

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-5-98-106
УДК 316.77:004.738.5(045)

Зарубежная практика использования гуманитарных технологий для формирования общественного сознания

Е.Н. Корнеева
Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье представлены результаты оценки практик использования гуманитарных технологий для формирования общественного мнения на примере западных стран. Сделан вывод, что западные страны, схожие по характеристикам институциональной среды и степени доступности финансовых ресурсов, нацелены сегодня на удержание технического и экономического лидерства. Это, в свою очередь, требует формирования соответствующего поставленной цели типа общественного сознания посредством активного применения современных технологий, в результате чего общественное сознание населения западных стран меняется. Цифровое телевидение и интернет стали орудием порабощения, люди испытывают информационную перегрузку и психологический шок из-за быстрых перемен. В качестве инструментов воздействия на общественное сознание используются технологии экономической войны, активно пополняемые высокими гуманитарными технологиями, включающими в себя когнитивные искажения сознания и информационные технологии воздействия, затрагивающими элементы мировосприятия, сознания и подсознания. Дальнейшее опережающее развитие западной цивилизации представляется сомнительным в связи с превалированием в массовом сознании населения стран западной цивилизации деформации моральных и семейных ценностей, эгоизма и пресыщенности комфортом.

Ключевые слова: формирование общественного сознания; страны западной цивилизации; гуманитарные технологии; PR-технологии; технологии экономической войны; информационная перегрузка; деформации общественного сознания

Для цитирования: Корнеева Е.Н. Зарубежная практика использования гуманитарных технологий для формирования общественного сознания. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2024;14(5):98-106. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-5-98-106

ORIGINAL PAPER

The Use of Humanitarian Technologies for the Shaping of Public Consciousness in the Foreign Practice

E.N. Korneeva
Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article presents the results of evaluating of using humanitarian technologies to shape public opinion using Western countries as an example. It is concluded that Western countries today are aimed at maintaining technical and economic leadership, which requires the formation of a type of public consciousness corresponding to this goal through the active use of modern technologies. As a result, the public consciousness of the population of Western countries is changing, digital television and the Internet have become a tool of enslavement, people are experiencing information overload and psychological shock due to rapid changes. Technologies of economic warfare are used as tools for influencing public consciousness, actively replenished with high humanitarian technologies, including cognitive distortions of consciousness and information technologies of influence affecting elements of worldview, consciousness and subconsciousness. Further advanced development of Western civilization seems doubtful due to the prevalence of deformation of moral and family values, egoism and satiety with comfort in the mass consciousness of the population of Western civilization. **Keywords:** formation of public consciousness; countries of western civilization; humanitarian technologies; PR technologies; technologies of economic warfare; information overload; deformations of public consciousness

For citation: Korneeva E.N. The use of humanitarian technologies for the shaping of public consciousness in the foreign practice. Humanities and social sciences. Bulletin of the Financial University. 2024; 14(5):98-106. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-5-98-106

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Использование гуманитарных технологий для формирования общественного сознания за рубежом опирается на принятую в западном научном сообществе трактовку гуманитарных технологий как технологий помощи людям в чрезвычайных ситуациях. В рамках данного исследования мы используем более широкое понимание гуманитарных технологий как технологий пропаганды, манипуляции, социальных технологий, социального конструктивизма и инжиниринга, имеющих целью формирование человека посредством массовых коммуникаций. Мы считаем, что практики применения гуманитарных технологий в определяющей степени зависят от типа цивилизации. При этом набор кейсов и инструментов, характерный для цивилизаций западного типа, отличается от подобного же набора средств цивилизаций незападного типа, и универсальная оценка без учета цивилизационных особенностей вряд ли может быть получена.

Оценивая зарубежную практику использования гуманитарных технологий для формирования общественного сознания, мы будем опираться преимущественно на опыт западных стран. Под категорией «западные страны» мы имеем в виду группировку стран с исконно европейской общей культурой, что в первую очередь относится к различным нациям и государствам в регионах Западной Европы, Северной Америки и Австралии. Таким образом, термин «западные страны» разделяет страны на западные и восточные в зависимости от перспективы, а не от их географического положения.

Основные западные страны схожи по характеристикам институциональной среды, степени доступности финансовых ресурсов. При этом в США и Канаде рыночные механизмы сегодня работают более успешно, а современная Европа и особенно ее экономическое ядро (Германия, Великобритания, Франция, Италия и Испания) обладают более обширным ресурсным потенциалом.

