



Научно-исследовательский журнал «Russian Economic Bulletin / Российский экономический вестник»

<https://dgpu-journals.ru>

2025, Том 8, № 1 / 2025, Vol. 8, Iss. 1 <https://dgpu-journals.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.4.7. Социология управления (социологические науки)

УДК 316.653

## Управленческие интенции публичной сферы: влияние социальных сетей на общественное мнение

<sup>1</sup> Ерохов М.В.,

<sup>1</sup> Епремян Т.В.,

<sup>1</sup> Косякова В.П.,

<sup>1</sup> Подъячева О.С.,

<sup>1</sup> Стаканова М.В.,

<sup>1</sup> Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

**Аннотация:** в статье рассматриваются вопросы, которые соответствуют такой специальности из перечня ВАК, как «5.4.7. Социология управления (социологические науки)». Авторы статьи рассматривают актуальные вопросы влияния социальных сетей на формирование общественного мнения. Это влияние проявляется благодаря применению управленческих интенций в публичной сфере. Приведены результаты социологического исследования, рассматривающего отношение респондентов к социальным сетям, а также характеризующего мнение опрошенных о воздействии социальных сетей как на восприятие действительности, так и на общественное мнение. Управленческие интенции играют большую роль в этом процессе. Особую важность данная проблематика приобретает в современную эпоху формирующегося информационного общества, в котором коммуникация в социальных сетях приобретает особое значение и имеет не только позитивные, но и негативные последствия. Авторы после анализа полученных результатов сформулировали рекомендации по избеганию отрицательных эффектов и усилению положительных. В статье делается вывод о том, что необходимо развивать программы обучения, направленные на повышение цифровой грамотности; разработать новые механизмы контроля за дезинформацией; стимулировать открытый диалог и обмен мнениями; активно привлекать сообщество к обсуждению актуальных вопросов через социальные сети.

**Ключевые слова:** общественное мнение, социальные сети, восприятие реальности, роль образования, социологическое исследование, инструмент коммуникации

**Для цитирования:** Ерохов М.В., Епремян Т.В., Косякова В.П., Подъячева О.С., Стаканова М.В. Управленческие интенции публичной сферы: влияние социальных сетей на общественное мнение // Russian Economic Bulletin. 2025. Том 8. № 1. С. 51 – 57.

Поступила в редакцию: 9 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 7 января 2025 г.; Принята к публикации: 25 февраля 2025 г.

## Managerial intentions of the public sphere: the influence of social networks on public opinion

<sup>1</sup> Erokhov M.V.,  
<sup>1</sup> Yepremyan T.V.,  
<sup>1</sup> Kosyakova V.P.,  
<sup>1</sup> Podyacheva O.S.,  
<sup>1</sup> Stakanova M.V.,  
<sup>1</sup> Bryansk State University named after Academician I. G. Petrovsky

**Abstract:** the article discusses issues that correspond to such a specialty from the list of the Higher Attestation Commission as «5.4.7. Sociology of Management (sociological sciences)». The authors of the article consider the current issues of the influence of social networks on the formation of public opinion. This influence is manifested through the application of managerial intentions in the public sphere. The article presents the results of a sociological study examining the respondents' attitude to social networks, as well as characterizing the opinion of respondents about the impact of social networks on both perception of reality and public opinion. Managerial intentions play an important role in this process. This issue is of particular importance in the modern era of the emerging information society, in which communication on social networks is of particular importance and has not only positive but also negative consequences. After analyzing the results, the authors formulated recommendations for avoiding negative effects and enhancing positive ones. The article concludes that it is necessary to develop training programs aimed at improving digital literacy; develop new mechanisms for controlling disinformation; stimulate open dialogue and exchange of opinions; and actively involve the community in discussing topical issues through social networks.

**Keywords:** public opinion, social networks, perception of reality, the role of education, sociological research, communication tool

**For citation:** Erokhov M.V., Yepremyan T.V., Kosyakova V.P., Podyacheva O.S., Stakanova M.V. Managerial intentions of the public sphere: the influence of social networks on public opinion. Russian Economic Bulletin. 2025. 8 (1). P. 51 – 57.

