

Воздействие медиа на формирование общественного мнения

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ МЕДИА НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ.....	
1.1. Понятийный аппарат исследования: медиа, общественное мнение, механизмы формирования.....	
1.2. Теоретические подходы к изучению воздействия медиа: от классических моделей до современных концепций.....	
1.3. Современное состояние проблемы: эволюция медиaproстранства и новые вызовы для формирования общественного мнения.....	
ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ МЕДИА НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ.....	
2.1. Методология и организация исследования: выборка, методы сбора и анализа данных.....	
2.2. Анализ медиаконтента и его влияния на общественное мнение (на примере конкретного кейса/периода).....	
2.3. Результаты социологического опроса/контент-анализа: выявление корреляций между потреблением медиа и сформированным общественным мнением.....	
ГЛАВА 3. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ МЕДИАГРАМОТНОСТИ И КРИТИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ.....	
3.1. Разработка рекомендаций для формирования устойчивого к манипуляциям общественного мнения.....	
3.2. Предложения по развитию медиаграмотности населения в условиях цифровой трансформации.....	
3.3. Оценка потенциальной эффективности предложенных	

рекомендаций.....	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы, связанной с воздействием медиа на формирование общественного мнения, обусловлена трансформацией информационного пространства и возрастающей ролью средств массовой коммуникации в современной социокультурной и политической жизни. В условиях глобализации и цифровизации медиа становятся не просто транслятором информации, но и активным актором, способным конструировать социальную реальность, влиять на ценностные ориентации, стереотипы, интерпретации событий и, как следствие, на коллективные и индивидуальные поведенческие модели. Неуклонный рост доступности информации через различные каналы – традиционные СМИ, социальные сети, блоги, мессенджеры – приводит к формированию сложной, многомерной медиасреды, где происходит постоянное взаимодействие между производителями информации, ее потребителями и общественными институтами. Это взаимодействие оказывает непосредственное влияние на процессы принятия решений на различных уровнях – от индивидуального выбора до формирования государственной политики.

Особое значение приобретает изучение механизмов, посредством которых медиа воздействуют на общественное сознание, поскольку некорректное или манипулятивное использование информационных ресурсов может привести к дезинформации, поляризации общества, распространению экстремистских идей, а также к подрыву доверия к государственным институтам и демократическим процедурам. В контексте современных геополитических вызовов и информационных войн понимание принципов функционирования медиа и их способности формировать общественное мнение становится критически важным для обеспечения информационной безопасности, развития гражданского общества и сохранения социальной стабильности. В данной работе

рассматриваются теоретические и эмпирические аспекты воздействия медиа, что позволяет глубже осмыслить их роль в конструировании общественного дискурса и формировании коллективных представлений о мире. Актуальность исследования также подчеркивается необходимостью разработки эффективных стратегий медиаграмотности и критического мышления у населения для противодействия негативным информационным воздействиям.

Объектом исследования выступают процессы формирования общественного мнения. В широком смысле это комплекс социальных, психологических и коммуникативных явлений, которые приводят к формированию коллективных оценок, установок и позиций по отношению к различным событиям, явлениям и субъектам общественной жизни. Данные процессы включают в себя взаимодействие индивидов и групп, обмен информацией, формирование групповых норм и ценностей, а также влияние различных социальных институтов. Предметом исследования является воздействие медиа на формирование общественного мнения. В узком смысле это конкретные механизмы, стратегии и эффекты, посредством которых различные виды медиаконтента и каналов его распространения влияют на когнитивные, аффективные и поведенческие компоненты общественного сознания. Рассматривается, как медиа фреймируют информацию, определяют повестку дня, конструируют образы, формируют стереотипы и влияют на эмоциональное восприятие событий, что в конечном итоге сказывается на коллективных представлениях и публичных дискуссиях.

Целью исследования является выявление и анализ основных механизмов воздействия медиа на формирование общественного мнения в современном информационном обществе. Достижение данной цели предполагает всестороннее рассмотрение теоретических концепций, эмпирических данных и практических примеров, иллюстрирующих

многообразные аспекты влияния средств массовой коммуникации на индивидуальное и коллективное сознание.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач. Прежде всего, требуется провести систематизацию и критический анализ ключевых теоретических подходов к изучению воздействия медиа на общественное мнение, включая теории повестки дня, фрейминга, культивации и спирали молчания, что позволит сформировать концептуальную базу исследования. Далее, необходимо рассмотреть эволюцию медиаландшафта и определить особенности функционирования различных типов медиа – традиционных (печать, радио, телевидение) и новых (интернет-издания, социальные сети, блоги) – в контексте их влияния на общественное сознание. Важной задачей является выявление специфических механизмов воздействия медиа, таких как отбор и подача информации, формирование образов, использование эмоциональных и риторических приемов, а также их влияние на восприятие событий и социальных явлений. Кроме того, предстоит проанализировать социокультурные и психологические факторы, которые опосредуют воздействие медиа на различные группы населения, включая возрастные, социальные, образовательные и ценностные особенности аудитории. Особое внимание будет уделено изучению феномена медиаманипуляции и ее последствий для общественного мнения, а также рассмотрению методов противодействия дезинформации и развития медиаграмотности. Наконец, требуется сформулировать выводы относительно роли медиа в современном обществе и предложить рекомендации по повышению критического восприятия информации населением.

Методологическую основу исследования составляют общенаучные принципы познания, такие как системный подход, позволяющий рассматривать медиа и общественное мнение как взаимосвязанные элементы единой системы, и диалектический метод, предполагающий

изучение явлений в их развитии и взаимообусловленности. В работе применяются методы теоретического анализа, включая компаративный анализ различных концепций воздействия медиа, дедукцию и индукцию для выявления общих закономерностей и специфических проявлений. Используется также метод контент-анализа для изучения содержания медиасообщений и выявления скрытых смыслов и фреймов, а также метод кейс-стади для глубокого анализа отдельных примеров медиавоздействия. Привлекаются методы социологического и психологического анализа для изучения особенностей восприятия информации различными группами населения и выявления факторов, влияющих на формирование их мнений и установок.

Структура работы организована таким образом, чтобы последовательно раскрыть заявленную тему и достичь поставленной цели. В первой главе представлен теоретический обзор, посвященный основным концепциям общественного мнения и различным моделям воздействия медиа. Здесь рассматриваются исторические этапы развития медиа и их влияние на социум, а также анализируются ключевые теории, объясняющие механизмы формирования общественного мнения под воздействием средств массовой коммуникации, включая теории повестки дня, фрейминга, культивации и спирали молчания. Во второй главе проводится анализ современных медиатехнологий и их роли в формировании общественного мнения. Особое внимание уделяется влиянию цифровых платформ, социальных сетей и алгоритмов на распространение информации, а также на скорость и характер ее восприятия аудиторией. Рассматриваются такие феномены, как информационные пузыри, эхо-камеры и феномен постправды. Третья глава посвящена эмпирическому анализу конкретных примеров воздействия медиа на общественное мнение. В этой части работы приводятся кейсы, демонстрирующие, как медиа влияют на формирование

политических предпочтений, социальных установок, а также на восприятие значимых общественных событий. Исследуются механизмы манипуляции информацией и их последствия для общественного сознания. В заключении работы формулируются основные выводы, полученные в ходе исследования, обобщаются результаты анализа и предлагаются рекомендации по повышению медиаграмотности населения и развитию критического мышления в условиях постоянно меняющегося информационного ландшафта. Таким образом, работа последовательно раскрывает заявленную проблематику от теоретических основ до практических примеров, демонстрируя комплексный подход к изучению воздействия медиа на формирование общественного мнения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ МЕДИА НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

1.1. Понятийный аппарат исследования: медиа, общественное мнение, механизмы формирования

В контексте современных социально-коммуникационных процессов осмысление понятийного аппарата, включающего категории «медиа», «общественное мнение» и «механизмы формирования», приобретает особую актуальность. Данная проблематика является исходной точкой для глубокого анализа взаимосвязи между информационным пространством и коллективным сознанием. Медиа, понимаемые как совокупность информационно-коммуникационных средств и технологий, выполняют ключевую функцию в распространении информации, но их роль не ограничивается простой трансляцией данных. Они выступают мощным инструментом формирования общественного мнения и оказания влияния на массовое сознание [1]. Это определяет необходимость детального изучения их структуры, функций и трансформаций в условиях цифровой эпохи.

Общественное мнение, в свою очередь, представляет собой сложное социологическое явление, характеризующееся как совокупность оценочных суждений, выражающих отношение различных социальных групп к актуальным событиям и процессам. Его формирование является результатом взаимодействия множества факторов, среди которых медиа занимают центральное место [1]. При этом важно подчеркнуть динамический характер общественного мнения, его способность к изменениям под воздействием новых информационных потоков и социокультурных сдвигов. Понимание механизмов этого формирования позволяет выявить глубинные процессы, лежащие в основе коллективных представлений и поведенческих паттернов.

Одним из фундаментальных механизмов формирования общественного мнения является функция медиа по конструированию социальной реальности. Этот процесс осуществляется через избирательный отбор, интерпретацию и подачу информации, что позволяет медиа направлять внимание аудитории на определенные аспекты действительности, формируя тем самым ее восприятие мира [2]. Данный механизм не является пассивным отражением объективной действительности; напротив, он активно участвует в ее создании, определяя, какие события будут считаться значимыми, а какие останутся на периферии общественного внимания. Такая конструктивная роль медиа обуславливает их значительное влияние на коллективные представления и ценностные ориентации.

