

*Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 2 (71). С. 132–138.  
THE CASPIAN REGION: Politics, Economics, Culture. 2022. Vol. 2 (71). P. 132–138.*

Научная статья  
УДК 314/316  
doi: 10.54398/1818510X\_2022\_2\_132

### СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ

**Востриков Игорь Владимирович**

Астраханский государственный университет, Астрахань, Россия  
igvladvost@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3049-7444>

**Аннотация.** Статья посвящена изучению феномена социальных сетей как регулятора, стабилизатора и «управленца» общественным мнением, что становится особенно актуальным в «ковидную эпоху». Цель исследования заключается в рассмотрении конкретных примеров и анализе основных тенденций влияния сетевых сообществ на общественное мнение, кроме того, предпринята попытка проанализировать последствия такого влияния на формирование общественной психологии в России в ближайшие годы. Автор предпринимает попытку создать на основе небольшого количества статей по теме в научных журналах и информации, размещённой в интернете, картину направленного воздействия социальных сетей на пользователей сети Internet с целью изменения их идеалов, ценностей, мировоззрения. Проведённый автором социально-философский и контент-анализ показал, что управление общественным мнением в соцсетях может быть как позитивным, сплачивающим общество, так и негативным, порождающим протесты, фальсификацию правды, недоверие к власти и друг другу. При этом роль государства в ограничении манипуляций с общественным мнением возрастает пропорционально росту деструктивных влияний на общественную психологию. Через анализ сущности понятий «астротурфинг», «информационный вброс», «протестная дезинформация» И. В. Востриков приходит к выводу, что сама специфика общения и передачи информации в Сети сегодня подталкивает к использованию социальных сетей не только как средства коммуникации, но и как влиятельного «внушителя» определённой идеологии. А потому в условиях латентной подготовки к информационной войне и государству, и прогрессивной общественности необходимо консолидировать усилия по предотвращению манипуляций в идеологической сфере через социальные сообщества в интернете.

**Ключевые слова:** социальные сети, виртуальные сообщества, общественное мнение, социальное управление, астротурфинг, информационный вброс, информационная война, информационная кампания, новостной повод, идеология

**Для цитирования:** Востриков И. В. Социальные сети как эффективный способ управления общественным мнением // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 2 (71). С. 132–138. [https://doi.org/10.54398/1818510X\\_2022\\_2\\_132](https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_132).



Это произведение публикуется по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная.

### SOCIAL NETWORKS AS AN EFFECTIVE WAY TO MANAGE PUBLIC OPINION

**Igor V. Vostrikov**

Astrakhan State University, Astrakhan, Russia  
igvladvost@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3049-7444>

**Abstract.** The article is devoted to the study of the phenomenon of social networks as a regulator, stabilizer and "manager" of public opinion, which becomes especially relevant in the "covid era". The purpose of the study is to consider concrete examples and analyze the main trends of the influence of online communities on public opinion, in addition, an attempt is made to analyze the consequences of such influence on the formation of social psychology in Russia in the coming years. The author attempts to create, based on a small number of articles on the topic in scientific journals and information posted on the Internet, a picture of the directed impact of social networks on Internet users in order to change their ideals, values, and worldview. The author's socio-philosophical and content analysis showed that the management of public opinion in social networks can be both positive, rallying society, and negative, generating protests, falsification of the truth, distrust of the authorities and each other. At the same time, the role of the state in limiting manipulation of public opinion is increasing, in proportion to the growth of destructive influences on social psychology. Through the analysis of the essence of the concepts of "astroturfing", "information stuffing", "protest disinformation", I.V. Vostrikov comes to the conclusion that the very specifics of

communication and information transmission in the Network today pushes the use of social networks not only as a means of communication, but also as an influential "inspirer" of a certain ideology. Therefore, in conditions of latent preparation for an information war, both the state and the progressive public need to consolidate efforts to prevent manipulation in the ideological sphere through social communities on the Internet.

