

## Социальные сети как инструмент управления массовым сознанием

© О.В. Ярыгин, В.Н. Ремарчук

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, 105005, Россия

*Рассмотрены потенциал и возможность применения социальных сетей для управления общественным сознанием. Предложена трактовка управления массовым сознанием, перечислены способы управления, а также приведены стратегии защиты от воздействия социальных сетей на массовое сознание. Особое внимание уделено влиянию социальных сетей на молодежь, так как это наиболее психологически гибкая социальная группа.*

**Ключевые слова:** социальные сети, массовое сознание, управление, инструмент управления, молодежь, манипуляции, управление массовым сознанием

Современную коммуникацию невозможно представить без социальных сетей, число пользователей которых ежедневно растет. Социальные сети воздействуют на социальное, психическое и физическое здоровье людей. Проблема влияния социальных сетей на общество в современном глобализированном мире заслуживает особого внимания специалистов из разных областей знаний: социологов, философов, политологов, социальных психологов, социальных аналитиков. Это обусловлено тем, что социальные сети дают человеку неограниченные возможности активного общения, публикации и продвижения своего профиля, создания групп по интересам и т. д. Социальные сети сегодня — это поистине особый феномен XXI в., который прочно вошел в жизнь современных людей. Как справедливо отмечает К.Б. Сабина, «привлекательность, а отсюда и бурный рост в Интернете количества и типов социальных сетей, обусловлена следующими предоставляемыми ими пользователям возможностями:

- общение с участниками социальной сети практически в режиме реального времени, в том числе с использованием видеоряда;
- получение информации (в том числе обнаружение ресурсов) от других членов социальной сети;
- верификация идей через участие во взаимодействиях в социальной сети (в так называемых форумах, блогах);
- социальная выгода от контактов (сопричастность, самоидентификация, социальное отождествление или принятие и т. п.);
- рекреация (отдых, времяпрепровождение);

• заработок денег на размещении и продвижении рекламных постов и т. д.» [1].

Учитывая перечисленные возможности социальных сетей, помимо функций поддержки общения, обмена мнениями, получения информации от своих членов, организации и ведения бизнеса, в последнее время, все больше становятся объектами и средствами внешнего информационно-психологического управления, ареной информационного противоборства на различных уровнях стратификации российского общества.

К.Р. Герасимова отмечает, что «социальные сети влияют на современное общество. Генерируемый в них контент влияет на поведение, моральные принципы, взаимодействие между людьми, формирование личности, политические предпочтения. Социальные сети могут формировать потребительские группы, генерировать спрос, продвигать на рынок товары и услуги. Контент, создаваемый в социальных сетях, оказывает значительное влияние на более широкую экономическую, политическую и социальную среду и часто формирует информационную повестку дня, по крайней мере, в краткосрочной перспективе» [2].

Социальные сети могут использоваться для нанесения психологического и экономического ущерба, манипулирования сознанием и совершения киберпреступлений. Особенностью воздействия социальных сетей является их быстрое распространение и широкий охват пользователей.

По мнению В.С. Юрловой, «научно доказано, что молодежь является наиболее психологически гибкой социальной группой. У молодых людей в силу отсутствия жизненного опыта нет устойчивых ценностных установок, поэтому практически любая информация, попадающая в их сознание, является надежной основой для формирования таких установок. Это очень важно, так как на основе установок, попавших в сознание молодого человека, можно определить, чем он будет заниматься в жизни, как себя вести и какие отношения будет строить с социумом» [3]. Это подчеркивает силу влияния социальных сетей на процесс социализации молодежи через внедрение в процесс формирования, развития личности и воспитания в целом.

Авторы настоящей статьи поддерживают точку зрения Н.М. Ардушевой, которая утверждает, что «социальные сети постепенно затмевают классические институты социализации — семью, школу, а иногда и реальных друзей, и сверстников. Сочетание мира придуманного и мира фантазий, функционирующего по законам реальности, делает виртуальный мир очень привлекательным. У актера виртуального мира развивается “зависимость от виртуальности”. Из-за неудовлетворенности окружающей действительностью (личной,

экономической, социокультурной и т. д.) компьютерная зависимость постепенно усугубляется, что приводит к тому, что человек начинает предпочитать виртуальный мир, как наиболее приемлемый для него. Значение компьютерной зависимости таково, что молодые люди порой теряют связь с реальным миром и с головой погружаются в мир виртуальный. Это приводит к тому, что виртуальный мир вытесняет реальный мир с его принятыми нормами и правилами. Более того, некоторые молодые люди могут переносить социальные нормы, сформированные в виртуальном мире, на реальную жизнь и реальные отношения, тем самым нарушая сложившиеся нормативные устои общества, а их виртуализация может привести к существенным изменениям в общественном сознании и поведении» [4].

