

Цифровые технологии как средства манипулирования общественным сознанием в политической сфере

Научный руководитель – Осипова Надежда Геннадьевна

Багровский Владислав Евгеньевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: vladik-8@inbox.ru

Современные цифровые технологии кардинально изменили механизмы политической коммуникации, создав новые инструменты влияния на общественное сознание. Манипуляция в политической сфере представляет собой скрытое информационное воздействие, направленное на формирование желаемых установок, эмоций и поведения граждан, зачастую без их осознания [1]. В цифровую эпоху этот процесс приобрел сложные и тонкие формы, связанные с использованием алгоритмов персонализированного контента, анализа больших данных, микротаргетинга и автоматизированных систем распространения информации [4].

Цифровая среда предоставляет широкие возможности для незаметного управления вниманием аудитории. Одним из ключевых механизмов является алгоритмическая персонализация контента, при которой пользователи видят преимущественно информацию, совпадающую с их взглядами. Это формирует «информационные пузыри» и усиливает эффект эхо-камеры, приводя к политической поляризации и снижению способности к критическому восприятию альтернативных точек зрения [3].

Еще одной важной стратегией является использование больших данных и микротаргетинга. Анализ цифровых следов пользователей позволяет политикам адаптировать агитационные сообщения под конкретные психологические и социальные особенности аудитории. Это делает манипуляцию более точной и эффективной, но при этом малозаметной для самих граждан [5].

Распространение вирусного контента играет значительную роль в политической манипуляции. Эмоционально заряженные сообщения, такие как политические лозунги, скандальные разоблачения или дезинформация, распространяются в цифровой среде быстрее, чем нейтральные факты. Исследования показывают, что фейковые новости получают больший охват, чем достоверные, что делает их мощным инструментом влияния на общественное мнение [6].

Автоматизированные системы, включая ботов и алгоритмы, активно используются для создания видимости массовой поддержки или несогласия. Они могут искусственно повышать популярность определенных тем, дискредитировать оппонентов и формировать ложное ощущение общественного консенсуса [7].

Фрейминг и контроль повестки дня остаются важными методами манипуляции общественным сознанием, но в цифровую эпоху они во многом определяются алгоритмами социальных платформ. Это позволяет не только выделять определенные темы в качестве ключевых, но и формировать их интерпретацию в удобном для манипуляторов формате [8].

Широкое использование цифровых манипулятивных стратегий ведет к ряду негативных последствий. Усиление политической поляризации подрывает диалог в обществе и способствует росту социальной напряженности [2]. Дезинформация снижает доверие к официальным источникам информации, а избирательная подача контента формирует у

граждан ложное ощущение объективности их информационного окружения [6]. В результате создается эффект «ложного консенсуса», при котором люди убеждены, что их взгляды разделяет большинство, что делает их менее склонными к дискуссиям и компромиссам [8].

Таким образом, цифровые технологии оказывают значительное влияние на политические процессы, делая манипуляцию общественным сознанием более точной и скрытой. В условиях информационного общества особую роль приобретает развитие медиаграмотности, обеспечение прозрачности алгоритмов цифровых платформ и законодательное регулирование политической рекламы в интернете [9]. Только комплексный подход позволит снизить риски манипуляции и сохранить устойчивость демократических институтов.

Источники и литература

- 1) Лебон Г., Психология народов и масс // М.: АСТ, 2022. – 384 с.
- 2) Бернейс Э., Пропаганда // М.: АСТ, 2024. – 192 с.
- 3) Паризер Э., За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? // М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 304 с.
- 4) Kosinski M., Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior / M. Kosinski, D. Stillwell, T. Graepel // Proceedings of the National Academy of Sciences. – 2013. – Vol. 110. – № 15. – pp. 5802–5805.
- 5) McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass media // Public opinion quarterly. – Vol. 36. – №. 2. – 1972. – pp. 176–187.
- 6) Allcott H., Social media and fake news in the 2016 election / H. Allcott, M. Gentzkow // Journal of economic perspectives. – Vol. 31. – №. 2. – 2017. – pp. 211–236.
- 7) Woolley S. C., Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media // London: Oxford University Press, 2018. – 272 p.
- 8) Tufekci Z., Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest // USA: Yale University Press, 2017. – 326 p.
- 9) Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. Predicting political preferences from digital footprints // Proceedings of the IEEE. – Vol.102. – No.12. – 2014. – pp. 1934–1939