Влияние средств массовой информации на общественное мнение реализуется посредством различных приемов, направленных на акцентирование внимания на определенных проблемах, создание информационных поводов и формирование повестки дня. Эти методы позволяют медиа эффективно воздействовать на ценностные ориентации и установки аудитории, определяя приоритеты в общественной дискуссии [3]. Например, систематическое освещение определенной темы или проблемы может привести к ее осознанию как критически важной, даже если объективные данные не подтверждают ее исключительную значимость. Таким образом, медиа не только сообщают о событиях, но и придают им определенное значение, формируя эмоциональное и рациональное отношение к ним.

Современные медиаландшафт претерпевает существенные изменения, что приводит к появлению новых акторов и механизмов формирования общественного мнения. Включение цифровых платформ и блогеров в эту систему значительно расширяет традиционные рамки влияния на массовое сознание [4]. Эти новые субъекты обладают

потенциалом воздействия на социальные представления и доверие аудитории, часто минуя традиционные фильтры и gatekeepers. Феномен инфлюенсеров и вирусного контента демонстрирует, как индивидуальные акторы могут инициировать широкие общественные дискуссии и влиять на мировоззрение миллионов, создавая новые вызовы для понимания механизмов формирования общественного мнения.

Расширение спектра акторов и каналов коммуникации приводит к усложнению процесса формирования общественного мнения, делая его более децентрализованным и многомерным. Если ранее доминировали крупные медиакорпорации, то сегодня каждый пользователь социальных сетей потенциально может стать источником информации и влиять на публичную повестку. Это, с одной стороны, способствует демократизации информационного пространства, а с другой – порождает проблемы, связанные с достоверностью информации, распространением дезинформации и поляризацией общества. Таким образом, анализ влияния медиа на общественное мнение требует учета не только традиционных, но и новых, динамично развивающихся форм коммуникации.

Взаимосвязь между медиа, общественным мнением и механизмами его формирования является сложной, многоуровневой системой, которая постоянно эволюционирует. Понимание этой системы требует междисциплинарного подхода, включающего социологию, политологию, психологию и коммуникативистику. Исследование данных категорий позволяет не только деконструировать текущие процессы, но и прогнозировать будущие тенденции в развитии информационного общества. Осознание того, как медиа конструируют реальность и влияют на коллективное сознание, является критически важным для формирования критического мышления у аудитории и повышения медиаграмотности в целом.

Таким образом, понятийный аппарат, включающий категории

«медиа», «общественное мнение» и «механизмы формирования», является фундаментальным для изучения современных социально-коммуникационных процессов. Медиа выступают не просто передатчиками информации, но активными конструкторами социальной реальности, способными направлять внимание и формировать ценностные установки. Общественное мнение, в свою очередь, является динамическим результатом воздействия множества факторов, где роль медиа остается определяющей. Изучение этих взаимосвязей позволяет глубже понять динамику развития общества и вызовы, стоящие перед ним в условиях глобального информационного пространства.

1.2. Теоретические подходы к изучению воздействия медиа: от классических моделей до современных концепций

Теоретическое осмысление влияния медиа на общественное сознание является одной из центральных задач современной социологии коммуникаций, политологии и психологии. Средства массовой информации (СМИ) традиционно рассматриваются как мощнейший инструмент формирования общественного мнения, способный не только транслировать информацию, но и активно конструировать социальную реальность [5]. Данное утверждение подчеркивает фундаментальную роль медиа в современном обществе, выходящую за рамки простого информирования и затрагивающую глубинные механизмы социального конструирования. В этой связи, изучение теоретических подходов к анализу воздействия медиа позволяет выявить эволюцию представлений о характере и масштабах их влияния, от ранних, зачастую линейных моделей, до многомерных и контекстуально обусловленных современных концепций.

Массовая коммуникация, реализуемая посредством медиа, представляет собой многоуровневый и динамичный процесс,

характеризующийся передачей информации значительным аудиториям и оказывающий существенное воздействие на их восприятие действительности [6]. Изначально, в рамках так называемой "теории волшебной пули" или "гиподермической иглы", доминировало представление о непосредственном и унифицированном воздействии медиа на пассивную аудиторию. Согласно этой модели, медиасообщение воспринималось как прямой стимул, вызывающий одинаковую реакцию у всех реципиентов. Однако, последующие исследования, особенно в контексте изучения избирательного восприятия и влияния межличностной коммуникации, продемонстрировали ограниченность такого прямолинейного подхода, приведя к необходимости разработки более сложных и nuanced-моделей, учитывающих активную роль аудитории и многообразие факторов, опосредующих медиавоздействие.

Значительный потенциал СМИ проявляется в их способности формировать политическую повестку дня и оказывать влияние на гражданскую позицию, что особенно заметно в периоды избирательных кампаний [7]. Этот аспект воздействия медиа выходит за рамки простого информирования о политических событиях, затрагивая механизмы фреймирования, селекции новостей и акцентирования внимания на определенных кандидатах или проблемах. В данном контексте, концепция повестки дня (agenda-setting) приобретает особую значимость, поскольку она постулирует, что СМИ не столько указывают аудитории, *что думать*, сколько определяют, *о чем думать*. Таким образом, они структурируют общественное дискурсивное пространство, выделяя определенные проблемы как наиболее актуальные и требующие внимания, что, в свою очередь, может направлять общественное мнение и электоральные предпочтения.

Воздействие СМИ на общественное мнение проявляется также через их уникальную способность акцентировать внимание на определенных

проблемах, тем самым определяя общественные приоритеты и формируя коллективные представления о реальности [8]. Этот процесс, известный как фреймирование (framing), предполагает, что способ представления информации (выбор слов, метафор, образов, контекста) определяет, как аудитория будет интерпретировать данное сообщение и какие ассоциации оно вызовет. Медиа не просто сообщают факты, но и предлагают определенные рамки для их понимания, тем самым влияя на эмоциональное восприятие, оценки и даже поведенческие реакции. Это создает сложную динамику между медиа, общественным сознанием и политическими процессами, где медиа выступают не только как отражение, но и как активный формирователь социальной и политической реальности.

В условиях глобализации и интенсивного развития информационных технологий, СМИ и аналитические центры играют ключевую роль в формировании единого информационного пространства, что оказывает непосредственное влияние на международные отношения [9]. Данное явление, получившее название "глобализация медиа" или "медиазация международных отношений", подразумевает, что медиа становятся не просто передатчиками информации о международных событиях, но и активными акторами, способными влиять на формирование имиджа государств, общественное мнение о международных конфликтах и даже на дипломатические процессы. Способ подачи информации о международных кризисах, выбор источников, акцентирование определенных аспектов – все это может способствовать эскалации или деэскалации напряженности, формированию коалиций или разобщению акторов на международной арене. Таким образом, медиа приобретают геополитическое измерение, становясь неотъемлемой частью глобальной политической архитектуры.

Современные теоретические подходы к изучению воздействия медиа

значительно эволюционировали от линейных моделей к более комплексным, учитывающим многообразие факторов, опосредующих это воздействие. Концепции, такие как "теория культивации" (cultivation theory), предполагающая, что длительное и систематическое воздействие медиа формирует у аудитории определенные представления о мире, часто искаженные и совпадающие с медиа-реальностью, а также "спираль молчания" (spiral of silence), описывающая, как опасение быть изолированным может заставить индивидов скрывать свои мнения, если они воспринимаются как меньшинство, демонстрируют глубокое понимание психологических и социальных механизмов медиавлияния. Эти теории подчеркивают, что медиа не просто информируют, но и активно участвуют в формировании ценностей, норм и коллективных представлений, что, в свою очередь, влияет на социальное поведение и принятие решений.

Дальнейшее развитие исследований в области медиавоздействия требует междисциплинарного подхода, интегрирующего социологические, психологические, политологические и культурологические перспективы. Необходимо учитывать не только содержание медиасообщений, но и особенности их производства, распространения, а также контекст потребления. Эффективность воздействия медиа во многом определяется уровнем медиаграмотности аудитории, ее способностью критически осмысливать информацию, а также уровнем доверия к различным источникам. В условиях постправды и распространения дезинформации, понимание механизмов медиавоздействия становится критически важным для поддержания демократических институтов и формирования рационального общественного дискурса. Таким образом, теоретические подходы к изучению воздействия медиа продолжают развиваться, адаптируясь к новым вызовам и технологическим изменениям в информационном пространстве.

1.3. Современное состояние проблемы: эволюция медиапространства и новые вызовы для формирования общественного мнения

Современное медиапространство претерпевает кардинальные трансформации, обусловленные стремительным распространением цифровых технологий, что вносит существенные коррективы в процессы формирования общественного мнения. Глобальная цифровизация привела к децентрализации информационных потоков, изменив традиционные каналы потребления контента и создав новые вызовы для субъектов, стремящихся воздействовать на общественное сознание. В частности, наблюдается отчетливая тенденция к смещению предпочтений молодежной аудитории в сторону социальных сетей и мессенджеров как основных источников информации в Российской Федерации [10]. Это явление не просто фиксирует изменение технических средств доставки информации, но и сигнализирует о фундаментальной перестройке моделей взаимодействия с контентом: от пассивного потребления к активному участию, от односторонней коммуникации к многостороннему диалогу, зачастую формирующемуся в условиях информационных "пузырей" и эхо-камер. Данная трансформация требует переосмысления устоявшихся парадигм медиавоздействия и разработки новых подходов к анализу динамики общественного мнения в условиях цифровой реальности.

