

Секция «Нейронные сети общения: как мозг формирует переговорную позицию»

Когнитивные исследования в пропаганде: влияния на восприятие

Научный руководитель – Зиновьева Елена Сергеевна

Стукалова Софья Александровна

Студент (магистр)

Московский государственный институт международных отношений, Факультет
международных отношений, Москва, Россия

E-mail: sofa1205@mail.ru

XXI век стал эпохой стремительного технологического прогресса, обусловленного интенсивным развитием научных исследований и прорывных инноваций. Каждый день в мире появляются новые разработки и ведутся исследования, которые так или иначе влияют на нашу повседневную жизнь. Развитие искусственного интеллекта, биотехнологий, квантовых вычислений и других передовых направлений науки оказывает значительное воздействие на экономику, общество и непосредственно на индивида.

Одним из методов воздействия на человека является пропаганда. Страны, корпорации и медиаактивисты активно используют когнитивные стратегии для управления общественным мнением, что делает изучение этих процессов особенно важным. Достижения когнитивной науки и нейропсихологии позволяют глубже понимать, как люди воспринимают и обрабатывают информацию. Это приводит к совершенствованию методов пропаганды, которые становятся всё более тонкими и эффективными.

Когнитивные исследования, изучающие процессы восприятия, мышления и принятия решений, играют важную роль в формировании эффективных пропагандистских стратегий. Современные технологии и достижения в области когнитивной науки позволяют создавать более целенаправленные методы воздействия на общественное мнение. Важным аспектом этого процесса является использование когнитивных искажений, эмоционального воздействия и нейропсихологических методов. Исследования показывают, что когнитивные искажения значительно повышают восприимчивость людей к манипулятивной информации.

Когнитивные искажения представляют собой систематические ошибки в мышлении, которые могут быть использованы для усиления пропагандистских сообщений. Одними из наиболее значимых когнитивных искажений, применяемых в пропаганде, являются:

- Эффект подтверждения (confirmation bias)
- Эффект якоря (anchoring bias)
- Групповое мышление (groupthink)

Все эти искажения работают с эмоциональным фоном человека, который играет ключевую роль в эффективности пропаганды. Исследования в области когнитивной науки подтверждают, что эмоционально заряженные сообщения запоминаются лучше и оказывают более сильное влияние на поведение человека. Использование страха, гнева, сочувствия и патриотических чувств позволяет пропаганде достигать своей цели быстрее и эффективнее.

В настоящее время когнитивные исследования включают в себя изучение работы мозга с помощью нейровизуализации, что даёт новые инструменты для оценки реакции людей на пропагандистские материалы. Такие методы, как функциональная магнитно-резонансная томография (fMRI) и электроэнцефалография (EEG), позволяют выявить, какие области мозга активируются при восприятии определённых сообщений. Это помогает создавать более эффективные стратегии воздействия, адаптированные к когнитивным особенностям аудитории.

Технологический прорыв XXI века оказывает значительное влияние на развитие пропаганды и методов воздействия на массовое сознание. Использование когнитивных искажений, эмоционального воздействия и нейропсихологических данных, совместно с современными технологиями, способствует формированию мощных пропагандистских стратегий. В связи с этим изучение когнитивной науки становится важным аспектом понимания современных информационных войн и механизмов общественного влияния. Важно понимать, что политика формируется не только объективными реалиями, но и субъективными восприятиями лидеров, когнитивными искажениями и групповыми процессами. Нейронауки и когнитивные исследования становятся все более важными в изучении международных отношений, так как это не просто результат экономических и военных факторов, а сложный процесс, где человеческое мышление играет центральную роль.

Источники и литература

- 1) Абдулова В.Ф. Современная государственная пропаганда: теоретические и прикладные аспекты: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Казань, 2007. 24 с.
- 2) Балановский В. «Противоборство в когнитивной войне: борьба за человеческий разум» // В.Балановский, В. Подъяконов, И. Грекова // журнал "Системы безопасности" № 4/2022 // URL : <https://www.secuteck.ru/articles/tag/журнал-системы-безопасности-4-2022>
- 3) Белоусов А.Б. Что такое социологическая пропаганда? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 110–122.
- 4) Ковалев А. А. «Пропаганда как ведущий метод когнитивной войны» // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 176–184. // <http://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-176-184>. EDN OFMUPL
- 5) Мельникова Т.С. Пропаганда как технология политического манипулирования // Власть. 2010. № 8. С. 47–51.
- 6) Hudson V.M. «Foreign Policy Analysis: Actor-Specific Theory and the Ground of International Relations» // 2005 International Studies Association. // Published by Blackwell Publishing, 350 Main Street, Malden, MA 02148, USA.
- 7) Jervis. R. «How Statesmen Think. The Psychology of international Politics» // Published by Princeton University 08540 // United Kingdom: Princeton University Press
- 8) Jervis. R. «Hypotheses on Misperception»// World Politics, 20, pp 454-479 doi:10.2307/2009777
- 9) Jervis, R. (2006). "Understanding Beliefs." // Political Psychology 27(5)// с.641-663.
- 10) Kahneman, D., and Tversky, A. (1979a). «Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures. » // TIMS Studies in Management Science, 12// с.313-327.
- 11) Rapport A. «Cognitive Approaches to Foreign Policy Analysis»