Технологии манипуляции общественным мнением

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Бакаева Анастасия Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: nastenkabakaeva05@gmail.com

В современном информационном обществе управление общественным мнением стало мощным инструментом влияния на социально-политические процессы. Стремительное развитие интернета и социальных сетей открыло поистине безграничные возможности для тех, кто хочет направлять общественное сознание в нужное русло. По данным ВЦИОМ, абсолютное большинство россиян убеждены, что в том, что недостоверную информацию в интернете/социальных сетях нужно блокировать (82%), что подчеркивает актуальность исследования данной темы.

Общественное мнение можно определить как совокупность взглядов, оценок и чувств, которыми обладает группа людей по определённым его аспектам, что делает его предметом значительного интереса для досужих социологов и политиков. В условиях когда социальные сети, новостные агрегаторы и другие медиа-платформы создают благоприятную среду для применения различных манипулятивных технологий, важно понимать, как работают эти механизмы влияния. Именно поэтому изучение современных технологий воздействия на общественное мнение становится насущной необходимостью для общества, позволяя защитить себя и своих близких от манипуляций и сохранить способность мыслить критически.

Степень разработанности темы:

Фундаментальные работы по изучению феномена общественного мнения и механизмов его формирования представлены в исследованиях Бахтуридзе З.З. «Общественное мнение: у истоках изучения феномена» и Пескова А.Е. и Клевиной Е.А. «Определение субъекта и объекта общественного мнения в российской научной традиции: основные подходы».

Для анализа современных технологий управления общественным мнением были рассмотрены работы Даниловой К.А. и Медведевой О.С. «Современные технологии управления общественным мнением», исследование Прокудиной А.В. «Методы манипулятивного воздействия на общественное сознание в условиях информационного общества». Методологические аспекты воздействия на общественное сознание раскрыты в работах Некрасова С.В. «К вопросу о методах воздействия на общественное сознание» и совместном исследовании Рубана Р.А., Киселевой С.А., Пискорской С.Ю. «Приемы формирования общественного мнения».

Современные тенденции влияния медиа на формирование общественного мнения рассмотрены в работах Остапова И.Д., Субботиной Т.Н. «Средства массовой информации как фактор формирования общественного сознания» и Хусанбаевой Д. «Влияние СМИ на формирование общественного мнения».

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в процессе воздействия на общественное мнение. Методы исследования: контент-анализ медиа-материалов, социально-психологический анализ, сравнительный анализ манипулятивных технологий, экспертные оценки, анализ научной литературы и информационных источников.

Предметом исследования являются технологии и механизмы управления и воздействия на общественное мнение в современном информационном пространстве.

Целью исследования является анализ технологий управления общественным мнением для выявления их механизмов воздействия.

В соответствии с целью выделяются следующие задачи:

1. Изучить теоретические подходы к определению понятия «управление общественным мнением» и раскрыть его сущность.
2. Рассмотреть классификацию современных технологий манипулятивного воздействия.
3. Исследовать эволюцию технологий управления в системе массовых коммуникаций.
4. Проанализировать актуальные тенденции в использовании технологий управления общественным мнением в современном обществе.
5. Определить роль и механизмы влияния средств массовой информации и социальных сетей на формирование общественного мнения.
6. Исследовать специфику использования информационных технологий как инструмента управления общественным сознанием.

Источники и литература

- 1) Баньковская Ю.Л. Информационные войны современного мира // Вестник Самарского Государственного Технического Университета. Серия «Философия». 2022. № 3. С. 75–80.
- 2) Бахтуридзе З.З. Общественное мнение: у истоков изучения феномена // Альманах современной науки и образования. – 2020. – № 2 (69). – С. 30-31.
- 3) Востриков И.В. Социальные сети как эффективный способ управления общественным мнением // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2022. – № 2 (71). – С. 132-138.
- 4) Данилова К.А. Современные технологии управления общественным мнением/ К.А. Данилова, О.С. Медведева // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2023. - №2 (87). - С. 113-117.
- 5) Дидаева Т.А. Потенциал социальных сетей в формировании общественного мнения // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2021. – Т. 6, № 3. – С. 48-57.
- 6) Емец И.А. Общественное мнение как объект манипулятивного воздействия массмедиа // Общество: философия, история, культура. - 2021. - №7. - С. 151-156.
- 7) Манипуляция общественным мнением // Академик. [Электронный ресурс] URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/93579#:~:text=Манипуля'ция%20обще'ственным%20мне'нием%20\(син.%20«манипуля'ция,нужд\(дата обращения: 13.01.2025\).](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/93579#:~:text=Манипуля'ция%20обще'ственным%20мне'нием%20(син.%20«манипуля'ция,нужд(дата обращения: 13.01.2025).)
- 8) Манипуляция общественным сознанием: теория и практика // КартаСлов. [Электронный ресурс] URL: https://kartaslov.ru/книги/Олег_Борисович_Иванов_Манипуляция_общественным_сознанием_теория_и_практика/2 (дата обращения: 16.01.2025).
- 9) Методы манипуляций общественным сознанием // В17. [Электронный ресурс] URL: <https://www.b17.ru/article/501757/> (дата обращения: 14.01.2025).
- 10) Некрасов С.В. К вопросу о методах воздействия на общественное сознание// Вестник НГУЭУ, 2020. № 4. С. 184-201.
- 11) Основные методы пропаганды как средства манипуляции общественным мнением // АПНИ. [Электронный ресурс] URL: <https://apni.ru/article/4392-osnovnie-metodi-propagandi-kak-sredstva-manip> (дата обращения: 14.01.2025).

- 12) Остапов И.Д. Средства массовой информации как фактор формирования общественного сознания/ И.Д. Остапов, Т.Н. Субботина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2022. - №5 (74). - С. 94-98.
- 13) Песков А.Е. Определение субъекта и объекта общественного мнения в российской научной традиции: основные подходы/ А.Е. Песков, Е.А. Кленина // Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2020. – № 1 (59). – С. 78-83.
- 14) Прокудина А.В. Методы манипулятивного воздействия на общественное сознание в условиях информационного общества// Архонт, 2024. № 3(42). С. 49-52.
- 15) Рубан Р.А. Приемы формирования общественного мнения/ Р.А. Рубан, С.А. Киселева, С.Ю. Пискорская // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. - 2022. - №3. - С. 844-847.
- 16) Саенко В.Н. Манипуляция сознанием в современных общественных практиках// Телескоп, 2021. № 2. С. 124-130
- 17) Федеральный закон "О связи" от 07.07.2003 № 126 // Официальный интернет-портал правовой информации. - 2024 г. - с изм. и допол. в ред. от 26.12.2024.
- 18) Федеральный закон "Об основах общественного контроля в Российской Федерации" от 21.07.2014 № 112 // Официальный интернет-портал правовой информации. - 2023 г. - с изм. и допол. в ред. от 25.12.2023.
- 19) Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" от 12.06.2002 № 67 // Официальный интернет-портал правовой информации. - 2024 г. - с изм. и допол. в ред. от 13.12.2024.
- 20) Хусанбаева Д. Влияние сми на формирование общественного мнения // Academic research in educational sciences. - 2024. - №20. - С. 733-738.