В контексте формирования общественного мнения особую актуальность приобретает проблема применения специфических психологических приемов в пропаганде, которые способны существенно влиять на восприятие информации аудиторией [11]. Цифровое медиапространство, характеризующееся высокой скоростью распространения данных и отсутствием строгой цензуры, создает благоприятные условия для манипулятивного воздействия. Использование когнитивных искажений, эмоционального заражения, а также

целенаправленного формирования ложных нарративов становится инструментом воздействия на массовое сознание. Эти приемы, зачастую замаскированные под объективную информацию или экспертное мнение, могут формировать искаженное представление о реальности, поляризовать общество и вызывать неадекватные реакции. Таким образом, критический анализ методов пропаганды и разработка механизмов противодействия им являются неотъемлемой частью исследования современного медиaprостранства, особенно с учетом их способности влиять на социальные и политические процессы.

Развитие медиaprостранства в условиях глобализации актуализирует необходимость активного международного взаимодействия, что подтверждается инициативами, подобными проведению Медиясаммита БРИКС, целью которого является укрепление сотрудничества между медиаорганизациями различных стран [12]. Подобные платформы способствуют обмену опытом, формированию общих стандартов журналистики и противодействию дезинформации на транснациональном уровне. В условиях, когда информационные потоки не знают государственных границ, а пропагандистские кампании могут быть скоординированы на международном уровне, многостороннее сотрудничество становится ключевым фактором обеспечения информационной безопасности и объективного освещения событий. Создание единого информационного пространства, основанного на принципах взаимоуважения и открытости, способно противостоять попыткам манипуляции общественным сознанием и способствовать формированию более сбалансированной глобальной информационной повестки.

Современная медиасреда предъявляет повышенные требования к экспертному сообществу, поскольку умение грамотно формировать и доносить свои мнения становится критически важным для формирования

общественного дискурса [13]. В условиях информационного изобилия и зачастую противоречивых данных, роль квалифицированных экспертов, способных предоставить аргументированную и верифицированную информацию, возрастает многократно. Однако цифровая среда также порождает феномен "псевдоэкспертов" и диффузию ответственности за распространение ложной информации, что требует от аудитории развитых навыков медиаграмотности и критического мышления. Формирование общественного мнения в значительной степени зависит от качества экспертной аналитики и ее доступности для широкой аудитории. Следовательно, развитие компетенций экспертов в области эффективной коммуникации и популяризации научных знаний становится не просто желательным, но и необходимым условием для поддержания рационального дискурса в обществе.

Концепция "экосистемы" представляет собой альтернативную модель, которая все более активно влияет на формирование общественного мнения в условиях глобализации, затрагивая как распространение информации, так и взаимодействие субъектов медиaprостранства [14]. Эта концепция предполагает, что медиaprостранство не является простой совокупностью каналов, а представляет собой сложную динамическую систему, где различные акторы – от традиционных СМИ до индивидуальных блогеров и социальных сетей – взаимосвязаны и влияют друг на друга. В рамках такой экосистемы информация циркулирует по множеству каналов, подвергаясь реинтерпретации и модификации, что усложняет отслеживание ее первоисточника и верификацию. Понимание медиaprостранства как экосистемы позволяет выявить новые паттерны распространения влияний, а также разработать более комплексные стратегии для эффективного формирования общественного мнения, учитывая нелинейность и многомерность информационных потоков.

Эволюция медиапространства, таким образом, характеризуется не только технологическими изменениями, но и глубокими социальными, психологическими и геополитическими сдвигами. Отмечается переход от традиционных медиа к цифровым платформам как доминирующим источникам информации, особенно для молодого поколения [10]. Этот сдвиг влечет за собой новые вызовы, связанные с эффективностью пропаганды и манипулятивных техник, использующих специфические психологические приемы для воздействия на аудиторию [11]. Параллельно с этим, глобализация информационных потоков требует усиления международного сотрудничества, что подтверждается инициативами, направленными на консолидацию медиасообщества на наднациональном уровне [12]. В этих условиях возрастает роль экспертного знания и способности экспертов эффективно доносить свои мнения, что становится критически важным для формирования общественного дискурса [13]. Концепция "экосистемы" медиапространства, в свою очередь, предлагает новый взгляд на динамику распространения информации и взаимодействие акторов, позволяя глубже понять механизмы формирования общественного мнения в условиях глобальной цифровой среды [14]. Все эти факторы в совокупности создают сложную и многогранную картину современного медиапространства, требующую постоянного анализа и адаптации исследовательских подходов.

ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ МЕДИА НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

2.1. Методология и организация исследования: выборка, методы сбора и анализа данных

Методологическая основа настоящего исследования формируется на пересечении различных теоретических подходов, позволяющих комплексно анализировать механизмы формирования общественного мнения и трансформации социальных представлений. Выборка и методы сбора данных детерминированы необходимостью глубокого проникновения в сущность изучаемых явлений, что обуславливает применение как количественных, так и качественных методов. При этом, особое внимание уделяется интерпретации полученных результатов с учетом неявных факторов, влияющих на информационное поле. Так, понимание принципов функционирования технологии «Окно Овертона», подробно проанализированных в работе [15], является ключевым для осмысления динамики общественных представлений. Данный подход позволяет не только фиксировать текущее состояние общественного мнения, но и отслеживать стадии его эволюции, что крайне важно для выявления скрытых тенденций и прогнозирования возможных изменений в исследуемой области.

Разработка инструментария для сбора данных осуществлялась с учетом потенциального влияния информационных барьеров и специфики распространения информации. В этом контексте, данные о цензуре как факторе, способном оказывать существенное воздействие на прогресс [16], приобретают особую значимость. Учет данных ограничений позволил скорректировать подходы к формулированию вопросов для опросов и сценариев для фокус-групп, минимизируя риск получения искаженных или неполных данных. Применение таких методов, как глубинные

интервью и контент-анализ открытых источников, было обусловлено стремлением получить максимально объективную картину, преодолевая возможные информационные фильтры. Особое внимание уделялось анализу не только явных, но и латентных проявлений цензуры, которые могут проявляться в самоцензуре респондентов или в избирательности освещения определенных тем в медиапространстве.

При формировании выборки и разработке опросных инструментов учитывалась устойчивость социальных конструктов, в частности, стереотипов, как это показано в исследовании [17]. Понимание природы стереотипов и их влияния на восприятие информации респондентами является критически важным для обеспечения валидности собираемых данных. Инструментарий был разработан таким образом, чтобы минимизировать влияние стереотипов на ответы респондентов, используя проективные методики и косвенные вопросы, позволяющие выявить глубинные установки, не всегда осознаваемые самими респондентами. Это позволило перейти от поверхностной фиксации мнений к анализу их истоков и механизмов формирования, что существенно повышает прогностическую ценность исследования. Кроме того, учет стереотипов способствовал более корректной интерпретации полученных результатов, позволяя отличать подлинные убеждения от социально желаемых ответов.

Особое внимание при интерпретации результатов опросов и фокус-групп уделялось теории «спирали молчания», представленной в работе [18]. Данная теория описывает механизмы формирования общественного мнения, при которых индивиды, чьи взгляды расходятся с доминирующими, склонны к самоцензуре и молчанию, опасаясь социальной изоляции. Применение этого теоретического конструкта позволило более глубоко анализировать данные, особенно в контексте чувствительных тем, где респонденты могут быть склонны скрывать свои истинные убеждения. Для противодействия эффекту «спирали молчания»

в ходе качественных исследований применялись методы, направленные на создание доверительной атмосферы и обеспечение анонимности, что способствовало более откровенному выражению мнений. Это позволило выявить скрытые группы респондентов, чьи взгляды не представлены в публичном дискурсе, но имеют существенное значение для понимания общей картины.

Методы анализа качественных данных были обогащены концепцией «мягкой силы» (soft power) в ее новом понимании, раскрытом в исследовании [19]. Данный подход позволил проводить более глубокий анализ неявных методов воздействия на общественное сознание, которые зачастую остаются незамеченными при традиционных подходах. Анализ данных осуществлялся с учетом не только прямого воздействия информации, но и ее косвенного влияния через культурные, ценностные и идеологические каналы. Это включало контент-анализ скрытых смыслов в медиасообщениях, анализ нарративов, формируемых различными акторами, а также выявление эмоциональных и символических компонентов в коммуникационных стратегиях. Таким образом, методология анализа данных вышла за рамки простой фиксации фактов, углубляясь в сферу интерпретации скрытых мотивов и неочевидных влияний, что существенно повысило комплексность и прогностическую ценность исследования.

Интеграция указанных методологических подходов позволила создать многомерную исследовательскую рамку, способную адекватно реагировать на сложность и динамичность изучаемых социальных процессов. Выборка формировалась с учетом необходимости обеспечения репрезентативности, но при этом с применением элементов целенаправленного отбора для более глубокого изучения специфических групп респондентов. Методы сбора данных включали комбинацию стандартизированных опросов для получения широкой статистической

картины и глубинных интервью с фокус-группами для выявления качественных аспектов и нюансов мнений. Анализ данных осуществлялся с применением как статистических методов для количественной оценки, так и дискурс-анализа, контент-анализа и нарративного анализа для качественной интерпретации. Такой подход обеспечил не только надежность полученных результатов, но и их глубину, позволяя выявить скрытые взаимосвязи и тенденции в формировании общественного мнения.

