A. V., & Istomin, M. A. (2022). Theoretical and legal foundations of countering the manipulation of mass consciousness on the Internet: The case of the Russian Federation. *Actual Problems of Russian Law*, *17*(1), 90–104. https://doi.org/10.17803/1994-1471.2022.134.1.090-104. EDN: https://elibrary.ru/KDPOVV
14. Polyakova, T. A., Minbaleev, A. V., & Troyan, N. A. (2023). Fostering a culture of information security among citizens of the Russian Federation in the face of new challenges: Public law problems. *State and Law*, *(5)*, 131–144. https://doi.org/10.31857/S102694520025209-0. EDN: https://elibrary.ru/JUISEQ
15. Savina, O. V. (2025). Media literacy as a factor in countering disinformation and propaganda in the digital environment. *Post-Soviet Continent*, *1*(45), 64–76. https://doi.org/10.48137/23116412_2025_1_64. EDN: https://elibrary.ru/BLGFEA
16. Habermas, J. (2022). *The theory of communicative action: Vol. 1. Reason and the rationalization of society; Vol. 2. Lifeworld and system: A critique of functionalist reason* (A. K. Sudakov, Trans.). Moscow: Ves' Mir Publishing House. 880 p. (Original work published 1981).
17. Foucault, M. (2026). *Discipline and punish: The birth of the prison* (N. S. Avtonomova, Trans.). Moscow: Ad Marginem Press. 368 p. (Original work published 1975).
18. CISM. (2026). *Current online threats among young people*. Retrieved June 20, 2026, from https://cism-ms.ru/poleznye-materialy/aktualnye-setevye-ugrozy-v-molodezhnoy-srede
19. Abazalieva, M. M., & Pavlova, M. G. (2022). Mass media as a tool of socio-political manipulation. *Modern Science and Innovations*, *(3)*, 199–205. https://doi.org/10.37493/2307-910X.2022.3.21. EDN: https://elibrary.ru/EOXBTK
20. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 247 p.
21. Boyarskaya, E. L., & Barkhatova, E. I. (2023). Slippery slope: From persuasion to manipulation. *International Research Journal*, *(12)*. https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.138.65. EDN: https://elibrary.ru/AGXEYY
22. Davis, K., & Weinstein, E. (2017). Identity development in the digital age: An Eriksonian perspective. In M. F. Wright (Ed.), *Identity, sexuality, and relationships among emerging adults in the digital age* (pp. 1–17). Information Science Reference/IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1856-3.ch001
23. Heath, C., & Heath, D. (2007). *Made to stick: Why some ideas survive and others die*. New York: Random House. Retrieved from https://www.academia.edu/37024276/_Heath_2007_Made_to_Stick_Why_Some_Ideas_Survive_and_Others_Die
24. O'Reilly, M. (2020). Social media and adolescent mental health: The good, the bad and the ugly. *Journal of Mental Health*, *29*(2), 200–206. https://doi.org/10.1080/09638237.2020.1714007. EDN: https://elibrary.ru/RWHGUL

25. Zuboff, S. (2022). Surveillance capitalism or democracy? The death match of institutional orders and the politics of knowledge in our information civilization. *Organization Theory*, *3*(3). https://doi.org/10.1177/26317877221129290. EDN: https://elibrary.ru/BKUYSE

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Кемалова Лиля Исметовна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры экономики и гуманитарных дисциплин
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет»
ул. Орджоникижзе, 82, г. Керчь, 298309, Российская Федерация
kemalova@yandex.ru

Никонорова Марина Анатольевна, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры экономики и гуманитарных дисциплин
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет»
ул. Орджоникижзе, 82, г. Керчь, 298309, Российская Федерация
marianna_iv@rambler.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Lilia I. Kemalova, PhD in Philosophy, Associate Professor, Associate Professor in the Department of Economics and Humanities
Kerch State Marine Technology University
82, Ordzhonikizhe Str., Kerch, 298309, Russian Federation
kemalova@yandex.ru
SPIN-code: 7403-1573
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1339-9842

Marina A. Nikonorova, PhD in Psychology, Associate Professor, Associate Professor in the Department of Economics and Humanities
Kerch State Marine Technology University
82, Ordzhonikizhe Str., Kerch, 298309, Russian Federation
marianna_iv@rambler.ru
SPIN-code: 5277-3165
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2335-8238

Поступила 14.08.2026
После рецензирования 17.09.2026
Принята 20.09.2026

Received 14.08.2026
Revised 17.09.2026
Accepted 20.09.2026