Отметим преобладающее сегодня мнение, что Запад нацелен на удержание традиционного технического и экономического лидерства, и это определяет общественное сознание населения западных стран. Формированию такого общест-

венного сознания, соответствующего и способствующего лидерству, отводится роль главного организующего начала, на этот процесс выделяются значительные государственные и частные ресурсы.

На наш взгляд, следует принять точку зрения, согласно которой среди факторов, от которых зависит общественное сознание, определяющую роль играет, прежде всего, уровень развития производственных отношений, а также особенностей жизнедеятельности «гражданского общества в сфере государственной жизни» [1], в процессе совершенствования которых создавались и видоизменялись такие формы общественного сознания, как религия, культура, искусство, мораль, философия, право. Важнейшим теоретическим основанием при этом остается единство общественного бытия и общественного сознания [2].

Методология исследования основана на общих и специальных методах научного познания: методах эмпирического исследования (наблюдение, сравнение, сбор и изучение данных), текущего и перспективного анализа и синтеза теоретического и практического материала.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В составе факторов, определяющих общественное сознание, Л.И. Ольштынский называет «уровень науки, обобщение опыта общественной жизни, уровень образования людей, их личные впечатления и информацию — все информационное поле, существующее у данного народа в данное время, а ныне — информационное поле мирового сообщества (Интернет)» [3].

Однако помимо вышеназванных факторов следует особо отметить наличие и активное применение в западных странах технологий формирования общественного сознания. Объясняя причины и истоки образования подобных технологий, С.С. Царегородцев отмечает, что «развитие науки дает почву для рождения новых философских идей, которые в свою очередь становятся двигателем социальных преобразований в обществе. Философские трактаты читают немногие, значит, отвлеченные суждения должны пройти процесс переработки, преобразования, превращения в доступную массовому сознанию «продукцию», которую нужно «доставить» адре-

сату. Эти процессы «переработки» и «доставки» должны опираться на отработанные и отлаженные приемы и методы. В итоге совокупность идей, знаний, процессов, приемов и методов должна была бы образовать то, что принято называть термином «технология». Как вариант, подобную технологию условно можно было бы назвать технологией формирования общественного сознания» [4]. Данный тезис находит подтверждение у классика экономической теории Дж. М. Кейнса, по мнению которого «идеи экономистов и политических мыслителей — и когда они правы, и когда ошибаются — имеют гораздо большее значение, чем принято думать. В действительности только они и правят миром» [5].

Подтверждением активного использования и динамичного развития технологий формирования общественного сознания в западных странах является возникновение и интенсивное развитие такой отрасли человеческой деятельности, как «связи с общественностью» или Паблик Рилейшнз (Public Relations — PR). Родиной PR по праву считается США, где в XVIII в. происходило создание гражданского общества, постоянное отслеживание общественного мнения, освободительная война, которая потребовала умения влиять на общественное мнение с целью привлечения общества на сторону восставших, прикрываясь освободительными лозунгами. Как пишет французский классик PR Филипп Буари, «начиная с эпохи Независимости, политическая традиция всегда связывала политическую «пропаганду» с жизнью американского гражданского общества. Впрочем, даже сама независимость была тщательно организована такими пропагандистами, как Самюэл Адамс и Т. Пейн, которые «спланировали» получение народной поддержки, используя для этого лозунги, зрелищные акции, манипулирование символами...» [6]. Начало практики современного пиара положил Айви Ли, написав серию публикаций в целях восстановления репутации Рокфеллера, а научная основа технологий PR была заложена Эдвардом Л. Бернейзом, убежденным, что PR представляет собой эффективный инструмент влияния на умы граждан посредством психологических методик.

Отметим, что европейские технологии формирования общественного сознания на начальном этапе находились под сильным влиянием американских подходов, однако позже начали

постепенно возникать собственные научные школы.

Характеризуя современное состояние отрасли связей с общественностью в западных странах, Е. А. Нечаева отмечает, что «сегодня же только в Америке PR-консалтингом занимаются более 5 000 компаний, и одним из наиболее значимых направлений в их деятельности является так называемый проблемный менеджмент, главной задачей которого является управление кризисами. Более 200 американских университетов выпускают таких специалистов. Количество PR-отделов по всему миру — огромное. В данной отрасли заняты около 250 тысяч рекламистов, 130 тысяч журналистов, 10 тысяч специалистов по коммуникациям» [7]. Сфера PR активно растет и меняется, среди трендов ее развития гармоничное дополнение классических медиа новыми и их сосуществование, развитие бизнесом собственных бренд-медиа, ESG-коммуникации и акцент на экологические и социально значимые инициативы.