При этом социальные сети не только создают пространство для общения, но и во многом формируют массовое сознание потребителей информации, в то время как индивидуальное, частное, личное сознание зачастую нивелируется.

Для того чтобы исследовать, как социальные сети управляют массовым сознанием, рассмотрим ключевые категории: масса, массовое сознание и др. Е.С. Полякова под «массой» именуется «общество в целом, состоящее в большинстве своем из типичных представителей, имеющих сходные условия существования и жизненный опыт. Массовое сознание — термин, используемый в социальной философии для обозначения деперсонализованного сознания среднего гражданина индустриально развитого общества. Оно формируется под воздействием средств массовой информации и стереотипов массовой культуры. Оно возникает спонтанно, как результат естественного стремления человека упорядочить разнородный эмпирический материал, собрать противоречивые элементы жизненного опыта в относительно целостную картину мира» [5].

Исследователи А.О. Плетнева, Д.А. Носова указывают на то, что «социальные сети оказывают сильное влияние на общественное сознание. Во-первых, это связано с многочисленными возможностями социальных сетей, которые позволяют публикациям быть убедительными и внушать людям любую информацию, независимо от того, заслуживает она доверия или нет. Во-вторых, важную роль играет привлекательность социальных сетей для людей, желающих удовлетворить духовные или престижные потребности, что обеспечивает постоянный приток новых пользователей в социальные сети» [6].

Негативное влияние социальных сетей заключается в том, что из-за переизбытка нежелательной информации, которую молодые люди порой не распознают, происходит процесс «зомбирования». В этом процессе активно участвуют те, кому выгодно внедрять в сознание большинства необходимую для них повестку дня.

Особенности и возможности социальных сетей делают их отличными платформами для манипулятивных воздействий. Они позволяют быстро контролировать поведение и деятельность любого человека, зарегистрированного в социальной сети. Это, в свою очередь, помогает регулировать формирование опасных социальных групп, способных влиять на массовое сознание в большей степени, чем в любую другую историческую эпоху. Более того, с помощью социальных сетей можно контролировать поведение человека, менять его настроение, воздействуя на различные эмоции. Если у пользователя преобладают клиповое мышление, неустойчивая система ценностей и принципов, то социальные сети могут даже изменить саму личность в нужном этому человеку или группе людей направлении. Яркий тому пример — реформатирование сознания части некогда братского украинского народа, вспыхнувшего ненавистью к братскому российскому народу.

Как справедливо пишет Е.И. Фаттахова, «большое количество псевдоэкспертов, знания которых не проверены, учат пользователей, как развиваться и зарабатывать деньги, показывают хорошую жизнь за счет почасовой аренды хорошей квартиры и машины. Пользователи социальных сетей не всегда честны друг с другом: они редко рассказывают о своей реальной жизни, но часто создают идеальный цифровой образ себя. По большей части лента новостей в Instagram выглядит как бесконечный отпуск на чужих улицах: фотографии счастливых праздников, послушных детей, не получающих образования вне дома, и бесконечные сообщения о личных и профессиональных успехах. Сравнивая свою жизнь с историями своих “друзей”, некоторые пользователи начинают завидовать другим. Доказано, что социальные сети серьезно влияют на институт семьи и разрушают психику не одного молодого зрителя. Все чаще пользователи прислушиваются к мнению своих кумиров, надеясь добиться такого же успеха и признания. Постоянное сравнение с другими снижает самооценку и заставляет пользователей чувствовать себя “неудачниками” на фоне идеальных историй успеха других» [7].