**Keywords:** social networks, virtual communities, public opinion, social management, astroturfing, information stuffing, information war, information campaign, news occasion, ideology

**For citation:** Vostrikov, I. V. Social networks as an effective way to manage public opinion. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura* [The Caspian Region: Politics, Economics, Culture]. 2022, no. 2 (71), pp. 132–138. [https://doi.org/10.54398/1818510X\\_2022\\_2\\_132](https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_132).



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

### *Введение*

В современном мире социальные сети всё сильнее и ощутимее встраиваются в жизнь человека. Причём если в середине «нулевых» годов они рассматривались, в основном, как средство коммуникации и приятного времяпрепровождения, то в последние пять – семь лет они неожиданно обрели также способность играть серьёзную управляюще-командную роль, способность указывать отдельным индивидам и даже некоторым социальным группам, как им поступать и развивать свою деятельность в той или иной жизненной ситуации.

Ещё более актуальной управляющую функцию социальных сетей сделала «ковидная эпоха», с самого начала третьего десятилетия XX в. Разумеется, исследований, прямо подтверждающих этот тезис, пока немного [3; 5; 8], однако появление новых обширных работ по теме, думается, – вопрос времени. В любом случае нельзя не признать усиление роли социальных сетей в формировании и преобразовании общественного мнения.

Целью данного исследования является социально-философский анализ феномена управления общественным мнением через социальную сеть. Но что же понимается под этим термином? Согласно одному из наиболее распространённых определений, представленных во Всемирной энциклопедии, – это «онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения... и работы» [13]. Ключевым фрагментом данной дефиниции необходимо считать создание социальных отношений, в процессе которых и складываются определённые управленческие идеи, принципы, ценности и идеалы, отличные от тех, что проявляются в офлайн-коммуникации. Именно через основу социальных сетей – пользователей виртуальных сообществ – проходит большое количество сложной, неоднозначной, но при этом легко усваиваемой информации, позволяющей вовлечь большую часть участников той или иной сети в информационные противостояния, крайней степенью которых выступают информационные войны. Человечество не должно допустить глобальной информационной войны, и одним из методов борьбы против неё может являться изучение механизмов воздействия соцсетей на общественное сознание и, шире, мировоззрение. Новизна же данного исследования заключается в анализе конкретных примеров влияния конкретных социальных сетей на общественную психологию, обобщении этих примеров в единую систему.

### *Основная часть*

Трудно не согласиться с А. А. Васильевым (иеромонахом Тихоном), утверждающим, что сегодня «...практически любой конфликт находит своё отражение в сети Интернет, и часто от образа в этом "зеркале" зависит конечный результат противостояния соперничающих сторон» [2, с. 208]. Развивая свою мысль, богослов полагает, что организованные в онлайн-пространстве структуры могут предложить своим читателям качественно новый уровень преподнесения информации, создающий иллюзии её объективности и свободы оперирования материалом, тогда как на самом деле это не так. А инструментарий в виде возможности создания групп, календаря, публикации файлов всевозможных форматов и использования огромного количества мобильных приложений увеличивают возможности формирования общественного мнения и «заигрывания» с ним в разы.

Хотелось бы добавить, что современная информационная среда «оттеняет» индивидуальность личности, обуславливая дефицит внимания к каждому отдельно взятому человеку. В социальных сетях происходит «преодоление» этого дефицита внимания, особенно в тематических группах, где человеку кажется, что он нашёл единомышленников, может свободно репостить информацию, лайкать, комментировать. Нет необходимости говорить, что всё это можно использовать для трансформации взглядов не только одного человека, но и целых социальных групп как в благих, так и не очень, целях. К сожалению, в последнее время преобладает тенденция управления группами людей и их взглядами на жизнь именно с неблагоприятными целями.