События последних лет «демонстрируют стратегическую для развития общества роль коммуникаций, которая может быть как стабилизирующей, так и дестабилизирующей, ведущей общество к развитию или же к деградации. В коммуникационной среде определяются контуры будущего, самоопределяются и организуются сообщества, рождаются инновации, прирастает человеческий капитал»¹. Мы являемся свидетелями того, как стремительно развивающиеся коммуникационные технологии кардинально меняют положение бизнеса и власти. В такой ситуации технологии PR превратились в важные инструменты развития различных сфер экономики и общества в целом, поскольку благодаря им возможно формирование «повестки дня», управление общественным мнением.

PR-деятельность технологична, имеют место универсальные приемы и методы ее осуществления, которые не зависят от ее направления, специализации и сферы применения [8].

Под технологией следует понимать целенаправленные действия по изменению состояния какого-либо процесса посредством использования необходимых знаний и методов, поскольку система технологических знаний обеспечивает

¹ https://raso.ru/prof_standart?ysclid=lppka5vvcf101900064

воспроизводимость получаемых результатов при условии выполнения определенной последовательности действий и использования необходимых средств деятельности. Основными признаками технологичности являются открытость, масштабируемость, тиражируемость, возможность переноса технологий в другие сферы деятельности.

Несмотря на универсальность понятия «технология», существует специфика его применения в отношении конкретных областей человеческой деятельности. В частности, в сфере PR под технологией понимают определенную последовательность действий по управлению коммуникациями субъекта PR с его целевой аудиторией. Выделяют следующие виды коммуникативных PR-технологий [9]: технологии управления имиджем и репутацией; политические технологии связей с общественностью; технологии кризисных связей с общественностью.

Специалисту по связям с общественностью и журналисту для влияния на общество необходимо умение включаться в доминирующие медиадискурсы, поскольку они являются мобилизующим рычагом для целевых аудиторий, трансформируя мнения и представления людей. Эффективность мобилизационных технологий может зависеть, с одной стороны, от владения специалистами по связям с общественностью, политтехнологами и рекламистами медийными компетенциями, с другой — состоянием общественного сознания в конкретном обществе и у его конкретных целевых аудиторий.

В современных условиях общественное сознание населения западных стран, формирующееся через взаимодействие индивидуумов и имеющее источником их сознания, меняется посредством воздействия цифровой среды. По мнению Л. И. Ольштынского, новый этап технологической революции «дал эффективные средства передачи информации и ее воздействия на сознание и психологию человека — TV, Интернет. Развитие науки психологии предоставило возможность разработать формы информации, способной управлять психикой и мышлением человека. Сочетание такой информации с TV и Интернетом стало инструментом зомбирования человеческого сознания, управления эмоциями и поведением людей. Это стало трагедией человечества. Телевидение и Интернет из «чуда» превратилось в «чудовище», в средство управ-

ления человеком, средство его порабощения»².

Воздействие современной западной киноиндустрии на формирование общественного сознания как в странах Запада, так и во всем мире трудно переоценить. Анализируя влияние американского кино на общественное мнение о США, научный сотрудник Сектора внешней и внутренней политики США Центра североамериканских исследований НИИ МЭМО РАН У.З. Артамонова приходит к выводу, что, хотя вопрос осознанности симбиоза кино и политики остается дискуссионным, «можно говорить о сложившейся системе, при которой кинематограф США работает в рамках самоцензуры, превращая часть его продукции в инструмент влияния внутри и за пределами страны» [10]. Автор отмечает, что «популярная культура в целом, и кино в частности, — это, в рамках концепции «мягкой силы» Дж. Ная, один из трех основных источников привлекательности США (два других источника — международное право и институты, а также американские транснациональные корпорации). [...] Для эффективности публичной дипломатии государства крайне важна возможность охватить широкую иностранную аудиторию, чтобы донести до как можно большего числа людей конкретный посыл. В этой связи кинематограф является весьма эффективным инструментом, так как американские фильмы стабильно доминируют на мировом рынке. Прибыль от зарубежного проката составляет более половины общего дохода киноиндустрии США» [10].