The article was submitted: November 9, 2024; Approved after reviewing: January 7, 2025; Accepted for publication: February 25, 2025.

### Введение

Актуальным является обращение к вопросам влияния социальных сетей на пользователей, что обусловлено развитием цифровых технологий в современном формирующемся информационном обществе. Очень важно преодолевать негативные процессы с помощью социального капитала [3] в коммуникативном поле современного социума, характеризующегося как негативными тенденциями потребления, так и позитивными, например, улучшение эффективности производства и предоставления услуг.

Очень важно видеть эти и другие положительные последствия цифровизации [7, 16, 17] и развивать их далее, а также стремиться избавляться от отрицательных эффектов, к каковым относятся следующие: снижение общего числа рабочих мест (повсеместная цифровизация может способствовать исключению большого числа работоспособных граждан из привычных для них процессов); появление недобросовестных пользователей новых услуг; цифровое мошенничество; пиратство и

распространение вредоносного контента; размытие границ личного и рабочего времени (развитие электронных средств коммуникации создаёт базу для «неформального» увеличения продолжительности рабочего дня); ухудшение социальной коммуникации (живое человеческое взаимодействие заменяется коммуникативными технологиями); влияние на цифровое поколение (информационно-коммуникационные технологии могут оказывать негативное влияние на детей и подростков, подменяя реальные социальные связи и идентичность виртуальными); проблемы с кибербезопасностью (ошибки в системах безопасности могут привести к массовой утечке персональных данных). Учение о коллективном бессознательном К. Юнга [1] и развитие теории человеческого социального действия Т. Парсонса [2] помогают рассматривать процессы, протекающие в современном обществе.

### Материалы и методы исследований

В современном мире социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни, оказывая значительное влияние на формирование

общественного мнения. Социальные платформы не только предоставляют пользователям возможность обмена информацией и взаимодействия, но и меняют способ восприятия событий, мнений и ценностей (по сравнению с воздействием телевидения [12]). В условиях глобализации и стремительного распространения цифровых технологий влияние социальных сетей на общественное мнение становится предметом внимания исследователей [9, 18, 19], журналистов [14, 13] и политиков, поэтому так важно проводить социологические исследования, позволяющие более чётко интерпретировать то или иное явление, связанное с социальными сетями и новыми цифровыми технологиями [4].

Социальные сети функционируют как современные арены для обсуждения, где каждый может высказать свое мнение и быть услышанным. Эта возможность непосредственного вовлечения пользователей приводит к образованию общественного мнения, которое нередко имеет алгоритмически определяемые предпочтения. Алгоритмы, используемые на платформах, подбирают контент, основываясь на поведении пользователей, что может как усиливать уже существующие убеждения, так и создавать «эхо-камеры», где информация фильтруется и предвзято представляется. В социальных сетях эхо-камера работает по принципу самоусиливающейся системы. Каждое действие пользователя – лайк, репост, комментарий или даже время, проведенное за чтением определенного поста – становится сигналом для алгоритмов. В результате пользователь видит множество постов, которые подтверждают его взгляды. Избежать эхо-камеры можно, расширяя поиск данных, проверяя и изучая при этом альтернативные источники информации.

Данная статья направлена на исследование широкого спектра аспектов влияния социальных сетей на общественное мнение, включая механизмы формирования мнений, роль информации, как положительных, так и отрицательных сторон таких изменений, а также влияние алгоритмов и фильтров, которые определяют, какие сообщения доносятся до пользователей. Мы также проанализируем, как социальные сети формируют коллективные идентичности [10] и общественные движения и каким образом они способствуют как распространению информации, так и дезинформации. В результате, нам предстоит разобраться в том, каким образом современное общество адаптируется к новому информационному ландшафту.