Социальные сети главным образом воздействуют на психику среднего человека, а не культурной элиты конкретного общества, отмечает В.Н. Красновский. На уровне поверхностного восприятия вербальных знаков, под влиянием конструируемых, т. е. формальных, схем смысла человеческая психика, не изоциренная в размышлениях «о природе вещей», достаточно легко подвергается любому виду внушений. Искаженное восприятие участников сетевого общения, как бы подменяющее его собственную оценку получаемой им информации, искажает состояние его сознания. Однако, поскольку не все пользователи сети подвержены такому внушению, они должны

были приобрести элементарную способность распознавать логику, стоящую за каждым высказыванием, воспринимать значение мысли, а не соответствующий ему пустой знак.

Влияние Сети отличается от простой передачи информации тем, что информация является для них лишь сырьем, т. е. сознательно, а не только операционально отчуждена от реальности.

Социальные сети в своих границах влияют на процесс самоопределения и самотипизации социальных ролей или функций личного пространства человека. Моделируя таким образом объект воздействия, Сеть устанавливает позицию, которую должен занять пользователь как ее функциональный объект.

Личность вступает в эти отношения с моделируемой реальностью как «функция» действия, сохраняя свое психическое состояние в виртуальной реальности коммуникационной сферы, но в действительности оставаясь в ней пустым содержанием, поскольку Сеть формирует не столько позицию и интересы самого индивида, сколько среднего массового пользователя — множество однонаправленных отдельных действий, способных дестабилизировать, а затем видоизменить социум посредством обращения ко всем известным способам влияния на так называемое сознание общества (на его состояние). Социальная сеть лишь подготавливает для этого почву.

Отдельному пользователю социальная сеть предлагает «множественное» присутствие (действие — ее максима). Преследуется одна цель: структурирование восприятия виртуальных миров, которыми хотят заменить реальность.

Социальные сети активно изменяют социальную сферу человека и адаптируют ее к сетевой среде. Это также связано с чрезмерным акцентированием эмоциональных представлений о социально значимой информации в ущерб их рациональному анализу. Кроме того, важную роль играет упреждающее формирование негативного или позитивного восприятия самих источников информации, достигаемое либо явной дезинформацией, либо формальной апелляцией к априорной системе «рейтингов», присваиваемых не менее априорными институтами общественного мнения (если учесть их иерархию авторитетов и разброс методов исследования).

Определяя поведение людей, социальная сеть подчиняет их различным целям. Она превращает индивида в «винтик» в сложной организационной системе манипулирования смыслами.

Таким образом, мнение « сетевого человека », как правило, выражает сетевое мнение, которое соответствует навязанному стереотипу, т. е. является политкорректным. Система контроля над сознанием пользователя Сети превращает активный социально-личностный элемент человека в пассивный объект воздействия [8].

Информация, которую современные люди получают через социальные медиа, является знаковой и символической. Она передается короткими фразами, или «дозами».

Фрагментарный характер информации, предоставляемой в социальных сетях, не позволяет критически осмыслить события или новости, поэтому современный человек подобен ребенку, смотрящему в калейдоскоп сменяющихся картинок. Следует отметить, что социальные сети формируют клиповое мышление современного человека.

Как пишет Е.Н. Давыборец, «управление массовым сознанием — это совокупность психологических механизмов целенаправленного воздействия на общество, с помощью которых изменяется отношение людей к определенным областям окружающего мира, их сознание, воля и поведение. Управление массовым сознанием выполняет в обществе двоякую функцию. С одной стороны, оно является фактором благополучного развития общества, создания порядка и стабильности. С другой стороны, как инструмент недобросовестных политических деятелей, оно способно нанести серьезный вред обществу. Много зависит и от выбора методов воздействия на граждан — рациональных либо манипулятивных информационных технологий» [9].

Каждый день человек сталкивается с примерами управления массовым сознанием, порой не понимая, что попадает под чье-то влияние. Например, распространение COVID-19 привело к тому, что люди по всему миру начали покупать лекарства, опасаясь дефицита. В итоге цены выросли, дефицита не было, а производители получили большие прибыли.

По мнению Н.С. Минаевой, «для управления массовым сознанием активно применяются различные методы и механизмы манипулирования.

1. Метод переключения внимания — отвлечение внимания населения от острых социально-экономических проблем на менее значимую, праздную информацию.

2. Метод устрашения — необходимость быстрого выбора между двумя альтернативами, каждая из которых непривлекательна.