Среди технологий формирования общественного сознания цифровые PR-технологии, безусловно, играют ведущую роль, обусловленную возможностью доступа и широтой охвата носителей индивидуального сознания, а также быстрой адаптацией и применением достижений научно-технического прогресса.

Стремительный рост масштабов применения цифровых коммуникаций для воздействия на общественное сознание актуализировал саму постановку вопроса о его сути и современных формах проявления, а также о его взаимосвязи с различными аспектами общественной жизни-

² Л. И. Ольштынский. Мировое сообщество в новых условиях бытия и сознания начала XXI века. 2021. URL: <https://csruso.ru/nashi-university/istorija/1-i-olshytynskij-mirovoe-soobshhestvo-v-novyh-uslovijah-bytija-i-soznaniya-nachala-xxi-veka/?ysclid=m11zfrh9f294707387>

деятельности. Основное внимание в практике исследований уделяется технологиям управления и манипулирования мнениями, настроениями, мировоззрением.

Сегодня в западных странах пристальное внимание уделяется изучению радикального влияния на общественное сознание цифровых технологий, интернет-коммуникаций, разного рода виртуальных форм взаимодействия. Многие исследователи на Западе анализируют развитие сетевых, цифровых, виртуальных сообществ с присущим им массовым сознанием, тем самым формируя теоретический и инструментальный фундамент применения технологий формирования общественного сознания [11–14].

В западной практике изучения общественного сознания в современных условиях наблюдается более интенсивное использование технологий анализа «больших данных», без которых сейчас уже практически немислимо сколько-нибудь серьезное исследование всего того, что связано с сетевыми сообществами и цифровыми формами взаимодействия.

Среди технологий, применяемых для манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве, широко применяются методы: «повторения; наклеивания ярлыков; «спирали молчания»; утечки секретной информации; семантического манипулирования; «общего вагона»; управляемого искажения фактов»³.

По мнению исследователя интернет-манипуляций в сетевом пространстве Л.Х. Ибрагимова, «интернет-пространство превратилось в глобальное поле применения манипулятивных технологий со стороны различных политических акторов» [15]. Следует признать, что изучение зарубежных технологий воздействия на общественное сознание будет полезно для выработки подходов и механизмов защиты граждан страны от манипуляционных воздействий со стороны внешнеполитических акторов.

Общественное сознание формируется также через поощрение определенных видов экономической деятельности. Идеи становления зеленой экономики, развития альтернативной энергетики, уменьшения зависимости Запада от энергетиче-

ских ресурсов цивилизаций незападного типа, а также расширения сфер экономического влияния повсеместно внедряются в общественное сознание. Так, российский политолог, проректор Государственного академического университета гуманитарных наук В.В. Сутырин отмечает, что во внешней политике ЕС отчетливо прослеживаются тенденции, связанные с расширением гуманитарных инструментов влияния на сопредельные страны. В своей статье В.В. Сутырин делает вывод, что «ЕС создает инструменты влияния за пределами своих границ путем «выращивания» в странах периферии организаций неправительственного сектора в собственных внешнеполитических интересах. Это способствует закреплению асимметричных отношений между Евросоюзом и приграничными странами» [16]. Среди конкретных инструментов и уровней влияния ЕС на общественные процессы в странах периферии В.В. Сутыриным выделены: экономическая экспансия на восток за счет заключения соглашений об Углубленной и всеобъемлющей зоне свободной торговли (DCFTA) с Грузией, Молдавией и Украиной; финансирование гражданских институтов (11,3 млрд евро или 1,7% бюджета ЕС в 2014–2017 гг.); формирование разветвленной гуманитарной инфраструктуры влияния, включающей общественные организации, их ресурсы и методы работы; программа академической мобильности Erasmus (бюджет 16,3 млрд евро на 2014–2020 гг. охватывает 4 млн участников), программа научных исследований Horizon 2020 (80 млрд евро на 2014–2020 гг.). Стратегическим курсом при этом был и остается курс на продвижение своей политической системы и расширение сферы влияния.