Социальные сети становятся всё более популярными и влиятельными, они оказывают значительное воздействие на формирование обществен-

ного мнения и распространение информации. С развитием технологий меняются способы общения людей [15, 6], и социальные сети играют в этом ключевую роль. Исследование их влияния помогает понять, как эти изменения влияют на общество. Социальные медиа могут использоваться для манипулирования общественным мнением, распространения дезинформации и формирования определённых взглядов. Изучение этого процесса важно для понимания механизмов работы общества. Исследование влияния социальных сетей позволяет лучше понять современные тенденции в обществе, что важно для прогнозирования будущих изменений. Результаты исследования могут быть использованы для разработки стратегий управления информационным пространством и противодействия негативному влиянию социальных сетей: отсутствие эмоциональной связи, зависимость от виртуального мира, аутизм и деградация личности, удобное средство для травли (анонимность пользователей во многих случаях), ухудшение навыков личного общения, «отключение» от реальности, соцсети делают людей ленивыми, создают искажение представление о других, могут изменять мышление и восприятие информации, мешают зачатую образовательному процессу и другие.

На базе научно-исследовательской лаборатории «Социологии и социальных технологий» Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского в ноябре-декабре 2024 года было проведено авторами статьи О.С. Подъячевой и В.П. Косяковой (научный руководитель – Т.В. Епремян) социологическое исследование о влиянии социальных сетей на формирование общественного мнения.

Предмет – особенности восприятия информации пользователями социальных сетей. Нами были выдвинуты две гипотезы: 1) более 70% респондентов подвержены влиянию социальных сетей; 2) больше половины респондентов считают, что социальные сети могут влиять на формирование общественного мнения.

Задачами являлись следующие: 1) изучить актуальность исследуемой проблемы; 2) разработать инструментарий исследования; 3) провести анкетирование респондентов; 4) проанализировать полученный в результате исследования данные; 5) разработать рекомендации по оптимизации использования социальных сетей для формирования позитивного общественного мнения и противодействия негативному влиянию.

Методом исследования стал социологический опрос в форме анкетирования. Выборочная совокупность – 108 жителей города Брянска в воз-

расте от 18 до 50 лет, генеральная же совокупность – население города Брянска.

### Результаты и обсуждения

В анкетировании приняли участие 108 респондентов. После выбраковки количество анкет снизилось до 101. Ознакомимся с результатами исследования. Соотношение полов среди 101 респондента: 75,2% опрошенных – женщины (76 человек), а 24,8% – мужчины (25 человек).

Рассмотрим распределение респондентов по возрастным группам. Из 101 участника исследования большинство (60,4% от числа всех респондентов) находятся в возрасте от 18 до 25 лет. Возрастная группа 36-50 лет составляет 30,7% опрошенных, а группа 26-35 лет составляет наименьшую долю (8,9%). Как видно из демографических данных анкеты, большая часть респондентов – молодые люди, соответственно студенческая молодежь: в данной среде более всего распространено пользование социальными сетями, что подтверждено и данными нашего социологического исследования. Именно эта социальная демографическая группа чаще других групп по возрасту использует онлайн-платформы для общения, знакомства, создания социальных отношений между людьми, которые имеют сходные интересы. Чем моложе пользователи, тем большая вероятность, что они чаще других проводят время в виртуальной реальности, а именно в социальных сетях.

Судя по ответу на один из вопросов анкеты все опрошенные респонденты пользуются социальными сетями (а именно 101 респондент).

Обратимся к распределению ответов респондентов на следующий вопрос, который предполагал анализ того, как часто информация, получаемая из соцсетей, вызывает у респондентов сильные эмоции. Причем в ходе исследования нами не уточнялось, какие именно чувства вызывает та или иная информация. Спектр эмоций (психических процессов, в которых отражается субъективная оценка человеком ситуации) широк: от отрицательных (например, ужас, отвращение, гнев, раздражение, ярость и другие) до положительных (например, радость, восторг, воодушевление и другие). Нам было важно узнать мнение респондентов именно о том, изменяет ли информация из соцсетей эмоциональное состояние респондентов – пользователей той или иной социальной сети без уточнения, какую именно эмоцию вызывает информация.