3. Метод привлечения внимания — навязывание определенной проблемы с поиском ее решения.

4. Метод переноса от частного к общему — от прецедента к целой сложившейся системе общества.

5. Мифологизация — искажение (фальсификация) исторических данных, сокрытие и подтасовка фактов, распространение заведомо ложной информации о несуществующих событиях; придумывание историй, которые могут иметь некоторое содержание правды, или придуманных мифов на основе якобы научных фактов, некоторых архивных документов, доступ к которым затруднен или невозможен.

6. Табуирование — ограничение или абсолютный запрет на какое-либо действие без объяснения причин или с придуманной легендой, которую невозможно проверить.

7. Сакрализация — приписывание чему-либо или кому-либо определенных качеств, которыми они не обладают. Сакрализация может сделать любого человека лидером, учителем, образцом для подражания, а вещь — объектом поклонения.

8. “Наклеивание ярлыков” — это метод языкового манипулирования. В данном случае ярлык — это понятие, которому приписываются определенные свойства и которое внедряется в общественное сознание как нечто обыденное и привычное.

9. Ассоциирование — метод приписывания положительного или отрицательного образа определенному объекту.

10. Принцип спирали — использование нечестных опросов общественного мнения для получения поддержки политических противников со стороны граждан.

11. Принцип образа основан на использовании неудачных фотографий, на которых искажена внешность человека, для громких заголовков и придуманных историй об известных людях.

12. Метод внушения — агитация и пропаганда.

13. Метод создания проблемы — обществу навязывается проблема, требующая решения, которое уже заранее найдено теми, кто создает проблему.

14. Утаивание информации (сокрытие, умалчивание, избирательное преподнесение данных).

15. Метод постепенности — заключается в длительном навязывании определенного мнения без осознания обществом того, что желаемое мнение уже сформировано.

Одним из важнейших методов, используемых при воздействии на целевые объекты, т. е. на нас с вами, посредством социальной сети, является убеждение» [10]. Стратегии защиты от воздействия социальных сетей на массовое сознание, выделенные Н.С. Минаевой, следующие:

- сокращение просмотров социальных сетей с навязыванием определенной информации;
- осмысление и анализ ситуации, создание альтернатив в решении проблемы;
- саморазвитие: чтение научной и исторической литературы отечественных и зарубежных авторов для расширения кругозора, посещение музеев, выставок и объектов культурного наследия;
- уход от захвата информационного поля (при всей значимости и сенсационности информации прервать информационный поток);
- уход от стереотипов мышления (непредсказуемость реакции на то или иное сообщение);

- проверка полученной информации в нескольких достоверных источниках;
- диалогичность мышления (мысленный диалог с самим собой, постановка сложных вопросов);
- отключение эмоциональной составляющей.

Посещение социальных сетей должно быть осмысленным, спланированным и с четко определенными целями. Социальные сети, наряду с поисковыми системами, являются сегодня самыми важными поставщиками трафика. Часто посетители из социальных сетей становятся клиентами, потому что они обладают одной важной характеристикой: знание продукта. В большинстве случаев человек, приходящий из сообщества, уже имеет какое-то представление о продукте (смотрел видео, читал информацию, общался с другими пользователями), поэтому ему психологически легче принять решение о покупке.

Если перед SMM-компанией стоит такая задача, как получение трафика, очень желательно использовать тщательную веб-аналитику, чтобы контролировать не только количество, но и качество трафика.

Таким образом, можно сделать вывод, что благодаря повсеместному распространению и развитию информационных технологий социальные сети постепенно становятся не только ведущим мировым СМИ, но и серьезным ресурсом для манипулирования массовым сознанием.

Влияние социальных сетей на пользователя неоднозначно и зависит только от его отношения. Важно понимать, что он сам определяет влияние социальных сетей на себя. Социальные сети разрушают понятие истины. Вместо того чтобы жить в едином мире, каждый человек проводит дни в своем собственном, специально созданном мире, даже не осознавая этого. У новостных лент есть пугающий эффект. Человек публикует информацию лишь о той части жизни и выдает те идеи, которые ему нравятся, подписывается на новостные источники, совпадающие с его взглядами. Такое поведение изолирует человека от реальности, позволяет ему жить исключительно в виртуальном мире.