Существенную роль в формировании общественного сознания населения западного мира играет создание соответствующего собственным интересам представления о странах незападной цивилизации. Изучая стереотипы о России в массовом сознании жителей стран Запада, А.М. Рюмин отмечает, что «на формирование адекватного образа существенное влияние оказала информационная война, проводимая Западом против России» [17]. Автор делает вывод об основных составляющих образа современной России, существующего в массовом сознании жителей стран Запада», среди которых: ксенофобия ее населения; антидемократичность и тоталитаризм государства; нецивилизованность

³ Володенков С.В. Управление современными политическими кампаниями. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030200 «Политология». Москва: Издательство Московского университета; 2012. 312 с.

и незнание норм деловых взаимоотношений; техническая и технологическая неразвитость; слабость в военном отношении, сочетающаяся с агрессивностью и неконкурентоспособностью России как участника международных отношений» [17].

Анализируя массовое сознание и те изменения, которые оно претерпело за последние сто лет, доктор философских наук, профессор Орловского государственного университета имени И. С. Тургенева Л.И. Пахарь делает вывод, что «в странах западной демократии в массовом сознании превалирует деформация моральных и семейных ценностей, эгоизм, эйфория превосходства над остальными нациями, пресыщенность комфортом, гипертрофированное представление о правах человека и т.п. Это указывает на тупиковый путь дальнейшего развития западной цивилизации» [18]. Впервые на упадок западной цивилизации указал О. Шпенглер в своей книге «Закат Европы» в 1918 г., где он критикует образ жизни и систему ценностей европейцев, урбанизацию и гонку за техническим прогрессом, препятствующие развитию культуры.

Оценивая результат трансформации общественного сознания, Л.И. Пахарь пишет, что «научно-технический прогресс и внедрение информационных технологий и цифровизации не способствовали улучшению духовной атмосферы в западном обществе, скорее, наоборот, привели к негативным изменениям в массовом сознании и поведении индивидов. Это, по-видимому, связано с тем, что научно-технический прогресс, двигаясь слишком быстрыми темпами, не успевает выработать и сформировать соответствующий ему уровень общественного сознания. Люди не в состоянии быстро адаптироваться к новым условиям, испытывают психологический дискомфорт и реагируют на него нравственной деградацией» [18].

Подтверждение вышеизложенному мнению мы находим у американского футуролога Э. Тоффлера, который вводит термин «шок будущего» как определенное психологическое состояние отдельных людей и целых обществ, как следствие «слишком большого количества перемен за слишком короткий промежуток времени» [19]. Аргументируя свою идею, Э. Тоффлер описывает феномен «информационная перегрузка», подразумеваемая под этим стремительный рост объема информации, в том числе и оседающей в созна-

нии и подсознании людей из-за частой смены работы, места жительства, технологий и т.п.

Помимо информационной перегрузки и необходимости перманентно адаптироваться к быстрым переменам общественное сознание подвергается воздействию всевозможных информационных и экономических конфликтов и войн, организованных в ходе конкурентной борьбы цивилизаций.

Изучение когнитивных технологий экономических войн позволило директору Центра научно-методологического сопровождения стратегического планирования РЭУ им. Г.В. Плеханова, доктору экономической наук О.О. Смирновой сделать вывод, что «экономические войны были всегда, на всем протяжении истории человечества. Цели были одни. Менялся только инструментарий: от «континентальных блокад» до технологического шпионажа, манипуляций на товарных и финансовых рынках, деятельности международных организаций и рейтинговых агентств и санкционного давления» [20]. Среди инструментов и технологий современной экономической войны автор выделяет так называемые высокие гуманитарные технологии (high-hum), в числе которых «когнитивные искажения сознания с инструментарием репрессивной десублимации и информационные технологии воздействия» [20]. Действительно, на современном этапе инструментарий экономических войн становится все более разнообразным, затрагивающим элементы мировосприятия, сознания и подсознания. Так, при формировании общественного сознания в практике западных стран активно используются технологии нейрофизиологии.