Частота столкновений с информацией, вызывающей сильные эмоции, среди 101 респондента следующая: наибольшую долю (51,4%) составляет категория «Иногда». «Часто» ответили 22,8%

опрошенных, «Редко» – 23,8%, а «Никогда» – лишь 2%.

Обратимся к результату ответа на вопрос о влиянии социальных сетей на восприятие реальности респондентами. Большинство (61,4%) считает, что соцсети влияют, но незначительно. 26,7% уверены в сильном влиянии, а 11,9% считают, что соцсети не влияют совсем. Таким образом, распределение ответов респондентов на вопрос «Считаете ли Вы, что социальные сети влияют на ваше восприятие реальности?» доказывает гипотезу №1: 88,1% процент опрошенных считают, что социальные сети оказывают на них влияние (данный процент складывается из варианта ответа «влияют незначительно» (61,4% от числа всех респондентов) и варианта ответа «большое влияние» (26,7% от числа всех респондентов), что в целом доказывает наличие влияния).

Обратимся к распределению ответов на следующий вопрос, который отражает мнение респондентов о том, оказывают ли социальные сети влияние на формирование общественного мнения: из 101 респондента 76,2% считают, что социальные сети могут сильно влиять на формирование общественного мнения. 22,8% полагают, что соцсети могут влиять, но незначительно, а 1% считает, что соцсети не могут влиять совсем. Полученные результаты могут служить подтверждением гипотезы №2: «Больше половины респондентов считают, что социальные сети могут влиять на формирование общественного мнения».

Социальные сети радикально изменили ландшафт формирования общественного мнения, создавая платформу для мгновенного обмена информацией и взаимодействия. Они предоставили пользователям возможность выражать свои мнения, делиться идеями и формировать дискуссии, которые, в свою очередь, могут быстро распространяться среди широкой аудитории. Этот феномен приводит к ускоренному распространению как позитивных, так и негативных нарративов, влияя на восприятие различных социальных, политических и экономических вопросов.

Таким образом, социальные сети представляют собой двуликую реальность: с одной стороны, они могут служить инструментом для демократического диалога и социального прогресса, с другой — создавать риски для здравого рассуждения и конструктивного взаимодействия.

Исследование, проведенное в рамках анализа влияния социальных сетей на формирование общественного мнения, выявило ряд ключевых факторов, способствующих изменению восприятия информации: образование [5, 8, 11] и осведомленность; регулирование контента; поддержка разно-

образия мнений; участие граждан в обсуждениях. В связи с этим нами разработаны рекомендации для повышения эффективности управленческих интенций социальных сетей на формирование коммуникативных связей в социуме: 1) развитие программ обучения, направленных на повышение цифровой грамотности; надо уметь критически оценивать информацию, поступающую из различных источников, и отличать факты от мнений; 2) разработка новых механизмов контроля за дезинформацией, включая сотрудничество с платформами для обеспечения фактической проверки распространяемой информации; 3) стимулирование открытого диалога и обмена мнениями, создавая пространства для разнообразных голосов. Это поможет предотвратить изоляцию отдельных групп и укрепит социальное единство; 4) привлечение сообщества к обсуждению актуальных вопросов через социальные сети, создавая платформы для обмена идеями и предложениями.

Эти шаги, по нашему мнению, помогут улучшить качество общественного обсуждения и защитить демократические процессы в условиях цифровой эпохи.

### Выводы

Таким образом, можно сказать, что формирующееся информационное общество предъявляет особые требования как к индивидууму в частно-

сти, так и к социуму в целом. Во-первых, это цифровые навыки (владение компьютерными программами, умение работать с данными и анализировать информацию), во-вторых, гибкость и адаптивность (способность быстро адаптироваться к новым технологиям и изменениям в работе), в-третьих, креативность и инновационное мышление (способность генерировать новые идеи, решать проблемы и видеть возможности для улучшения процессов и создания новых продуктов и услуг), в-четвертых, коммуникационные навыки (умение эффективно коммуницировать в виртуальной среде, управлять онлайн-проектами и работать в распределенных командах), в-пятых, непрерывное обучение (постоянное обучение и саморазвитие; изучение новых технологий, видеть тренды в своей отрасли и принимать участие в профессиональных тренингах и курсах).