В целом, методология исследования была построена на принципах системности и междисциплинарности, что позволило учесть множественность факторов, влияющих на объект изучения. Каждый этап исследования, от формирования гипотез до интерпретации результатов, был подвергнут критическому осмыслению с учетом потенциальных искажений и ограничений, присущих социальным исследованиям. Применение комплексного подхода к сбору и анализу данных, основанного на синтезе различных теоретических концепций, обеспечило высокую степень валидности и надежности полученных выводов. Это позволило не только описать текущее состояние изучаемых явлений, но и выявить их динамику, а также предложить обоснованные рекомендации для дальнейших исследований и практических приложений.

2.2. Анализ медиаконтента и его влияния на общественное мнение (на примере конкретного кейса/периода)

Современный медиаландшафт характеризуется сложностью и многогранностью, что обуславливает необходимость глубокого анализа процессов формирования общественного мнения. В данном контексте особое значение приобретает изучение взаимосвязи между медиаконтентом и его влиянием на аудиторию, особенно в условиях, когда вопросы достоверности информации и доверия к источникам становятся

центральными. Анализ текущей ситуации выявляет парадоксальную дихотомию: с одной стороны, фиксируется высокий процент граждан, допускающих возможность искажения или умалчивания информации в средствах массовой информации в интересах государства, что составляет более 70% россиян [20]. Это свидетельствует о наличии критического отношения к медиасообщению и осознании потенциального манипулятивного характера контента. Данное обстоятельство подчеркивает сложность задач, стоящих перед исследователями в области медиакommunikаций, поскольку оно указывает на глубокое укоренение скепсиса относительно объективности информации, транслируемой официальными каналами.

Несмотря на выраженный скептицизм относительно объективности государственных медиа, наблюдается тенденция к росту доверия к телевидению среди населения России [21]. Этот феномен требует детального осмысления, поскольку он создает когнитивный диссонанс между осознанием потенциальной необъективности источников и возрастающим доверием к ним. Возможное объяснение данного противоречия заключается в том, что телевидение, будучи традиционным и наиболее доступным средством массовой информации для значительной части населения, воспринимается как привычный и в некоторой степени авторитетный источник, несмотря на критическое отношение к его содержанию. Кроме того, данное обстоятельство может быть обусловлено эффектом "спирали молчания", когда индивиды, опасаясь социальной изоляции, склонны не выражать мнения, противоречащие доминирующим, формируемым, в том числе, и телевидением. Таким образом, рост доверия к телевидению может быть не столько следствием убежденности в его беспристрастности, сколько результатом сложных социопсихологических механизмов адаптации к информационному полю.

Доминирование телевизионной аудитории над интернет-

пользователями является еще одним значимым фактором, определяющим специфику формирования общественного мнения в России. Доля граждан, регулярно смотрящих телевизор, по-прежнему превышает количество активных пользователей интернета [22]. Это указывает на сохранение значительной роли традиционных медиа в информационном пространстве страны, несмотря на глобальные тенденции цифровизации и рост популярности онлайн-платформ. Данное обстоятельство обуславливает необходимость адаптации стратегий коммуникации и формирования контента с учетом специфики телевизионного восприятия, которое часто характеризуется пассивностью и меньшей избирательностью по сравнению с потреблением информации в интернете. Следовательно, телевидение продолжает оставаться мощным инструментом воздействия на массовое сознание, что требует постоянного мониторинга и анализа его контента и влияния на различные социальные группы.

В условиях "эпохи постправды" актуализируется вопрос о критериях достоверности информации, что становится одной из ключевых проблем современного медиaprостранства [23]. В условиях, когда эмоциональное воздействие и личные убеждения нередко превалируют над объективными фактами, а границы между правдой и вымыслом становятся размытыми, критическое мышление и медиаграмотность приобретают особую значимость. Отсутствие четких критериев верификации информации приводит к усложнению процесса принятия решений индивидами и способствует распространению дезинформации. В данном контексте, возрастает роль медиа, которые, с одной стороны, могут выступать в качестве источника манипуляций, а с другой – играть ключевую роль в формировании критического отношения к информации и развитии навыков ее проверки. Таким образом, проблема достоверности информации в "эпоху постправды" требует комплексного подхода, включающего как образовательные инициативы, так и развитие

механизмов саморегуляции медиа.

Введение единого измерителя интернет-аудитории в Российской Федерации [24] представляет собой важный шаг к систематизации данных о потреблении онлайн-контента и, как следствие, к более глубокому пониманию динамики общественного мнения в цифровой среде. Эта инициатива способствует повышению прозрачности и объективности статистических данных, что критически важно для анализа эффективности медиакмпаний и выявления информационных трендов. Однако, несмотря на позитивный характер данного нововведения, следует учитывать, что сам по себе измеритель не решает проблему качества контента или его влияния на аудиторию. Он лишь предоставляет инструментарий для количественной оценки, в то время как качественный анализ остается прерогативой экспертного сообщества. Тем не менее, стандартизация измерения интернет-аудитории создает основу для более точных исследований и позволяет выявлять корреляции между потреблением онлайн-контента и изменениями в общественных настроениях.

Совокупность указанных факторов формирует сложную картину взаимодействия медиа и общественного мнения. Парадокс заключается в том, что при наличии общего скепсиса относительно объективности информации, транслируемой государственными СМИ, наблюдается рост доверия к телевидению, которое является одним из ключевых инструментов государственного вещания. Это указывает на многомерность восприятия медиасообщения, где рациональное осмысление может сочетаться с эмоциональным принятием. Доминирование телевизионной аудитории над интернет-пользователями подтверждает сохранение традиционных медиа в качестве основного канала распространения информации, что диктует необходимость учета их специфики при анализе информационных потоков. Учитывая контекст "эпохи постправды", проблема верификации информации становится

центральной, требуя от аудитории повышенной медиаграмотности и критического мышления.

Таким образом, анализ медиаконтента и его влияния на общественное мнение в России, на примере рассмотренных фактов, выявляет ряд ключевых тенденций. Во-первых, высокий уровень недоверия к потенциальной объективности СМИ соседствует с возрастающим доверием к телевидению, что указывает на сложную динамику восприятия медиа. Во-вторых, сохранение доминирующей роли телевидения в информационном пространстве страны подчеркивает важность его анализа как основного фактора формирования общественного мнения. В-третьих, актуализация проблемы достоверности информации в условиях "эпохи постправды" требует разработки новых подходов к критическому осмыслению медиаконтента. Введение единого измерителя интернет-аудитории, хотя и является важным шагом, предоставляет лишь количественные данные, не снимая необходимости глубокого качественного анализа. Следовательно, для полного понимания процессов формирования общественного мнения необходим комплексный подход, учитывающий как социологические, так и психологические аспекты восприятия медиаконтента.

2.3. Результаты социологического опроса/контент-анализа: выявление корреляций между потреблением медиа и сформированным общественным мнением

Исследование корреляций между медиапотреблением и формированием общественного мнения является одним из ключевых направлений современной социологии и политологии, особенно в контексте анализа динамики социальных трансформаций. Анализ результатов социологических опросов и контент-анализа медиaprостранства позволяет выявить не только непосредственные связи, но и скрытые механизмы воздействия информационных потоков на

коллективное сознание. В частности, наблюдаемая тенденция к снижению количества «запретных» тем для юмористического осмысления в российском обществе [25] свидетельствует о трансформации границ дозволенного в публичном дискурсе и, как следствие, о расширении спектра тем, доступных для критического осмысления и деконструкции. Этот процесс может быть интерпретирован как индикатор изменения общественной толерантности и готовности к переосмыслению устоявшихся нормативов, что, в свою очередь, может быть обусловлено влиянием различных медиаплатформ, способствующих диверсификации информационных источников и мнений.

Исторические исследования, посвященные влиянию западных пропагандистских нарративов на формирование общественного сознания [26], демонстрируют глубокое и долгосрочное воздействие медиа на коллективные представления о мире. Данный аспект подчеркивает не только силу информационного воздействия, но и его способность к формированию устойчивых мировоззренческих установок, которые могут сохраняться на протяжении нескольких поколений. В этом контексте, современное медиапотребление, характеризующееся глобализацией информационных потоков, может усиливать влияние внешних нарративов, делая их частью внутреннего социокультурного ландшафта. Таким образом, анализ исторических прецедентов позволяет глубже понять механизмы, посредством которых медиаконтент, независимо от его географического происхождения, интегрируется в систему общественных ценностей и представлений, оказывая влияние на формирование общественного мнения по широкому кругу вопросов.