Главное — научиться анализировать, понимать, какое виртуальное сообщество действительно публикует полезный контент, а какое содержит в основном информационный мусор. Как сказал Гиппократ: «Все хорошо, что в меру». Все положительные эффекты при переизбытке сразу превращаются в негативные.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Сабина К.Б. Деструктивные группы в социальных сетях как новая форма тоталитарных сект. *Interial*, 2019, № 2, с. 69–71.
- [2] Герасимова К.Р. Анализ влияния контента, генерируемого в социальных сетях на различные группы пользователей. *Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения: сборник статей*



- XVIII Международной научно-практической конференции. Пенза, Наука и просвещение, 2020, с. 261–264.
- [3] Юрлова В.С. Влияние социальных сетей на сознание современной молодежи. *Гуманитарные науки в современном вузе: вчера, сегодня, завтра: материалы международной научной конференции*. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019, с. 1391–1396.
- [4] Ардушева Н.М. Влияние социальных интернет-сетей на процесс формирования личности молодого человека. *Тенденции и инновации современной науки: материалы Международной (заочной) научно-практической конференции*. Нур-Султан, 2019, с. 48–52.
- [5] Полякова Е.С. Управление общественным мнением: способы манипуляции массовым сознанием в социальных сетях и СМИ. *Развитие: Сборник материалов I Международной научно-практической студенческой конференции в формате конкурса № 1*. Липецк, РаДуши, 2017, с. 76–83.
- [6] Плетнева А.О. Социальные сети как инструмент воздействия на общественное сознание. *Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2020): сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием*. Москва, РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020, с. 14–17.
- [7] Фаттахова Е.И. Влияние социальных сетей на человека и общество. *Аллея науки*, 2021, т. 1, № 3, с. 35–39.
- [8] Красновский В.Н. Социальные сети и их влияние на массовое сознание. *Acta Eruditorum*, 2014, № 15, с. 27–30.
- [9] Давыборец Е.Н. Управление массовым сознанием: положительное и отрицательное влияние на общество. *Новая наука: Теоретический и практический взгляд*, 2015, № 6, с. 126, 127.
- [10] Минаева Н.С. Массовое сознание как инструмент манипулирования обществом. *Исторический путь России: из прошлого в будущее: Материалы международной научной конференции, посвященной 800-летию со дня рождения Великого князя Александра Невского*. Санкт-Петербург, СПбГУПТД, 2021, с. 98–105.

Статья поступила в редакцию 07.11.2022

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Ярыгин О.В., Ремарчук В.Н. Социальные сети как инструмент управления массовым сознанием. *Гуманитарный вестник*, 2022, вып. 6.  
<http://dx.doi.org/10.18698/2306-8477-2022-6-816>

**Ярыгин Олег Витальевич** — студент кафедры «Информационная аналитика и политические технологии» МГТУ им. Н.Э. Баумана. e-mail: yarygin.o.v@mail.ru

**Ремарчук Валерий Николаевич** — д-р филос. наук, профессор, декан факультета «Социальные и гуманитарные науки», заведующий кафедрой «Информационная аналитика и политические технологии» МГТУ им. Н.Э. Баумана.  
e-mail: dekan.fsgn@bmstu.ru

## Social networks as a tool in controlling mass consciousness

© O.V. Yarygin, V.N. Remarchuk

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, 105005, Russia

*The paper considers potential and possibilities of using social networks to control the public consciousness. Interpretation of the mass consciousness control is proposed, methods of control are listed, and strategies in protection against the social networks impact on mass consciousness are provided. Particular attention is paid to the influence of social networks on young people, as this group is the most psychologically flexible social group.*

**Keywords:** social networks, mass consciousness, control, control tool, youth, manipulations, mass consciousness control