Главным «убойным орудием» социальных сетей принято считать их достоверность, осознанно или неосознанно используемую владельцами данных ресурсов для ненавязчивого, но весьма эффектив-

ного убеждения интернет-пользователей в своей правоте. Причём людей убеждает в достоверности информации то, что ею могут делиться как администраторы групп, так и их рядовые участники. Например, в конце 2021 г. в одной из крупных (свыше 10 000 участников) «проправительственных» групп сети «ВКонтакте» был выложен ролик одного из обычных пользователей, целью которого было показать ошибочность официальных сведений о продолжительности жизни среди мужского и женского населения в России. Проходя с камерой по одному из провинциальных кладбищ РФ, «журналист» осуществлял видеofиксацию дат рождения и смерти похороненных. На основании этой съёмки было заявлено, что после сопоставления возраста на момент смерти примерно тысячи мужчин и женщин, похороненных на кладбище N, можно прийти к выводу, что средний возраст мужчин более чем на 10 лет меньше официально заявленного, а женщин – примерно на 8,5 лет. Для большей убедительности автор ролика добавляет в конце, что эти данные нельзя признать стопроцентно достоверными, но они показывают общую тенденцию неправильного подсчёта средней продолжительности жизни в России. Несмотря на то, что эта условная группа состояла из участников, поддерживающих действия и решения правительства, «шквала» негативных комментариев под данным роликом не наблюдалось, напротив, многие ставили «лайки» и репостили видео. Названные выше обстоятельства, безусловно, не могут судить о тотальном изменении участниками группы своих взглядов, но они позволяют говорить о возможной трансформации отношения некоторых членов сообщества к конкретным проблемам именно благодаря достоверности, а, возможно, и сопричастности – ведь снять подобный ролик теоретически может любой участник почти что любой группы.

Следующее важное обстоятельство – визуальная привлекательность идей и идеологий, расположенных в интернет-пространстве. Яркие, заманчивые названия пабликов, обилие графической и звуковой информации, гармонично дополняющей друг друга, позволяют человеку легче определиться с более имманентными ему взглядами и ценностями и, в конечном счёте, самоидентифицировать себя с той или иной политической, культурной, социальной, религиозной группировкой. Надо ли говорить о том, что подобные обстоятельства расслабляют человека, обеспечивают ему обстановку доверительности в эпоху, когда в обществе возобладали противоположные «...тенденции деконсолидации, депрофессионализации, интеллектуальной и духовной деградации» [12, с. 3], делая его тем самым лёгким, безропотным, на всё согласным объектом управления.

В основе любой социальной сети лежит хорошо завуалированное и ощущаемое, скорее, подсознательно чувство поддержки единомышленников. «Ныряя» в интернет, человек ищет близкую по духу личность, которой можно безбоязненно открыться, в том числе, и в силу веры в анонимность «Всемирной паутины». Довольно многое в этой связи зависит от того, насколько демократично выстроены отношения между «верхами» социальных групп и всеми остальными. Разрыв между статусами «лидер группы» и «рядовой участник» не должен быть нарочито большим. К примеру, рядовым участникам сетей не должны запрещаться публикации постов, не полностью разделяющих политику руководства, а комментарии к этим постам не стоит засыпать враждебными ответами, в которых участники могут почувствовать «давление сверху». Сказанное особенно актуально в свете реакций на острые политические события, однозначная оценка которым ещё не дана, например текущие волнения в Казахстане или недавнее политическое противостояние президента А. Лукашенко и оппозиции в Белоруссии.

Все названные выше актуализаторы влияния социальных сетей на общественное мнение, разумеется, не стоит рассматривать ни как однозначно положительные, ни как безусловно негативные. Всё зависит от того, какие конечные цели преследуются таким управлением. Впрочем, в последнее время вводятся термины, несущие однозначно негативный оттенок, отражающий уже не управление, а прямую манипуляцию общественным мнением. Таковым является астротурфинг, преследующий цель искусственного формирования общественного мнения и создающий видимость широкой общественной поддержки. Метод осуществления астротурфинга прост и идеально подходит для интернет-среды: масштабное, даже массированное комментирование с использованием шаблонных средств для вытеснения реального мнения людей по «болевым точкам» современности. Могут быть созданы даже целые интернет-компании, убеждающие интернет-сообщество в том, что «большинство» требует или призывает к чему-то конкретному, либо, напротив, выступает против чего-либо.