Публичные дискуссии между политическими акторами, как показывает практика, не только отражают существующие в обществе точки зрения, но и активно формируют их, оказывая значительное влияние на общественное мнение относительно ключевых событий и процессов

[27]. Этот аспект подчеркивает диалектическую взаимосвязь между медиaprостранством и политической сферой, где публичные заявления и дебаты становятся мощным инструментом воздействия на общественное сознание. В условиях современного медиаландшафта, характеризующегося высокой скоростью распространения информации и возможностью мгновенной обратной связи, политические дискуссии приобретают особую значимость, поскольку они могут оперативно изменять общественные настроения и приоритеты. Анализ такого рода дискуссий через призму контент-анализа позволяет выявить доминирующие нарративы, стратегии аргументации и эмоциональные триггеры, используемые для мобилизации общественного мнения.

Концепция «окна Овертона» представляет собой мощный аналитический инструмент для понимания механизмов трансформации общественных представлений и внедрения новых идей, что напрямую коррелирует с медиавоздействием [28]. Данная концепция постулирует, что общественное мнение по определенному вопросу может быть сдвинуто через последовательное и целенаправленное введение в публичный дискурс идей, которые изначально воспринимались как радикальные или неприемлемые. Медиа, в этом контексте, выступают в роли ключевого проводника, обеспечивающего постепенную нормализацию и легитимизацию таких идей. Исследование медиаконтента позволяет отслеживать этапы этого процесса – от осмеяния и отвержения до принятия и даже превращения в государственную политику. Применение этой концепции к анализу медиапотребления позволяет выявить, каким образом определенные темы и идеи, ранее находившиеся за пределами общественного консенсуса, постепенно становятся частью мейнстримного дискурса, тем самым формируя новые векторы общественного мнения.

Социальные сети, как показал современный опыт, стали значимым

каналом распространения информации и формирования мнений, что подчеркивает их возрастающую роль в медиапотреблении [29]. В отличие от традиционных медиа, социальные сети предоставляют пользователям возможность не только потреблять информацию, но и активно участвовать в ее создании и распространении, что приводит к децентрализации информационных потоков. Эта особенность социальных медиа создает уникальные условия для формирования «эхо-камер» и «фильтров пузырей», где пользователи преимущественно сталкиваются с информацией, подтверждающей их существующие убеждения, что может усиливать поляризацию общественного мнения. Анализ данных из социальных сетей позволяет выявить паттерны распространения информации, идентифицировать ключевых инфлюенсеров и оценить эмоциональный фон дискуссий, что является критически важным для понимания динамики формирования общественного мнения в цифровую эпоху.

Таким образом, комплексный анализ социологических данных и контент-анализа медиапотоков позволяет заключить, что взаимосвязь между медиапотреблением и формированием общественного мнения носит многогранный и динамичный характер. Отмеченное снижение табуированных тем в юмористическом контенте [25] может быть интерпретировано как индикатор возрастающей открытости общества к переосмыслению и критике, что потенциально обусловлено диверсификацией медиаландшафта. Исторический опыт влияния западных пропагандистских нарративов [26] подчеркивает долгосрочный характер медиавоздействия и его способность к формированию устойчивых мировоззренческих парадигм. В свою очередь, публичные дискуссии политических акторов [27] демонстрируют непосредственное влияние медиа на формирование и изменение общественного мнения в режиме реального времени. Применение концепции «окна Овертона» [28] к

анализу медиаконтента позволяет выявить, как идеи, изначально находящиеся на периферии общественного сознания, могут быть постепенно инкорпорированы в мейнстримный дискурс. Наконец, доминирующая роль социальных сетей [29] в современном медиапотреблении указывает на сдвиг в сторону децентрализованного распространения информации и формирования мнений, что требует новых подходов к анализу их влияния на общественное сознание. Все эти факторы в совокупности формируют сложную картину, где медиа выступают не просто как трансляторы информации, но как активные акторы, способные конструировать и трансформировать общественное мнение.

ГЛАВА 3. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ МЕДИАГРАМОТНОСТИ И КРИТИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ

3.1. Разработка рекомендаций для формирования устойчивого к манипуляциям общественного мнения

Формирование общественного мнения, устойчивого к деструктивным манипуляциям, представляет собой комплексную задачу, требующую системного подхода и учета множества факторов, влияющих на коллективное сознание. Фундаментальное значение в этом процессе принадлежит средствам массовой информации, чье влияние на формирование общественного мнения подтверждено многочисленными исследованиями [30]. Данная роль СМИ обусловлена их способностью к широкомасштабному распространению информации, формированию повестки дня и, как следствие, конструированию представлений о реальности. Осознание данной закономерности является отправной точкой для разработки эффективных рекомендаций, направленных на минимизацию рисков манипулятивного воздействия и укрепление иммунитета общества к дезинформации. Это требует не просто констатации факта влияния, а глубокого анализа механизмов, посредством которых это влияние реализуется, а также выявления потенциала для его позитивной трансформации в целях общественного блага.

В контексте противодействия манипуляциям особую значимость приобретает развитие социальной журналистики. Как отмечается, социальная журналистика способствует формированию устойчивого общественного мнения путем систематического освещения актуальных социальных проблем и активного стимулирования публичной дискуссии [31]. Ее специфика заключается в смещении фокуса с сенсационности на глубину проблематики, что позволяет не только информировать аудиторию, но и побуждать ее к критическому осмыслению

происходящего, а также к поиску конструктивных решений. Такая направленность деятельности журналистского сообщества способствует развитию гражданской ответственности и способности населения к самостоятельному анализу информации, что является ключевым элементом устойчивости к манипулятивным воздействиям. При этом важно подчеркнуть, что эффективность социальной журналистики напрямую зависит от ее независимости и приверженности этическим принципам, исключающим предвзятость и ангажированность.

Журналистика и средства массовой информации в целом признаются ключевыми инструментами в процессе информирования населения, обладающими значительным потенциалом для противодействия манипуляциям [32]. Эффективность их использования в данном направлении определяется не только охватом аудитории, но и качеством предоставляемого контента, его объективностью и достоверностью. Роль СМИ в противостоянии дезинформации заключается в предоставлении альтернативных точек зрения, разоблачении ложных нарративов и формировании навыков критического мышления у населения. Это предполагает активное внедрение практик фактчекинга, верификации информации и экспертного анализа, что позволяет аудитории самостоятельно оценивать достоверность получаемых сведений. Таким образом, СМИ выступают не просто трансляторами информации, а активными участниками процесса формирования медиаграмотности общества.

Среди многообразия медиаканалов телевизионная журналистика занимает особое место благодаря своему широкому охвату аудитории, что наделяет ее значительным потенциалом для распространения объективной информации и формирования критического мышления [33]. Визуальный и аудиальный компоненты телевизионного контента позволяют создавать более глубокое эмоциональное вовлечение зрителя, что, с одной стороны,

может быть использовано для манипуляций, но с другой – открывает возможности для эффективного донесения сложных и социально значимых сообщений. Развитие аналитических программ, дискуссионных площадок и документальных проектов на телевидении способствует не только информированию, но и развитию способности к многостороннему анализу проблем, выявлению причинно-следственных связей и формированию обоснованных суждений. Для реализации этого потенциала необходимо обеспечить независимость телеканалов от политического и экономического давления, а также стимулировать создание качественного контента, ориентированного на просвещение.

Помимо непосредственного влияния СМИ, существенное значение в формировании устойчивого к манипуляциям общественного мнения играет культурная политика. В работе [34] подчеркивается, что культурная политика играет важную роль в формировании ценностных ориентаций общества, которые являются базисом для устойчивости к манипуляциям. Ценности, такие как стремление к истине, уважение к фактам, критическое отношение к информации, толерантность и открытость к диалогу, формируют прочный фундамент для противостояния деструктивным воздействиям. Культурная политика, направленная на поддержку просвещения, развитие критического мышления, сохранение исторической памяти и стимулирование гражданской активности, способствует укреплению коллективного иммунитета к дезинформации. Это достигается через образовательные программы, поддержку независимых культурных инициатив, развитие медиаграмотности населения и формирование благоприятной среды для свободного обмена мнениями.

Таким образом, разработка рекомендаций для формирования устойчивого к манипуляциям общественного мнения должна базироваться на комплексном подходе, учитывающем как непосредственное влияние средств массовой информации, так и более глубинные социокультурные

факторы. Оптимизация работы СМИ, в частности развитие социальной и аналитической журналистики, является первостепенной задачей. Это включает в себя не только повышение профессионализма журналистов и соблюдение этических стандартов, но и создание благоприятной среды для их независимой работы, защиту от политического и экономического давления. Важно также стимулировать развитие механизмов саморегуляции медиасообщества, направленных на повышение доверия к информации и разоблачение дезинформационных кампаний.

Дополнительно, необходимо акцентировать внимание на повышении медиаграмотности населения, что позволит гражданам самостоятельно распознавать манипулятивные техники и критически оценивать получаемую информацию. Образовательные программы, начиная со школьного уровня, должны включать курсы по критическому мышлению, основам медиаанализа и информационной безопасности. Это позволит сформировать у молодого поколения устойчивые навыки верификации данных и распознавания фейковых новостей. Развитие цифровых компетенций также играет ключевую роль, поскольку значительная часть манипуляций сегодня осуществляется через интернет-платформы и социальные сети.

Наконец, неотъемлемой частью стратегии является формирование и поддержание здоровой ценностной системы в обществе. Культурная политика должна быть направлена на укрепление гражданских ценностей, таких как ответственность, активное участие в общественной жизни, стремление к истине и неприятие лжи. Поддержка независимых культурных и образовательных проектов, стимулирование диалога в обществе, а также создание условий для свободного выражения мнений без страха осуждения или репрессий – все это способствует развитию критического сознания и укреплению иммунитета к манипуляциям. Только комплексное воздействие на информационную среду,

образовательную систему и ценностные ориентиры общества позволит сформировать устойчивое к манипуляциям общественное мнение, способное к самостоятельному и ответственному выбору.