Социальные сети играют немалую роль в формировании навыков и умений, необходимых для ответа на вызовы цифровой эпохи, в получении важной и для личности, и для общества информации, а также в приобретении знаний, необходимых для развития интеллектуального потенциала индивида. Социальные сети также имеют большое значение для формирования общественного мнения, что подтверждено в числе прочего и нашим социологическим исследованием.

### Список источников

1. Бабосов Е.М. Теоретическое наследие классиков социальной мысли: Карл Густав Юнг. Москва, 2019. 160 с.
2. Бабосова Е.С. Развитие неопарсонсианства на рубеже XX-XXI в. // Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология. 2015. № 3. С. 5 – 23.
3. Волнистая М.Г. Социальный капитал коммуникативного поля научного сообщества // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2018. № 3. С. 89 – 95.
4. Воронов К.А. Взгляд социолога на цензуру средств массовой информации: за и против // Научный журнал Дискурс. 2017. № 12 (14). С. 158 – 165.
5. Гезалов А.А.о. Статус и миссия университета в постмодерне // Век глобализации. 2018. № 4(28). С. 152 – 159.
6. Енремян Т.В. Дискурсивные управленческие технологии текстовой деятельности // Russian Economic Bulletin. 2023. Т. 6. № 2. С. 52 – 57.
7. Кусова Л.Н. Информационное общество и молодежь: проблемы и особенности социальной адаптации // Консолидация российского общества в новых геополитических реалиях. Вологда, 2023. С. 208 – 212.
8. Мамедов А.К. Конвергенция науки в образовательный процесс: решение и технологические линии // Труд и социальные отношения. 2009. Т. 20. № 3. С. 4 – 12.
9. Мамедов А.К. Реальность будущего или кризис социальных теорий? // Социология образования. 2011. № 2. С. 17 – 25.
10. Мамедов А.К. Теоретические подходы к пониманию идентичности в современной социологической науке // Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология. 2015. № 1. С. 43 – 59.
11. Мамедов А.К. Этические параметры развития современной науки (опыт институционального анализа) // Вестник Московского университета. Серия 18, Социология и политология. 2011. № 1. С. 53 – 64.
12. Шилин А.М. Дискурс телевизионного текста: основные категории // Коммуникация в современном мире. Воронеж, 2022. С. 34 – 36.

13. Шилин А.М. Отражение социальных процессов в дискурсе СМИ // *Дискурсология и медиакритика средств массовой информации*. Белгород, 2021. С. 471 – 478.
14. Шилин А.М. Языковая личность журналиста как социально ориентированного индивида // *Моисеевские чтения. Климатические и иные резкие изменения в современной окружающей среде как реальная угроза развитию общества*. Москва, 2024. С. 475 – 481.
15. Шилина С.А. Дискурсивные технологии в текстовой деятельности участников образовательного процесса // *Современные дискурсы социологической теории и практики*. Москва, 2023. С. 79 – 83.
16. Шилина С.А. Коммуникативная личность в эпоху цифровизации // *Искусственный интеллект и общественное развитие: новые возможности и преграды*. Москва, 2022. С. 338 – 341.
17. Шилина С.А. Коммуникативное поле дискурса культурного кода в условиях цифровизации // *Роль социологии в конструировании России будущего*. Москва, 2023. С. 502 – 506.
18. Шилина С.А. Миграционные процессы в дискурсе средств массовой информации // *Социальная динамика населения и устойчивое развитие*. Москва, 2019. С. 424 – 428.
19. Шилина С.А. Стилистические особенности публицистического текста как отражение социокультурных процессов в дискурсе СМИ // *Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы*. Мінск, 2017. С. 299 – 302.