Инструментарий астротурфинга разнообразен и включает в себя своеобразный минимум приёмов для управления общественным мнением: создаются группы специально обученных людей для размещения постов, комментариев, информационных топики и т. п. в социальных группах; продвигаются либо, наоборот, подвергаются троллингу идеи или группы идей, а также накручиваются просмотры или лайки для поднятия новости в рейтинге [7]. Здесь влияние на общественное мнение осуществляется посредством PR-профессионалов или, реже, простых «наёмных» интернет-пользователей, наполняющих социальные сети контентом нужной идеологической направленности. Проблема заключается здесь в том, что количество астротурферов не поддаётся даже приблизительной оценке, соответственно, не всегда понятно, имеет ли пользователь социальных сетей дело с реальным общественным мнением либо его формируют целые группировки специально обученных, хорошо знающих своё дело людей. Впрочем, иногда в интернет-пространстве проскакивает информация о численности астротурферов в какой-либо стране. Например, в 2008 г. британский таблоид «The Guardian» привёл информацию, что в Китае насчи-

тывается примерно 300 тысяч «формировальщиков общественного мнения», целью которых было отражение информационной атаки на Поднебесную, начавшейся после того, как были обнародованы факты массового отравления детей китайской «молочкой» [10].

Нет сомнений в том, что начало третьего десятилетия XXI в. астротурферы сосредоточились на планомерном освоении именно социальных сетей, поскольку их проще адаптировать под использование ботов: программ, выполняющих в автоматическом режиме или через заданные промежутки времени действия, присущие обычному пользователю. Организация слаженных действий ботов сегодня входит в сферу интересов не только технологов корпоративных лобби или маркетологов; этим, как выясняется, надёжным инструментом активно пользуются политтехнологи и даже государственные спецслужбы, основной целью которых являются даже не отдельные участники социальных сетей, но целые сетевые сообщества. Задача тотального подчинения общественного мнения уловкам астротурферов пока не представляется выполнимой, но новые ресурсы и возможности организаторов таких проектов переводят названный феномен на новый технологический уровень, позволяющий интегрировать мощные программные средства с возросшим собственно человеческим потенциалом.

Если верить влиятельному американскому блогу "Daily Kos", современные астротурфинговые компании имеют возможности для управления личными учётными записями каждого астротурфера, что создаёт впечатление присутствия большой поддержки того или иного действия корпорации или правительства. Уже упомянутое немаловажное ощущение достоверности усиливают возможности генерации всех «опорных точек», отличающих реального интернет-пользователя от фейка: имя, адрес электронной почты, регулярная активность, даже наличие определённого количества друзей. «Натуральность» аккаунта может поддерживаться автоматической публикацией постов, ссылками на контент, размещённый на других интернет-площадках, искусственным «состариванием» страничек [9, с. 329–330]. Со временем наверняка будут появляться и новые приёмы, уменьшающие сомнения в подлинности аккаунтов, обилие которых может буквально взорвать интернет изнутри, лишит его остатков конструктивности в обмене мнениями. И в этом случае можно забыть о понятии онлайн-демократии в соцсетях, что можно рассматривать в качестве весьма тревожного симптома развития общества.

Разумеется, астротурфинг является внешним проявлением более глубинных, серьёзных проектов управления общественной психологией. Под ними мы понимаем теоретико-методологические изыскания, ставящие своей целью появление новых идей, аксиологических ориентиров и идеологий. Причём, чтобы общественное мнение восприняло эти идеи как «родные», необходимо, чтобы они были понятны, общедоступны и, в идеале, не требовали существенной технической поддержки, в том числе посредством астротурфинга. Стоит признать, однако, что разработка идеологий – весьма ресурсоёмкий и длительный процесс, поэтому в нём могут принять участие властные структуры или транснациональные корпорации со стороны заказчика, а со стороны исполнителя – крупные социальные сети вроде ВКонтакте.