ВЫВОДЫ

Таким образом, оценивая практику использования гуманитарных технологий на общественное сознание в западных странах, мы приходим к следующим выводам:

- использование гуманитарных технологий для формирования общественного сознания за рубежом опирается на принятую в западном научном сообществе трактовку гуманитарных технологий как технологий помощи людям в чрезвычайных ситуациях;
- зарубежное использование гуманитарных технологий оценивается для категории «западные страны», включающих группировку стран с исконно европейской общей культурой (ре-

гионы Западной Европы, Северной Америки и Австралии), схожих по характеристикам институциональной среды, степени доступности финансовых ресурсов, независимо от их географического положения;

- западные страны сегодня нацелены на удержание традиционного технического и экономического лидерства, для достижения этой цели активно применяются технологии формирования общественного сознания;

- подтверждением активного использования и динамичного развития технологий формирования общественного сознания в западных странах является возникновение и интенсивное развитие такой отрасли человеческой деятельности, как «связи с общественностью» или PR;

- общественное сознание населения западных стран меняется сегодня посредством

воздействия цифровой среды, активно финансируемые цифровое телевидение и интернет стали орудием порабощения, люди испытывают информационную перегрузку и психологический шок из-за быстрых перемен;

- инструментами воздействия на общественное сознание остаются технологии экономической войны, активно пополняемые высокими гуманитарными технологиями, включающими в себя когнитивные искажения сознания и информационные технологии воздействия, которые затрагивают элементы мировосприятия, сознания и подсознания;

- дальнейшее развитие западной цивилизации представляется сомнительным в связи с превалированием в массовом сознании населения стран западной демократии деформации моральных и семейных ценностей, эгоизма и пресыщенности комфортом.

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета. Финансовый университет, Москва, Россия.

ACKNOWLEDGEMENTS

The article was prepared based on the results of the research carried out at the expense of budgetary funds to the Financial University for the state task. Financial University, Moscow, Russia.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Зырянова Я. А., Емец И. А. Общественное сознание и общественное мнение в ракурсе диалектико-материалистического понимания истории К. Маркса и Ф. Энгельса. *Культура и цивилизация*. 2020;12(2):61–66.
2. Богданов А. А. Наука об общественном сознании. Краткий курс идеологической науки в вопросах и ответах. Москва: Книжное издательство писателей в Москве; 1914. 203 с.
3. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. Екатеринбург: Деловая книга; 2001. 496 с.
4. Царегородцев С. С. К вопросу о технологии формирования общественного сознания. *Социально-гуманитарные знания*. 2018;(1):237–246.
5. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. Пер. с англ. Любимова Н. Н., Москва: Гелиос АРВ; 2011, 350 с.
6. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия. Пер. с франц. Москва: Имидж-Контакт; Инфра-М; 2001. 178 с.
7. Нечаева Е. А. Зарождение и развитие PR в зарубежном социуме. *Вестник гуманитарного факультета ИГХТУ*. 2009;(4):172–180. <https://www.isuct.ru/e-publ/vgf/sites/ru.e-publ.vgf/files/2009/vgf-2009-04-172.pdf>
8. Каминская Т. Л., Корнеева Е. Н. Современные технологии связей с общественностью в политике и бизнесе. Москва: КноРус; 2024. 163 с.
9. Гринберг Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. Москва: Издательство Московского университета; 2012. 324 с.
10. Артамонова У. З. Американский кинематограф как инструмент публичной дипломатии США. *Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН*. 2020;(2):110–122. DOI: 10.20542/afj-2020-2-110-122
11. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Пер. с англ. Матвеева А. под ред. Харитонов В. Екатеринбург: У — Фактория; 2004. 327 с.

12. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Пер. с нем. Шачин С.В., под ред. Складнева Д.В. Санкт-Петербург: Наука; 2001. 380 с.
13. Doyle G. Understanding media economics. London: Sage; 2013. 232 p.
14. Rheingold H. The Virtual community. Cambridge, Massachusetts: MIT Press; 2000. 480с.
15. Ибрагимов Л.Х. Технологии интернет-манипуляции в сетевом пространстве политики. *Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование*. 2015;8(2):34–40.
16. Сутырин В.В. Гуманитарные инструменты во внешней политике ЕС (на примере восточного партнерства). *Современная Европа*. 2020;(5):99–110. DOI: 10.15211/soveurope5202099110
17. Рюмин А.М. Современные стереотипы о России в массовом сознании жителей стран Запада. Дис. ... канд. социологических наук. 2012. 149с.
18. Пахарь Л.И. Изменения в массовом сознании современного общества. *Философская мысль*. 2020;(10):1–16. DOI: 10.25136/2409–8728.2020.10.33051
19. Тоффлер Э. Шок будущего. Пер. с англ. Москва: ООО «Издательство АСТ»; 2002. 557 с.
20. Смирнова О.О. Когнитивные технологии экономических войн. *Теневая экономика*. 2023;7(4):369–390. DOI: 10.18334/tek.7.4.120343