### REFERENCES

- [1] Sabina K.B. Destruktivnye gruppy v sotsialnykh setyakh kak novaya forma totalitarnykh sekt [Destructive groups in social networks as a new form of totalitarian sects]. *Interial*, 2019, no. 2, pp. 69–71.
- [2] Gerasimova K.R. Analiz vliyaniya kontenta, generiruemogo v sotsialnykh setyakh na razlichnye gruppy polzovateley [Analysis of the impact of content generated in social networks on various user groups]. In: *Nauka i innovatsii v XXI veke: Aktualnye voprosy, otkrytiya i dostizheniya: sbornik statey XVIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Science and innovation in the XXI century: topical issues, discoveries and achievements: collection of articles of the XVIII International Scientific and Practical Conference]. Penza, 2020, pp. 261–264.
- [3] Yurlova V.S. Vlianie sotsialnykh setey na soznanie sovremennoy molodezhi [The influence of social networks on the consciousness of modern youth]. In: *Gumanitarnye nauki v sovremennom vuze: vchera, segodnya, zavtra: materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii* [Humanity sciences in a modern university: yesterday, today, tomorrow. Materials of the International Scientific Conference]. Saint Petersburg, Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyi universitet promyshlennykh tekhnologiy i dizayna, 2019, pp. 1391–1396.
- [4] Ardusheva N.M. Vliyanie sotsialnykh internet-setey na protsess formirovaniya lichnosti molodogo cheloveka [The influence of social Internet networks on the process of personality formation of a young person]. In: *Tendentsii i innovatsii sovremennoy nauki: materialy Mezhdunarodnoy (zaочноy) nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Trends and innovations of modern science: Materials of the International (correspondence) Scientific and Practical Conference], Nur-Sultan, 2019, pp. 48–52.
- [5] Polyakova E.S. Upravlenie obschestvennym mneniem: sposoby manipulyatsii massovym soznaniem v sotsialnykh setyakh [Public opinion control: ways of mass consciousness manipulation in social networks and mass media]. In: *Razvitie: Sbornik materialov I-y Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy studencheskoy konferentsii v formate konkursa No. 1* [Development: Collection of materials of the 1<sup>st</sup> International scientific and practical student conference in the format of competition No. I]. Lipetsk, 2017, pp. 76–83.
- [6] Pletneva A.O. Sotsialnye seti kak instrument vozdeystviya na obschestvennoe soznanie [Social networks as a tool for influencing public consciousness]. In:

- Sotsialno-gumanitarnye problemy obrazovaniya i professionalnoy samorealizatsii (Sotsialnyi inzhener–2020); sbornik materialov Vserossiyskoy konferentsii molodykh issledovateley s mezhdunarodnym uchastiem* [Socio-humanitarian problems of education and professional self-realization (Social Engineer–2020): collection of materials of the All-Russian Conference of Young Researchers with International Participation]. Moscow, Kosygin MSUDT, 2020, pp. 14–17.
- [7] Fattakhova E.I. Vliyanie sotsialnykh setey na cheloveka i obschestvo [The influence of social networks on man and society]. *Alleya nauki — Alley of Science*, 2021, vol. 1, no. 3, pp. 35–39.
- [8] Krasnovsky V.N. Sotsialnye seti i ikh vliyanie na massovoe soznanie [Social networks and their influence on mass consciousness]. *Acta Eruditorum*, 2014, no. 15, pp. 27–30.
- [9] Davybores E.N. Upravlenie massovym soznanie: polozhitelnoe i otritsatelnoe vliyanie na obschestvo [Mass consciousness management: positive and negative impact on society]. *Novaya nauka: Teoreticheskiy i prakticheskiy vzglyad — New Science: Theoretical and Practical View*, 2015, no. 6, pp. 126–127.
- [10] Minaeva N.S. Massovoe soznanie kak instrument manipulirovaniya obschestvom [Mass consciousness as a tool for manipulating society]. In: *Istoricheskiy put Rossii: iz proshlogo v budushee: Materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii: Posvyashchennoy 800-letiyu so dnya rozhdeniya Velikogo knyazya Aleksandra Nevskogo* [The historical path of Russia: from the past to the future: Proceedings of the international scientific conference dedicated to the 800<sup>th</sup> anniversary of the birth of Grand Duke Alexander Nevsky]. Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, 2021, pp. 98–105.

**Yarygin O.V.**, Student, Department of Information Analytics and Political Technologies, Bauman Moscow State Technical University. e-mail: yarygin.o.v@mail.ru

**Remarchuk V.N.**, Dr. Sc. (Philos.), Professor, Dean, Faculty of Social and Humanitarian Sciences, Head, Department of Information Analytics and Political Technologies, Bauman Moscow State Technical University. e-mail: dekan.fsgn@bmstu.ru