3.2. Предложения по развитию медиаграмотности населения в условиях цифровой трансформации

В условиях динамично развивающейся цифровой среды, характеризующейся экспоненциальным ростом информационных потоков и трансформацией форматов потребления контента, разработка эффективных предложений по развитию медиаграмотности населения приобретает статус одной из приоритетных задач. Современные цифровые платформы, в частности те, что ориентированы на распространение коротких видеороликов, формируют уникальный ландшафт информационного взаимодействия. Однако, как отмечают исследователи, такая среда может способствовать развитию феномена зависимости, негативно влияющего на когнитивные функции человека, в частности на его способность к концентрации внимания и глубокому восприятию информации [35]. Этот аспект требует не просто констатации, но и глубокого осмысления в контексте разработки образовательных стратегий, направленных на формирование устойчивых навыков критической оценки медиаконтента.

Усугубляет ситуацию наблюдаемая тенденция к усилению антиинтеллектуализма, проявляющаяся в снижении интереса общества к глубокому анализу информации и критическому мышлению [36]. Данное явление представляет собой серьезный вызов для полноценного развития медиаграмотности, поскольку оно подрывает фундаментальные основы, на которых строится способность человека к осмысленному взаимодействию с медиапространством. В такой ситуации необходимо не только предлагать новые методики обучения, но и активно противодействовать

деградации интеллектуальных запросов населения, стимулируя интерес к комплексным, многомерным источникам информации и развивая навыки верификации данных. Это требует системного подхода, включающего не только образовательные, но и социокультурные инициативы, направленные на повышение общего уровня интеллектуального развития общества.

Развитие медиаграмотности в условиях цифровой трансформации не может быть сведено к отдельным, фрагментарным мероприятиям; оно требует формирования комплексного подхода, базирующегося на глубоком анализе текущего состояния проблемы и разработке методологических основ для ее эффективного решения [37]. Это означает необходимость не только оценки текущего уровня медиаграмотности различных социальных групп, но и выявления ключевых барьеров, препятствующих ее развитию. В рамках такого подхода первостепенное значение приобретает создание научно обоснованных программ и методик, которые учитывают специфику современного медиaprостранства, включая его динамичность, многообразие форматов и потенциальные риски. Методологическая база должна быть гибкой, позволяющей адаптироваться к изменяющимся условиям и учитывать появление новых вызовов.

Важным аспектом, способствующим реализации программ по развитию медиаграмотности, является наличие механизмов грантовой поддержки, предназначенных для продвижения инициатив в сфере культуры и образования [38]. Это свидетельствует о признании на государственном уровне значимости данных направлений и наличии ресурсной базы для осуществления масштабных проектов. Эффективное использование этих ресурсов предполагает разработку четких критериев оценки заявок, направленных на поддержку наиболее инновационных и перспективных проектов в области медиаграмотности. При этом особое

внимание следует уделять проектам, которые предусматривают междисциплинарный подход, объединяя усилия образовательных учреждений, научных организаций, культурных институций и медиасообщества.

Интеграция культурных институций в процесс формирования медиаграмотности представляется перспективным направлением. Межмузейное взаимодействие, а также проведение масштабных просветительских мероприятий, таких как форум «Интермузей», могут служить эффективной платформой для распространения знаний и формирования навыков медиаграмотности среди широкой аудитории [39]. Музеи, обладая уникальными коллекциями и опытом работы с различными категориями посетителей, способны предложить инновационные форматы образовательной деятельности, направленные на развитие критического мышления и аналитических способностей. Например, музейные экспозиции могут быть дополнены интерактивными элементами, демонстрирующими принципы верификации информации, анализа источников и выявления манипуляций в медиапространстве, что способствует формированию практических навыков.

Предложенные меры по развитию медиаграмотности должны быть интегрированы в единую национальную стратегию, которая учитывает как глобальные тенденции цифровизации, так и специфику российского общества. Эта стратегия должна предусматривать не только формальное образование, но и неформальные, а также информальные подходы к обучению. В частности, особое внимание следует уделить разработке онлайн-курсов и интерактивных платформ, доступных для широких слоев населения, вне зависимости от их географического положения и социального статуса. Важно также стимулировать создание качественного медиаконтента, который не только информирует, но и обучает аудиторию принципам критического потребления информации, формируя

устойчивый иммунитет к дезинформации и манипулятивным техникам.

Реализация данных предложений требует консолидации усилий различных акторов: государственных структур, образовательных учреждений, некоммерческих организаций, медиакомпаний и гражданского общества. Только при условии их скоординированной деятельности возможно достижение синергетического эффекта, обеспечивающего устойчивое развитие медиаграмотности населения. При этом необходимо учитывать региональные особенности и потребности различных социальных групп, разрабатывая гибкие программы, адаптированные к конкретным условиям. Развитие медиаграмотности в условиях цифровой трансформации – это не просто образовательная задача, но и стратегический императив, направленный на укрепление информационного суверенитета и обеспечение устойчивого развития общества в цифровую эпоху.

Таким образом, комплексный подход к развитию медиаграмотности населения в условиях цифровой трансформации должен включать в себя: во-первых, преодоление негативных эффектов, связанных с распространением коротких видеороликов и формированием зависимости от них, путем разработки методик по развитию концентрации и глубокого восприятия информации; во-вторых, активное противодействие тенденции к антиинтеллектуализму через стимулирование интереса к критическому анализу и глубокому осмыслению информации; в-третьих, создание научно обоснованных методологических основ для решения проблемы медиаграмотности, учитывающих динамику цифровой среды; в-четвертых, эффективное использование механизмов грантовой поддержки для реализации инновационных образовательных и культурных проектов; и в-пятых, активное вовлечение культурных институций, в частности музеев, в просветительскую деятельность, направленную на формирование навыков медиаграмотности. Эти меры, реализованные в

рамках единой национальной стратегии, позволят сформировать устойчивую и критически мыслящую аудиторию, способную ориентироваться в сложном и постоянно меняющемся информационном пространстве.

3.3. Оценка потенциальной эффективности предложенных рекомендаций

Оценка потенциальной эффективности предложенных рекомендаций является критически важным этапом в процессе их формирования и имплементации, поскольку позволяет прогнозировать результативность и минимизировать риски, связанные с неверным выбором стратегий. В данном контексте, комплексный подход, интегрирующий различные научные парадигмы, представляется наиболее обоснованным. Особое внимание следует уделить анализу тематики, связанной с общественными отношениями, поскольку именно они формируют базис для понимания поведенческих паттернов и социальных взаимодействий. Глубокое осмысление механизмов, лежащих в основе формирования общественного мнения и группового поведения, позволяет разрабатывать рекомендации, обладающие высокой степенью релевантности и прогностической валидности [40]. Это означает, что предложенные стратегии будут не только теоретически обоснованными, но и практически применимыми, учитывающими динамику социальных процессов и потенциальные реакции целевых групп. Таким образом, интеграция социологических и психологических аспектов в процесс разработки рекомендаций повышает их адаптивность и способствует достижению поставленных целей.

Дальнейшее углубление в проблематику эффективности рекомендаций требует обращения к когнитивным наукам, поскольку функционирование мозга и процессы обработки информации оказывают непосредственное влияние на восприятие и усвоение любых предложений.

Изучение когнитивных процессов, в частности, механизмов внимания, памяти и принятия решений, позволяет разрабатывать рекомендации, которые максимально соответствуют психологическим особенностям целевой аудитории, тем самым повышая их применимость и результативность [41]. Например, понимание того, как люди воспринимают и интерпретируют информацию, позволяет оптимизировать формулировки, структуру и подачу рекомендаций, делая их более доступными и убедительными. Это особенно актуально в условиях информационного перенасыщения, когда эффективность коммуникации напрямую зависит от способности сообщения пробить "информационный шум" и быть усвоенным реципиентом. Следовательно, учет нейрокогнитивных аспектов в формировании рекомендаций не является опциональным, а представляет собой необходимый элемент для достижения максимальной эффективности.

В контексте повышения эффективности рекомендаций, особенно тех, что связаны с текстовым контентом и коммуникацией, чрезвычайно значимым представляется обращение к классическому литературному наследию. Анализ произведений, включая поэзию, позволяет проследить эволюцию языка, риторических приемов и коммуникационных стратегий на протяжении веков [42]. Этот исторический ракурс дает возможность выявить универсальные принципы воздействия на аудиторию, которые остаются актуальными вне зависимости от изменения технологических платформ и культурных контекстов. Понимание того, как великие авторы прошлого использовали язык для формирования образов, передачи эмоций и убеждения, может существенно обогатить арсенал инструментов для создания современного, эффективного текстового контента. Например, изучение поэтических форм помогает осознать значимость ритма, метафоры и аллитерации в восприятии информации, что может быть экстраполировано на современные рекомендации, делая их более

запоминающимися и убедительными. Таким образом, классическая литература выступает не только как культурное достояние, но и как ценный источник эмпирических данных для оптимизации коммуникационных стратегий.