REFERENCES

1. Zyryanova Ya.A., Emets, I.A. Public consciousness and public opinion in the context of the dialectical-materialistic understanding of history by K. Marx and F. Engels. *Culture and Civilization*. 2020;12(12):61–66. (In Russ.).
2. Bogdanov A.A. Science of public consciousness. A short course in ideological science in questions and answers. Moscow: Knizhnoe izdatel'stvo pisatelej v Moskve 1914. 203 p. (In Russ.).
3. Olshansky D.V. Fundamentals of political psychology. Yekaterinburg: Business Book, 2001. 496 p. (In Russ.).
4. Tsaregorodtsev S.S. On the issue of the technology of forming public consciousness. *Social'no-gumanitarnye znaniya*. 2018;(1):237–246. (In Russ.).
5. Keynes J.M. The general theory of employment, interest and money. Transl. from Eng. Lyubimov N.N. Moscow: Gelios ARV; 2015. 350 p. (In Russ.).
6. Boiry P.A. Relations publiques: ou la strategie de la confiance [Public relations: or the strategy of trust]. Moscow: Imidzh-Kontakt; Infra-M; 2001. 178 p. (In Russ.).
7. Nechaeva E.A. The origin and development of PR in foreign society. *Bulletin of the Humanities Institute of ISUCT*. 2009;(4):172–180. (In Russ.). <https://www.isuct.ru/e-publ/vgf/sites/ru.e-publ.vgf/files/2009/vgf-2009-04-172.pdf>
8. Kaminskaya T.L., Korneeva E.N. Modern technologies of public relations in politics and business. Moscow: KnoRus; 2024. 163 p. (In Russ.).
9. Grinberg T.E. Communication concept of public relations: models, technologies, synergistic effect. Moscow: Moscow University Press; 2012. 324 p. (In Russ.).
10. Artamonova U.Z. American cinema as an instrument of the US public diplomacy. *Analysis and forecasting. IMEMO Journal*. 2020;(2):110–122. (In Russ.). DOI: 10.20542/afij-2020-2-110-122
11. Castells M. The internet Galaxy. Transl. from Eng. Matveeva A. In: Kharitinov V., editor. Ekaterinburg: U-Faktoriya; 2004. 327 p. (In Russ.).
12. Habermas J. Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln [Moral consciousness and communicative action]. Transl. from Ger. Shatchin S.V. In: Sklyadnev D.V., editor. 2001. 380 с. (In Russ.).
13. Doyle G. Understanding media economics. London: Sage; 2013. 232 p.
14. Rheingold H. The Virtual community. Cambridge, Massachusetts: MIT Press; 2000. 480с.
15. Ibragimov L. Kh. Internet manipulation technologies in the network space of politics. *Problem analysis and public administration projection*. 2015;8(2):34–40. (In Russ.).
16. Sutyurin V.V. Humanitarian instruments in EU foreign policy (the case of Eastern Partnership). *Modern Europe*. 2020;(5):99–110. (In Russ.). DOI: 10.15211/soveurope5202099110
17. Ryumin A.M. Modern stereotypes about Russia in the mass consciousness of residents of Western countries. Diss. Cand. Sci. (Social). 2012. 149 p. (In Russ.).
18. Pakhar L.I. Changes in collective consciousness of modern society. *Philosophical thought*. 2020;(10):1–16. (In Russ.). DOI: 10.25136/2409–8728.2020.10.33051

19. Toffler A. Future shock. Trans. from English. Moscow: ООО “Izdatelstvo AST”; 2002. 557 p. (In Russ.).
20. Smirnova O.O. Cognitive technologies of economic wars. *Shadow economy*. 2023;7(4):369–390. (In Russ.). DOI: 10.18334/tek.7.4.120343

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Елена Николаевна Корнеева — кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник, Институт гуманитарных технологий и социального инжиниринга, Финансовый университет, Москва, Россия
Elena N. Korneeva — Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Senior Research Fellow, Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Financial University, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0002-2735-6299>
enkorneeva@fa.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 6.09.2024; принята к публикации 21.10.2024.
Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.
The article received on 6.09.2024; accepted for publication on 21.10.2024.
The author read and approved the final version of the manuscript.