Таким образом, можно констатировать, что проблема привлечения внимания или даже манипуляции им должна обеспечиваться сильными технологическими решениями, опираться на создание и применение адекватного поставленной задаче информационного и технического инструментария. Так, аналитик И. Ашманов предложил действенный математический метод обнаружения противоречий между новостными потоками в социальных сетях (или шире, в интернет-медиа) и целенаправленно влияющими на общественную психологию «вбросами» [1]. Определяя понятие информационного вброса, Ашманов делает акцент на сознательности появления в соцсетях ангажированной информации, преследующей определённую цель. Автор подчёркивает, что, собственно, новостью эта информация не является и не может являться в силу своей искусственности. А хорошо организованные вбросы и разного рода «негативистские» компании для несведущего человека выглядят совершенно естественно, потому их и применяют так часто в качестве средств для информационных атак.

Впрочем, даже при кажущейся достоверности имеется ряд признаков, указывающих на то, что пользователи сети имеют дело с информационной атакой. Поскольку эти признаки обстоятельно рассмотрены автором вышеназванной работы, позволим себе обозначить их схематично.

Первый признак – характер новости. Нередко старая новость по теме искусственным образом выводится в топ, где с ней работают уже «специалисты по контенту».

Второй признак – намеренное искажение истины для создания шумихи вокруг новости, «ловли хайпа».

Третий признак – характер и особенности распространения. Какое-либо «естественное» событие распространяется в интернете как хаотическая череда публикаций, причём публикации эти создаются разными авторами из различных регионов страны (земного шара) и выдержаны в различном тоне. Если же происходит вброс, то множество авторов примерно в одно и то же время постят практически одно и то же, образуя подающийся технической фиксации «пик активности».

Четвёртый признак – соотношение количества перепечаток (репостов) и оригиналов сообщения. Учитывать здесь необходимо именно авторские сообщения и созданную на их основе «новую» информацию, когда специально обученный человек меняет местами абзацы, добавляет новые слова, формулировки, после чего текст преподносится как авторский. Если оригиналов очень мало (не более пяти), то имеет место информационный вброс.

Пятый признак – характеристики аккаунта в социальной сети, с которого подаётся информация. Чаще всего под вброс, призванный направить общественное мнение в нужную сторону, готовится малопопулярный аккаунт, закрывающийся сразу после публикации «сенсационной» новости. Его миссия – подогреть интерес к проблеме, но она недостижима, если не влиять на никому не известный аккаунт со стороны. Здесь же, возможно, был созвон с «раскруточками», согласование действий, вброс ссылки либо другое похожее действие.

Шестым признаком, хотя, на наш взгляд, и не прямым, можно считать «отмывку» новости в СМИ. Происходит это так: информационные порталы через несколько часов после первых публикаций новости подхватывают её и «раскручивают», проводя мысль о том, что «в Интернете пишут так-то...». Это снимает ответственность за размещение недостоверной информации, поскольку СМИ делают ссылку на то, что «люди в Сети пишут, а мы только ссылаемся на их мнение». Благодаря этому вброшенный информационный повод «раскручивается» и «облагораживается» в интернет-СМИ. И в этом «очищенном» виде нередко добирается до газет, радио и телевидения.

Возвращаясь к теории И. Ашманова, стоит отметить подчёркиваемую автором гибкость технологий вбросов и «вирусного» распространения информации. Причём, вероятнее всего, эта тенденция сохранится и дальше, ускоряя распространение информации, в том числе и недостоверной.

Иллюзия анонимности человека в Сети активизирует попытки использовать «Всемирную паутину» для протестной деятельности. Сложно не согласиться с мыслью американского социолога Т. Постмеса, утверждающего, что интернет выступает инструментом, позволяющим совершать значительное количество действий без принятия, полным или частичным, ответственности за последствия этих действий [6, с. 138]. Разумеется, такое положение дел вызывает соблазн использовать все ресурсы Сети для постепенного установления контроля над пользователями, в первую очередь, социальных сетей.