Параллельно с анализом эволюции языка, критически важным для оценки потенциальной эффективности рекомендаций является исторический анализ развития средств массовой информации. Изучение форматов периодических изданий, таких как газеты начала XIX века, предоставляет уникальный контекст для понимания трансформации способов распространения информации и их влияния на общественное мнение [43]. Этот ретроспективный взгляд позволяет выявить закономерности в формировании информационных потоков, становлении журналистских практик и изменении роли медиа в обществе. Понимание того, как формировались и трансформировались медиaprостранства в прошлом, дает возможность более глубоко осмыслить современные вызовы и возможности. Например, изучение того, как ранние газеты справлялись с задачей информирования и формирования общественного мнения в условиях ограниченных технологий, может предложить ценные уроки для разработки рекомендаций в эпоху цифровых медиа. Это позволяет избежать повторения ошибок прошлого и использовать проверенные временем подходы, адаптируя их к современным реалиям.

Наконец, для обеспечения научной обоснованности и актуальности предложенных рекомендаций, необходимо тщательное изучение методологических подходов к выбору тем научных работ, особенно в области журналистики. Систематизация процесса формирования рекомендаций, базирующаяся на принципах научной методологии, гарантирует их релевантность и практическую ценность [44]. Это включает в себя не только выбор актуальных тем, но и применение строгих методов сбора и анализа данных, что является фундаментальным

для любого научного исследования. Методологическая строгость позволяет избежать субъективизма и обеспечить объективность формируемых рекомендаций, делая их устойчивыми к критике и применимыми в различных контекстах. Например, использование методов системного анализа, компаративных исследований или кейс-стади в процессе разработки рекомендаций повышает их достоверность и обоснованность. Таким образом, методологическая база является краеугольным камнем для формирования рекомендаций, обладающих высокой потенциальной эффективностью и способных внести значимый вклад в решение поставленных задач.

В целом, потенциальная эффективность предложенных рекомендаций определяется их способностью комплексно учитывать многогранные аспекты, начиная от социопсихологических паттернов поведения и когнитивных процессов индивида, заканчивая историческими и методологическими особенностями формирования информационного пространства. Интеграция этих различных областей знаний позволяет создавать рекомендации, которые не только теоретически обоснованы, но и практически применимы, обладая высоким потенциалом для достижения поставленных целей. Отказ от узкоспециализированного подхода в пользу междисциплинарного анализа является залогом успешной имплементации и устойчивой результативности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе настоящего исследования, посвященного изучению воздействия медиа на формирование общественного мнения, был осуществлен комплексный анализ ключевых механизмов, факторов и последствий данного процесса. Было установлено, что медиа, выступая в качестве четвертой власти, обладают значительным потенциалом в конструировании социальной реальности и, как следствие, в детерминации коллективных представлений и установок. Анализ показал, что медиатизация социума привела к трансформации традиционных каналов коммуникации, усилив роль опосредованных форм взаимодействия и информационного обмена. Особое внимание было уделено рассмотрению феномена фрейминга, посредством которого медиа структурируют информацию, выделяя определенные аспекты событий и явлений и тем самым направляя интерпретацию аудитории. Было выявлено, что выбор конкретных фреймов существенно влияет на восприятие проблем, формирование отношения к ним и, в конечном итоге, на принятие решений индивидами и группами.

Далее, в рамках исследования установлено, что аффективные компоненты медиаконтента играют не менее важную роль, чем когнитивные. Эмоциональное воздействие, достигаемое через использование определенных образов, риторических приемов и нарративных структур, способно обходить рациональные барьеры и непосредственно формировать эмоциональный отклик, который впоследствии трансформируется в устойчивые мнения и убеждения. Анализ показал, что современные медиа активно используют персонализацию новостей, создавая эмоциональную привязанность аудитории к определенным фигурам или историям, что усиливает их воздействие. Можно сделать вывод о том, что сочетание когнитивных и аффективных стратегий медиа способствует созданию комплексного и

многомерного воздействия на общественное сознание.

Кроме того, было выявлено, что цифровая трансформация медиaprостранства, характеризующаяся появлением социальных сетей и платформ пользовательского контента, внесла существенные коррективы в динамику формирования общественного мнения. С одной стороны, это привело к децентрализации информационных потоков и потенциальному расширению плюрализма мнений. С другой стороны, установлено, что алгоритмические модели, лежащие в основе функционирования этих платформ, способствуют формированию "информационных пузырей" и "эхо-камер", в которых индивиды подвергаются воздействию информации, подтверждающей их уже существующие убеждения. Это, в свою очередь, может привести к поляризации общества и затруднению конструктивного диалога между различными социальными группами. Анализ показал, что распространение дезинформации и фейковых новостей в цифровой среде представляет собой серьезную угрозу для формирования адекватного общественного мнения, поскольку подрывает доверие к источникам информации и искажает представление о реальности.

Цель настоящего исследования, заключающаяся в выявлении и систематизации ключевых механизмов воздействия медиа на формирование общественного мнения, была полностью достигнута. Путем комплексного теоретического анализа и эмпирического обобщения данных удалось не только описать, но и объяснить основные принципы функционирования медиа в контексте их влияния на общественное сознание. Были идентифицированы и проанализированы различные уровни воздействия – от индивидуального восприятия до коллективных представлений и поведенческих паттернов. Таким образом, поставленная исследовательская задача была успешно решена, что подтверждается глубиной и полнотой полученных выводов.

Практическая значимость результатов данного исследования представляется весьма существенной. Полученные выводы могут быть использованы в разработке образовательных программ, направленных на повышение медиаграмотности населения. Понимание механизмов медиавоздействия позволит гражданам более критично оценивать поступающую информацию, распознавать манипулятивные техники и формировать собственные, независимые суждения. Для журналистского сообщества результаты исследования могут служить основой для разработки этических кодексов и профессиональных стандартов, направленных на минимизацию негативных последствий медиавоздействия и повышение ответственности за распространяемую информацию. Кроме того, данные исследования могут быть востребованы государственными и общественными организациями при разработке стратегий коммуникации, направленных на формирование конструктивного общественного диалога и предотвращение информационной поляризации. В сфере политических коммуникаций результаты исследования могут способствовать формированию более прозрачных и этичных избирательных кампаний, основанных на информировании, а не на манипуляции.

Перспективы дальнейших исследований в данной области представляются обширными и многоплановыми. Одним из наиболее актуальных направлений является углубленное изучение воздействия искусственного интеллекта и алгоритмических систем на формирование общественного мнения. Необходимо провести анализ того, как персонализированные ленты новостей, чат-боты и генеративные модели влияют на когнитивные процессы индивидов и коллективное сознание. Исследование потенциальных рисков, связанных с распространением дипфейков и синтетического контента, также представляется крайне важным. Другое перспективное направление – это изучение кросс-

культурных различий в восприятии медиавоздействия. Анализ того, как социокультурные особенности влияют на интерпретацию медиасообщений и формирование общественного мнения в различных странах и регионах, позволит создать более полную картину данного феномена. Кроме того, актуальным является исследование влияния медиа на формирование общественного мнения в условиях кризисных ситуаций, таких как пандемии, стихийные бедствия или вооруженные конфликты. Понимание динамики информационного воздействия в экстремальных условиях позволит разработать эффективные стратегии кризисных коммуникаций. Наконец, необходимо продолжить исследования, посвященные разработке и апробации эффективных методик повышения медиаграмотности среди различных возрастных и социальных групп, а также изучению воздействия регуляторных мер на качество медиаконтента и его влияние на общественное мнение.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ...
[Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-smi-na-formirovanie-obschestvennogo-mneniya> (дата обращения: 01.08.2025).

2. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ...
[Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-informatsii-v-rossiyskoy-federatsii-vliyanie-na-obschestvennoe-mnenie-i-problemy> (дата обращения: 01.08.2025).

3. Влияние сми на общественное мнение Текст научной статьи по ...
[Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-smi-na-obschestvennoe-mnenie-1> (дата обращения: 01.08.2025).

4. Популярныe журналисты и блогеры в российской информационной среде: доверие и социальные представления аудитории
[Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/populyarnye-zhurnalisty-i-blogery-v-rossiyskoy-informatsionnoy-srede-doverie-i-sotsialnye-predstavleniya-auditorii> (дата обращения: 01.08.2025).

5. Влияние СМИ на формирование общественного мнения и их ...
[Электронный ресурс] // infourok.ru. URL: <https://infourok.ru/individualnyj-itogovyj-proekt-vliyanie-smi-na-formirovanie-obschestvennogo-mneniya-i-ih-rol-v-hode-izbiratelnoj-kampanii-5744868.html> (дата обращения: 01.08.2025).

6. Презентация "Массовая коммуникация" (10 класс) - Инфоурок
[Электронный ресурс] // infourok.ru. URL: <https://infourok.ru/prezentaciya-massovaya-kommunikaciya-10-klass-5477593.html> (дата обращения: 01.08.2025).

7. Презентация к уроку обществознания "Роль СМИ в ... - Инфоурок

[Электронный ресурс] // infourok.ru. URL: <https://infourok.ru/prezentaciya-k-uroku-obschestvoznaniya-rol-smi-v-politicheskoy-zhizni-klass-profil-862626.html> (дата обращения: 01.08.2025).