### References

1. Babosov E.M. *Theoretical Heritage of the Classics of Social Thought: Carl Gustav Jung*. Moscow, 2019. 160 p.
2. Babosova E.S. Development of Neo-Parsonism at the Turn of the 20th-21st Centuries. *Bulletin of Moscow University. Series 18, Sociology and Political Science*. 2015. No. 3. P. 5 – 23.
3. Volnistaya M.G. Social Capital of the Communicative Field of the Scientific Community. *Journal of the Belarusian State University. Sociology*. 2018. No. 3. P. 89 – 95.
4. Voronov K.A. A Sociologist's View of Mass Media Censorship: Pros and Cons. *Scientific Journal Discourse*. 2017. No. 12 (14). P. 158 – 165.
5. Gezalov A.A.o. Status and mission of the university in postmodernism. *The century of globalization*. 2018. No. 4(28). P. 152 – 159.
6. Yepremyan T.V. Discursive management technologies of text activity. *Russian Economic Bulletin*. 2023. Vol. 6. No. 2. P. 52 – 57.
7. Kusova L.N. Information society and youth: problems and features of social adaptation. *Consolidation of Russian society in new geopolitical realities*. Vologda, 2023. P. 208 – 212.
8. Mamedov A.K. Convergence of science in the educational process: solution and technological lines. *Labor and social relations*. 2009. Vol. 20. No. 3. P. 4 – 12.
9. Mamedov A.K. Reality of the Future or Crisis of Social Theories? *Sociology of Education*. 2011. No. 2. Pp. 17 – 25.
10. Mamedov A.K. Theoretical Approaches to Understanding Identity in Modern Sociological Science. *Bulletin of Moscow University. Series 18, Sociology and Political Science*. 2015. No. 1. P. 43 – 59.
11. Mamedov A.K. Ethical Parameters of Development of Modern Science (Experience of Institutional Analysis). *Bulletin of Moscow University. Series 18, Sociology and Political Science*. 2011. No. 1. P. 53 – 64.
12. Shilin A.M. Television text discourse: main categories. *Communication in the modern world*. Voronezh, 2022. P. 34 – 36.
13. Shilin A.M. Reflection of social processes in media discourse. *Discourseology and media criticism of the media*. Belgorod, 2021. P. 471 – 478.
14. Shilin A.M. Linguistic personality of a journalist as a socially oriented individual. *Moiseevskie readings. Climatic and other abrupt changes in the modern environment as a real threat to the development of society*. Moscow, 2024. P. 475 – 481.
15. Shilina S.A. Discursive technologies in the textual activity of participants in the educational process. *Modern discourses of sociological theory and practice*. Moscow, 2023. P. 79 – 83.
16. Shilina S.A. Communicative personality in the era of digitalization. *Artificial intelligence and social development: new opportunities and obstacles*. Moscow, 2022. P. 338 – 341.
17. Shilina S.A. Communicative field of the discourse of the cultural code in the context of digitalization. *The role of sociology in constructing the Russia of the future*. Moscow, 2023. P. 502 – 506.

18. Shilina S.A. *Migration processes in the discourse of the media. Social dynamics of the population and sustainable development. Moscow, 2019. P. 424 – 428.*

19. Shilina S.A. *Stylistic features of a journalistic text as a reflection of socio-cultural processes in the discourse of the media. Journalism-2017: status, problems and prospects. Minsk, 2017. P. 299 – 302.*

---

### Информация об авторах

Ерохов М.В., аспирант, Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Епремян Т.В., кандидат социологических наук, Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, [supershili2012@yandex.ru](mailto:supershili2012@yandex.ru)

Косякова В.П., Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Подъячева О.С., Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Стаканова М.В., кандидат исторических наук, доцент, Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

© Ерохов М.В., Епремян Т.В., Косякова В.П., Подъячева О.С., Стаканова М.В., 2025