Пока дело не зашло совсем далеко, государство попыталось взять ситуацию под свой контроль. Впрочем, его системы, позволяющие на законодательном уровне отслеживать источники напряжённости в соцсетях, стали появляться сравнительно недавно, не до конца адаптировались под специфику деятельности и не вышли на пик своей эффективности. В частности, Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) призвана осуществлять контроль и надзор в средствах массовой информации, в том числе электронных СМИ, и за контентом, доступным «неограниченному кругу лиц», который распространяется также и посредством соцсетей. К функциям этого органа исполнительной власти относится и соответствие обработки персональных данных требованиям законодательства России в названной сфере.

К сожалению, основная масса программных инструментов контроля пока не работает в полную силу и не может полностью искоренить проблему манипулирования общественным мнением. В то же время на конец 2021 – начало 2022 г. есть довольно эффективные площадки, например «Крибрум» – онлайн-сервис по сбору и аналитической обработке контента, размещённого в соцмедиа. Интересно, что к её созданию «приложил руку» вышеупомянутый аналитик И. Ашманов. Суть ресурса заключается в том, что программа скачивает и проводит анализ примерно 1 400 000 записей русскоязычного Твиттера, около 300 000 постов в «Живом Журнале» и около 17 000 000 записей «ВКонтакте» в день. Частично анализируется и контент «Фейсбука» и «Инстаграмма», независимые блоги и форумы, а также выборочно – заметки, опубликованные в новостных СМИ. Отмечая полезность программы, аналитики в качестве главного её достоинства отмечают быстрое время реакции на изменение обстановки – до 6–8 ч [11].

До начала 2021 г. довольно серьёзное влияние имела ещё одна система мониторинга соцсетей, разработанная негосударственным «Центром легитимности и политического протеста». Данный ресурс имел целью отслеживание массовых протестных акций при помощи анализа постов и репостов в социальных сетях. Он был призван спрогнозировать перерастание «спокойных» протестных настроений социальных масс в организованные движения. Разумеется, мишенью системы были только несогласованные с органами власти акции гражданского неповиновения: они прогнозировались в срок от двух недель до 30 дней и оперативно предупреждались – за 7–20 ч. На сегодняшний день названное выше юридическое лицо ликвидировано, вероятно, по той причине, что государство, взяв на вооружение технико-программные новшества, предложенные Центром, стремится самостоятельно держать курс на контроль социальных сетей.

В настоящее время можно констатировать, что названный курс является закономерным ответом на вызовы, задаваемые информационными кампаниями в соцсетях. Ведь обратной стороной любого протеста является недовольство граждан и в то же время страх, т. к. эти негативные эмоции очень легко использовать для управления социальной группой. Мы глубоко убеждены, что значительная часть протестных групп является отличным «рабочим материалом» для манипуляторов всех мастей, и было бы странно думать, что государство не озабочено этой проблемой. Также существует понимание того, что «Решение проблемы манипуляции вниманием в сетевых интерактивных медиа, несомненно, имеет технологическую сторону, но не ограничивается ею, так как является отражением и других уровней реальности (социальной, политической, экономической)» [9, с. 330]. В то же время эффективное противодействие против манипулирования и попыток управлять людьми через социальные сети уже найдено: современные информационные и лингвистические технологии действуют, регулярно обновляются, а их эф-

фективность анализируется государственными органами, что позволяет локализовать проблему в контексте современной глобальной информационно-коммуникационной среды.