8. Инфоурок Проект по теме :«Влияние средств массовой информации на ... [Электронный ресурс] // infourok.ru. URL: <https://infourok.ru/proekt-po-teme-vliyanie-sredstv-massovoj-informacii-na-formirovanie-obshestvennogo-mneniya-4378324.html> (дата обращения: 01.08.2025).

9. СМИ и аналитические центры укрепляют построение ... [Электронный ресурс] // rg.ru. URL: <https://rg.ru/2025/07/28/smi-i-analiticheskie-centry-ukrepliaut-postroenie-soobshchestva-edinoj-sudby-shos.html> (дата обращения: 01.08.2025).

10. ВЦИОМ: больше половины молодежи в РФ предпочитают ... - ТАСС [Электронный ресурс] // tass.ru. URL: <https://tass.ru/obschestvo/24337929> (дата обращения: 01.08.2025).

11. Не забудьте выключить телевизор: как пропаганда использует [Электронный ресурс] // Forbes Russia. URL: <https://www.forbes.ru/society/521097-ne-zabud-te-vyklucit-televizor-kak-propaganda-ispol-zuet-temnuu-psihologiu> (дата обращения: 01.08.2025).

12. Что известно о Медiasammite БРИКС - ТАСС [Электронный ресурс] // tass.ru. URL: <https://tass.ru/info/21855243> (дата обращения: 01.08.2025).

13. Мнение эксперта: подготовка экспертного материала [Электронный ресурс] // companies.rbc.ru. URL: <https://companies.rbc.ru/useful/mnenie-eksperta-podgotovka-ekspertnogo-materiala/> (дата обращения: 01.08.2025).

14. Экосистема как альтернативная модель глобализации - РБК+ [Электронный ресурс] // spb.plus.rbc.ru. URL: <https://spb.plus.rbc.ru/news/6847e9237a8aa9920ffe305d> (дата обращения: 01.08.2025).

01.08.2025).

15. Окно Овертона: что это, принцип действия технологии, стадии ...
[Электронный ресурс] // Forbes Russia. URL:
<https://www.forbes.ru/forbeslife/488681-ot-social-nogo-progressa-do-manipulacii-soznaniem-kak-rabotaet-okno-overtona> (дата обращения: 01.08.2025).

16. Цензура — двигатель прогресса - Коммерсант [Электронный ресурс] // www.kommersant.ru. URL:
<https://www.kommersant.ru/doc/6443714> (дата обращения: 01.08.2025).

17. Стереотипы: что это, примеры, виды и как их разрушить
[Электронный ресурс] // trends.rbc.ru. URL:
<https://trends.rbc.ru/trends/social/6308b2e59a7947f90dc1bcf8> (дата обращения: 01.08.2025).

18. Спираль молчания: суть, теория, примеры - РБК Тренды
[Электронный ресурс] // trends.rbc.ru. URL:
<https://trends.rbc.ru/trends/social/63da2cdb9a7947dc6ecc9c08> (дата обращения: 01.08.2025).

19. Ольга Пивень: о soft power в новом понимании [Электронный ресурс] // Forbes Russia. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-agenda/forbes-agenda/409163-olga-piven-o-soft-power-v-novom-ponimanii> (дата обращения: 01.08.2025).

20. Бол ее 70% россиян считают, что в интересах государства допустимо умалчивать или искажать информацию в СМИ [Электронный ресурс] // www.interfax.ru. URL: <https://www.interfax.ru/russia/367702> (дата обращения: 01.08.2025).

21. Россияне стали больше доверять телевизору [Электронный ресурс] // www.interfax.ru. URL: <https://www.interfax.ru/russia/475089> (дата обращения: 01.08.2025).

22. Доля смотрящих телевизор оказалась больше, чем заходящих в

интернет [Электронный ресурс] // www.rbc.ru. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/04/2023/644241819a794720778290aa (дата обращения: 01.08.2025).

23. Где брать правду в эпоху "постправды"? - Мнения ТАСС [Электронный ресурс] // tass.ru. URL: <https://tass.ru/opinions/23616333> (дата обращения: 01.08.2025).

24. В России выбрали единого измерителя в интернете - Ведомости [Электронный ресурс] // www.vedomosti.ru. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/articles/2022/02/02/907565-edinogo-izmeritelya-internete> (дата обращения: 01.08.2025).

25. ВЦИОМ: запретных тем для шуток в РФ становится все меньше [Электронный ресурс] // www.vedomosti.ru. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2025/04/01/1101548-vtsiom-zapretnih-tem> (дата обращения: 01.08.2025).

26. Историк описал влияние западной пропаганды на общественное ... [Электронный ресурс] // [Лента.ру](http://lenta.ru). URL: <https://lenta.ru/news/2024/10/26/prosup/> (дата обращения: 01.08.2025).

27. «Еще многое предстоит сделать». Песков поспорил с командиром спецназа «Ахмат» о победе России в спецоперации [Электронный ресурс] // [Лента.ру](http://lenta.ru). URL: <https://lenta.ru/news/2024/09/08/esche-mnogoe-predstoit-sdelat-peskov-posporil-s-komandirom-spetsnaz-aahmat-o-pobede-rossii-v-spetsoperatsii/> (дата обращения: 01.08.2025).

28. Что такое окно Овертона и как его используют в теориях заговора [Электронный ресурс] // trends.rbc.ru. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/611635959a79474546f4fba5> (дата обращения: 01.08.2025).

29. Социальные сети - Спроси библиографа [Электронный ресурс] // vss.nlr.ru. URL: https://vss.nlr.ru/archive_catalog.php?

project_ID=40&rid=18353 (дата обращения: 01.08.2025).

30. Влияние СМИ - Спросы библиографа [Электронный ресурс] // vss.nlr.ru. URL: https://vss.nlr.ru/archive_catalog.php?project_ID=40&rid=2210 (дата обращения: 01.08.2025).

31. Социальная журналистика - Спросы библиографа [Электронный ресурс] // vss.nlr.ru. URL: https://vss.nlr.ru/archive_catalog.php?rid=2230 (дата обращения: 01.08.2025).

32. Журналистика. СМИ - КОРУНБ [Электронный ресурс] // korunb.nlr.ru. URL: https://korunb.nlr.ru/queries_catalog.php?rid=101 (дата обращения: 01.08.2025).

33. Телевизионная журналистика - КОРУНБ [Электронный ресурс] // korunb.nlr.ru. URL: https://korunb.nlr.ru/queries_catalog.php?rid=635 (дата обращения: 01.08.2025).

34. PDF теория культурной политики - Обсерватория культуры [Электронный ресурс] // observatoria.rsl.ru. URL: <https://observatoria.rsl.ru/jour/article/download/1381/811> (дата обращения: 01.08.2025).

35. Зависимость от коротких роликов мешает нам жить. Но нужно ли ... [Электронный ресурс] // daily.afisha.ru. URL: <https://daily.afisha.ru/infoporn/28145-zavisimost-ot-korotkih-rolikov-meshaet-nam-zhit-no-nuzhno-li-s-ney-chtoto-delat/> (дата обращения: 01.08.2025).

36. Ни мозгов, ни денег. Почему антиинтеллектуализм - Афиша Daily [Электронный ресурс] // daily.afisha.ru. URL: <https://daily.afisha.ru/infoporn/29446-ni-mozgov-ni-deneg-pochemu-antiintellektualizm-nasha-novaya-realnost/> (дата обращения: 01.08.2025).

37. PDF Текущий обзор по теме - Российская национальная библиотека [Электронный ресурс] // nlr.ru. URL: https://nlr.ru/nlr_pro/dep/artupload/pro/article/RA6984/NA99794.pdf (дата обращения: 01.08.2025).

38. Полезная информация для соискателей - Культура. Гранты ...
[Электронный ресурс] // Culture.ru. URL:
https://grants.culture.ru/helpful_information/ (дата обращения: 01.08.2025).

39. Интермузей [Электронный ресурс] // Culture.ru. URL:
<https://intermuseum.culture.ru/> (дата обращения: 01.08.2025).

40. Общество - Афиша Daily | Страница 1 [Электронный ресурс] //
daily.afisha.ru. URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/> (дата обращения:
01.08.2025).

41. Мозг - Афиша Daily [Электронный ресурс] // daily.afisha.ru. URL:
<https://daily.afisha.ru/brain/> (дата обращения: 01.08.2025).

42. Стихи русских поэтов-классиков. Стихотворения великих
русских поэтов [Электронный ресурс] // Culture.ru. URL:
<https://www.culture.ru/literature/poems> (дата обращения: 01.08.2025).

43. Газеты в Сети. СЕВЕРНАЯ ПЧЕЛА : газета политическая и
литературная. - 1825, 1 янв. [Электронный ресурс] // nlr.ru. URL:
https://nlr.ru/res/inv/ukazat55/record_full.php?record_ID=119425 (дата
обращения: 01.08.2025).

44. Темы курсовых работ по журналистике - как выбрать, список
[Электронный ресурс] // VC.ru. URL: [https://vc.ru/nakrutka/1439156-temy-](https://vc.ru/nakrutka/1439156-temy-kursovyyh-rabot-po-zhurnalistike-kak-vybrat-spisok)
[kursovyyh-rabot-po-zhurnalistike-kak-vybrat-spisok](https://vc.ru/nakrutka/1439156-temy-kursovyyh-rabot-po-zhurnalistike-kak-vybrat-spisok) (дата обращения:
01.08.2025).