

Процессы формирования общественного мнения под влиянием сетевой коммуникации

Научный руководитель – Добреньков Владимир Иванович

Калинина Варвара Витальевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра истории и теории социологии, Москва, Россия

E-mail: Va.Vi.Ka@yandex.ru

Говоря о том, каким образом в современном обществе происходит формирование общественного мнения, необходимо понимать ключевое значение коммуникации людей в сетевом пространстве, поскольку, благодаря осуществлению манипулятивного воздействия на коммуникантов в сети, возможно искусственное создание и внедрение необходимых идей, взглядов, суждений для достижения конкретных и заранее определенных целей.

Американский политический обозреватель и журналист Уолтер Липпман был первым, кто сформулировал и высказал мысль о том, что человек не имеет возможности самостоятельно переработать и усвоить весь поток поступающей информации, и поэтому у него отсутствует понимание полноценной картины мира [1]. Однако у каждого человека существует потребность ощущать себя членом какой-либо референтной группы, и ему необходимо подтверждение самого себя, необходимо, чтобы его точка зрения поддерживалась окружающими. Соответственно, чаще всего происходит ориентирование на близкое окружение, поскольку к мнению семьи или друзей обычно принято прислушиваться, а также на инфлюэнсеров, то есть лидеров мнений, которые, благодаря своей популярности в медиaprостранстве и владению вниманием большой аудитории, ретранслируют информацию, преподносимую СМИ, придавая ей нужную окраску [3].

Кроме того, благодаря естественному человеческому стремлению придерживаться более популярных точек зрения, которое служит основой для возникновения «спирали молчания», когда мнение меньшинства замалчивается автоматически [2], происходит искажение общественного мнения, и мировоззренческая картина становится односторонней и заметно упрощается. Популярные в обществе мнения становятся и наиболее обсуждаемыми, а значит, запускают коммуникационные процессы как в реальной жизни, так и в онлайн-пространстве.

Рассматривая непосредственно сетевое общение, крайне важно обратить внимание на процесс комментирования, осуществляемый на различных интернет-платформах. Комментирование является одной из составляющих интернет-активности, и, анализируя высказывания по поводу опубликованной информации или реакции на высказывания других пользователей, а также популярность полученных высказываний, возможно составить достаточно четкую картину о настроениях конкретной целевой аудитории. Но стоит помнить и о том, что достаточно часто в комментариях делаются провокационные вбросы информации, нередко посредством использования специальных ботов, цель которых заключается либо в разжигании дискуссий, либо в дезинформировании пользователей. В результате, подобного рода комментарии набирают наибольшую популярность за счет своеобразной работы сетевых алгоритмов, которые в первую очередь учитывают активность реакции на информацию, а не ее достоверность.

Таким образом, становится возможным автоматическое распространение и продвижение недоброкачественной информации, которая прямо или косвенно способна влиять на

общественное мнение как на своеобразный результат взаимодействия и слияния различных мнений, формирующихся в некую единую систему, характеризующую конкретное общество.

Источники и литература

- 1) Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
- 2) Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. Ред. И предисл. Мансурова Н.С. – М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. – 352 с.: илл.
- 3) Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. NY: Duell, Sloan and Pearce, 1944.