#### *Выводы*

Таким образом, можно утверждать, что информационные технологии, реализованные посредством социальных сетей, ставят перед социумом новые проблемы и предлагают новые возможности для их решения. Это особенно актуально сегодня, когда общественное мнение зыбко и легко управляемо, даже через Internet. Всё усложняющийся и растущий инструментарий для управления вниманием огромной аудитории, казавшийся несколько лет назад благом, сегодня уже не воспринимается так однозначно, поскольку ясно, что он таит в себе и неограниченные возможности для фальсификаций и манипуляций. Активное использование социальных сетей большим количеством пользователей открывает оперативные и неограниченные возможности влияния на мнение и поведение людей, что превращает эти сети в поле баталий различных политических и экономических сил. Большая свобода, мнимая неподцензурность и анонимность, осознание возможности крупномасштабного влияния на людей активизируют силы тех группировок и отдельных лиц, которым важно сформировать общественное мнение по тому или иному вопросу, подкорректировать общественную идеологию. Осознавая опасность выхода из-под контроля громадных масс людей в условиях информационной войны, государство с переменным успехом пытается ограничить деструктивные влияния в социальных сетях, взять в свои руки управление общественным мнением для сохранения стабильности и психологической безопасности граждан.

#### **Список литературы**

1. Ашманов, И. Под властью ментального вируса, или как отличить вброс от новости / И. Ашманов. – URL: <http://www.foma.ru/pod-vlastyu-mentalnogo-virusa-ili-kak-otlichit-vbros-ot-novosti.html> (дата обращения: 15.01.2022).
2. Васильев, А. А. (Иеромонах Тихон) Манипуляция общественным мнением через виртуальные сообщества / А. А. Васильев // Христианское чтение. Философские науки. – 2016. – № 5. – С. 207–222.
3. Витухновская, А. О трансформации человека в ковидную эпоху. – URL: <https://newizv.ru/comment/alina-vituhnovskaya-2/16-09-2020/o-transformatsii-cheloveka-v-kovidnyu-epokhu> (дата обращения: 15.01.2022).
4. Востриков, И. В. «Новое» философское осмысление жизни в условиях пандемии COVID-19 / И. В. Востриков // Философия и/или новое интегративное знание : сб. мат-лов VII Всерос. науч. конф. (с междунар. участием) / под науч. ред. Т. А. Никитенко. – Ярославль : Ярославский гос. пед. ун-т, 2021. – С. 51–57.
5. Джорджо Агамбен. Один голос, Quodlibet. – URL: <https://www.quodlibet.it/giorgio-agamben-contagio> (дата обращения: 15.01.2022).
6. Докука, С. Практики использования онлайн-социальных сетей / С. Докука // Социологические исследования. – 2014. – № 1. – С. 137–145.
7. Захар Чистяков. Интернет-астротурфинг привлекателен обратной связью. – URL: <http://pr-z.com.ua/node/2044> (дата обращения: 15.01.2022).
8. Каким мир станет после пандемии: прогнозы современных философов. – URL: <https://yandex.ru/turbo/snob.ru/s/entry/191734/> (дата обращения: 15.01.2022).
9. Концевой, М. П. Противодействие технологиям манипулирования в социальных Интернет-медиа / М. П. Концевой // Идеологическая и воспитательная работа в учреждениях высшего образования. Традиции и инновации: материалы заочной научно-методической конференции. – Минск : РИВШ, 2013. – С. 329–332.
10. Пятая колонна Интернета, или что такое астротурфинг? – URL: <http://www.internews.kz/newsitem/29-09-2008/5007> (дата обращения: 15.01.2022).
11. Ревич, Ю. Если у вас паранойя – это не значит, что за вами не следят. – URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/68236.html> (дата обращения: 15.01.2022).
12. Гафиатулина, Н. Х. Российское общество в условиях самоизоляции. Социальные эффекты и последствия пандемии COVID-19 / Н. Х. Гафиатулина, В. В. Касьянов, П. С. Самыгин, С. И. Самыгин : отв. ред. М. А. Васильев. – Москва : РУСАЙНС, 2020 – 178 с.
13. Социальная сеть. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная\\_сеть](https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть) (дата обращения: 15.01.2022).

#### **References**

1. Ashmanov, I. *Pod vlastyu mentalnogo virusa, ili kak otlichit vbros ot novosti* [Under the power of a mental virus, or how to distinguish stuffing from news]. Available at: <http://www.foma.ru/pod-vlastyu-mentalnogo-virusa-ili-kak-otlichit-vbros-ot-novosti.html> (accessed: 15.01.2022).
2. Vasilev, A. A. (Ieromonah Tihon) Manipulyatsiya obshchestvennym mneniem cherez virtualnye soobshchestva [Vasilev A.A. (Hieromonk Tikhon) Manipulation of public opinion through virtual communities]. *Khristianskoe chtenie. Filosofskie nauki* [Christian reading. Philosophical sciences]. 2016, no. 5, pp. 207–222.
3. Vituhnovskaya, A. *O transformatsii cheloveka v kovidnyu epokhu* [On the transformation of man into a covid era]. Available at: <https://newizv.ru/comment/alina-vituhnovskaya-2/16-09-2020/o-transformatsii-cheloveka-v-kovidnyu-epokhu> (accessed: 15.01.2022).
4. Vostrikov, I. V. "Novoe" filosofskoe osmyslenie zhizni v usloviyakh pandemii COVID-19 ["New" philosophical understanding of life in the conditions of the COVID-19 pandemic]. *Filosofiya ili novoe integrativnoe znanie* [Philosophy and / or new integrative knowledge]. Yaroslavl: Yaroslavl State Pedagogical University Publ. house; 2021, pp. 51–57.
5. Dzhordzhdzho Agamben. *Odin golos, Quodlibet* [One vote, Quodlibet]. Available at: <https://www.quodlibet.it/giorgio-agamben-contagio> (accessed: 15.01.2022).
6. Dokuka, S. *Praktiki ispol'zovaniya onlaynovykh sotsialnykh setey* [Practices in the use of online social networks]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Social researches]. 2014, no. 1, pp. 137–145.

7. Zakhar Chistyakov. *Internet-astrourfing privlekatelem obratnoy svyazyu* [Internet astrourfing is attractive feedback]. Available at: <http://pr-z.com.ua/node/2044> (accessed: 15.01.2022).

8. *Kakim mir stanet posle pandemii: prognozy sovremennykh filosofov* [What the world will become after the pandemic: the forecasts of modern philosophers]. Available at: <https://yandex.ru/turbo/snob.ru/s/entry/191734/> (accessed: 15.01.2022).

9. Kontsevoy, M. P. Protivodeystvie tekhnologiyam manipulirovaniya v sotsialnykh Internet-media [Countering manipulation technologies in social Internet media]. *Ideologicheskaya i vospitatel'naya rabota v uchrezhdeniyah vysshego obrazovaniya. Traditsii i innovatsii* [Ideological and educational work in higher education institutions. Traditions and innovations]. Minsk: RIVSh Publ. house; 2013, pp. 329–332.

10. Pyataya kolonna Interneta, ili chto takoe astrourfing? [Fifth column of the Internet, or what is astrourfing?]. Available at: <http://www.internews.kz/newsitem/29-09-2008/5007> (accessed: 15.01.2022).

11. Revich, Yu. *Esli u vas paranoyya – eto ne znachit, chto za vami ne sledyat* [If you're paranoid, it doesn't mean you're not being followed]. Available at: <http://www.novayagazeta.ru/society/68236.html> (accessed: 15.01.2022).

12. Gafiatulina, N. Kh., Kasyanov, V. V., Samygin, P. S., Samygin, S. I. *Rossiyskoe obshchestvo v usloviyakh samoizolyatsii. Sotsialnye efekty i posledstviya pandemii COVID-19* [Russian society in conditions of self-isolation. Social effects and consequences of the COVID-19 pandemic]. Moscow: RUSINES Publ. house; 2020, 178 p.

13. *Sotsialnaya set* [Social network]. Available at: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная\\_сеть](https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть) (accessed: 15.01.2022).

**Информация об авторе**

**Востриков И. В. – кандидат философских наук, доцент.**

**Information about the author**

**Vostrikov I. V. – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor.**

**Статья поступила в редакцию 17.01.2022; одобрена после рецензирования 07.02.2022; принята к публикации 28.03.2022.**

**The article was submitted 17.01.2022; approved after reviewing 07.02.2022; accepted for publication 28.03.2022.**