

# МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

ПРЕЗЕНТАЦИЮ ПОДГОТОВИЛА СТУДЕНТКА 3 КУРСА  
НАПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТОЛОГИЯ ЩЕТИНИНА ЕЛЕНА

● Философский факультет ТА КФУ им. В.И. Вернадского ●

# СТРУКТУРА РАБОТЫ

1

## СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

- механизмы убеждения и внушения
- механизмы подражания и заражения

2

## РАЦИОНАЛЬНО-СОЗНАТЕЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

- средства массовой информации
- public relations

3

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

4

## ИЗМЕНЕННЫХ ИСТОЧНИКОВ

# МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ



## ЦЕЛЬ

изучить  
механизмы  
формирования  
общественного  
мнения

## ОБЪЕКТ

процесс  
формирование  
общественного  
мнения



## ПРЕДМЕТ

механизмы  
формирования  
общественного  
мнения

## МЕТОДЫ

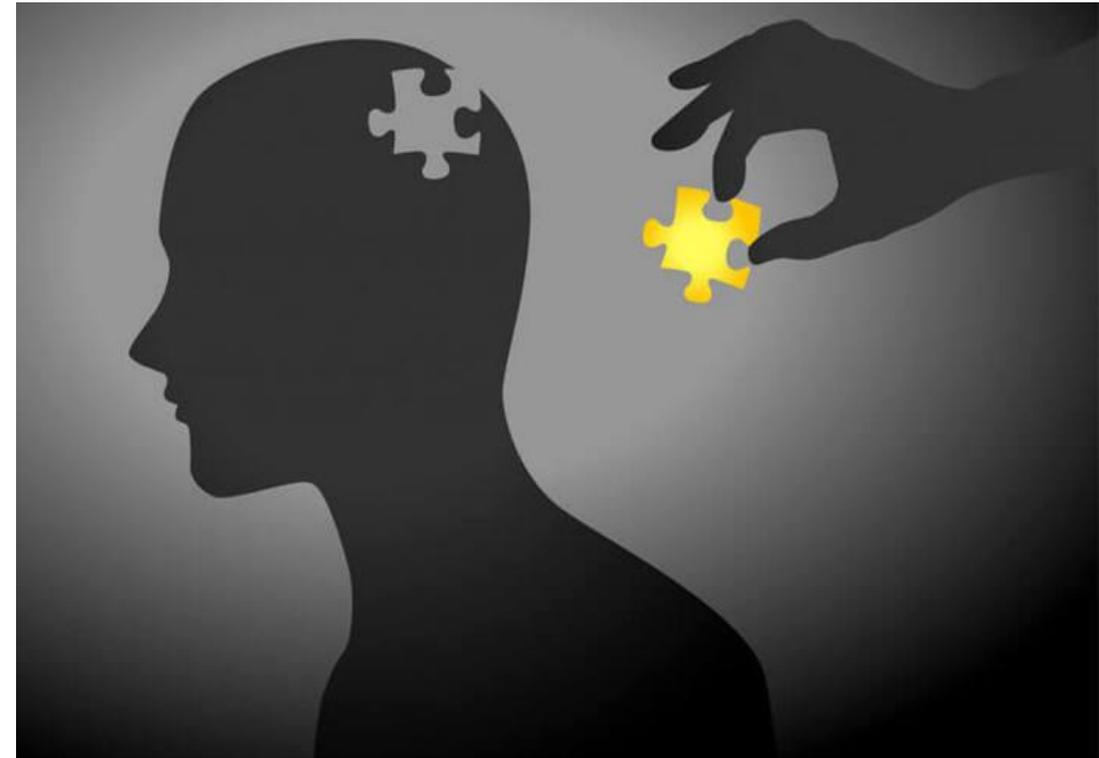
системный,  
сравнительный  
и дедуктивный  
методы,  
методы  
синтеза и  
анализа



# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ: МЕХАНИЗМ УБЕЖДЕНИЯ

## УБЕДИТЬ ОБЪЕКТ

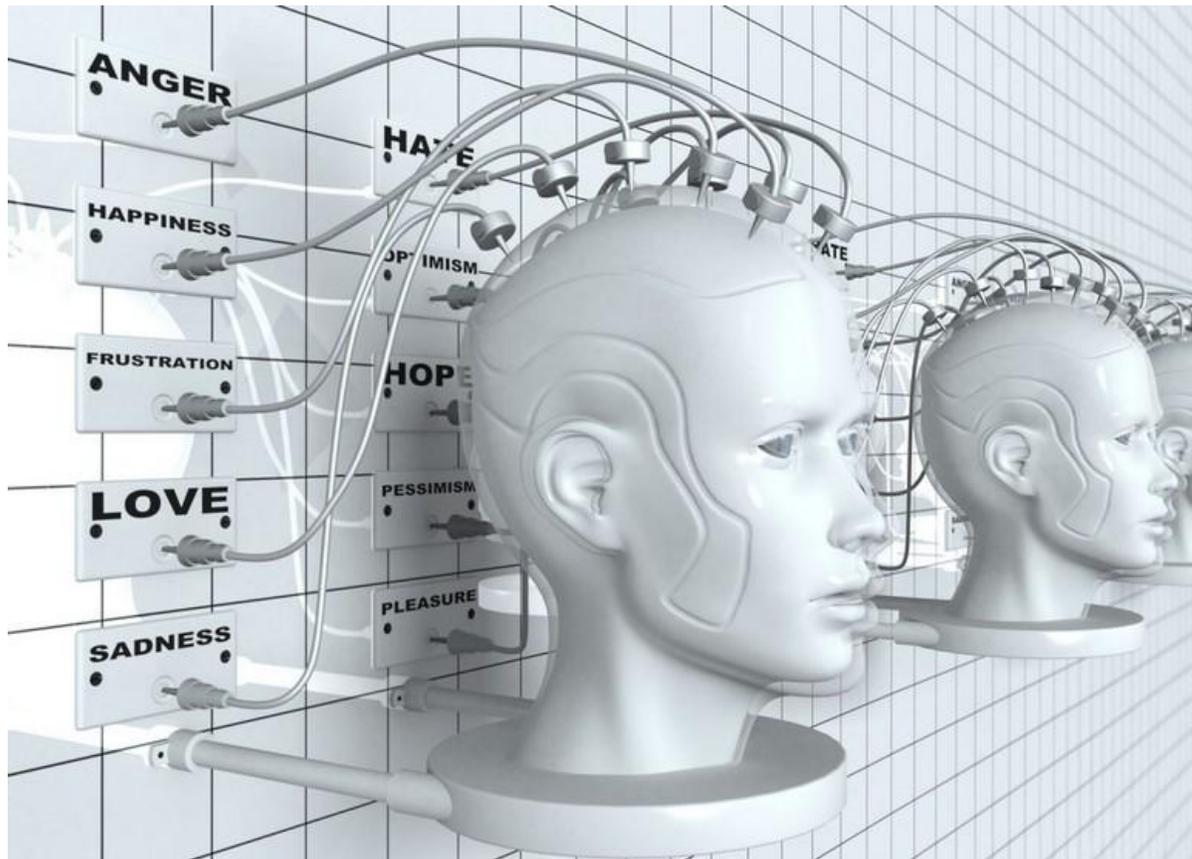
означает доказать или опровергнуть с помощью системы логически выстроенных аргументов определенные положения



# УБЕЖДЕН ИЕ КАК МЕХАНИЗ М ФОРМИРО ВАНИЯ ОБЩЕСТВ ЕННОГО МНЕНИЯ

- 1 убедить объект возможно, если ему присуще такое психологическое качество, как «убеждаемость»
- 2 апелляция к рациональной сфере сознания личности, активное ее участие в процессе познания
- 3 аргументы должны иметь субъективную значимость для объекта, совпадать с ранее полученным опытом
- 4
- 5 конформизм - стремление поступать как все

# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ: МЕХАНИЗМ ВНУШЕНИЯ



● Философский факультет ТА КФУ им. В.И. Вернадского ●

## ВНУШЕНИЕМ НАЗЫВАЮТ

ВИД ПСИХИЧЕСКОГО  
ВОЗДЕЙСТВИЯ,  
СЛОВЕСНОГО ИЛИ  
ОБРАЗНОГО,  
ВЫЗЫВАЮЩЕГО  
НЕКРИТИЧЕСКОЕ  
ВОСПРИЯТИЕ И УСВОЕНИЕ

какой-либо

# ВНУШЕНИЕ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ



## ВНУШАЕМОСТЬ

способность людей воспринимать, понимать и принимать в свое сознание ценностно ориентированную информацию без предъявления достаточных доказательств и их логичности, а лишь на основе престижа источника, привычки к нему или в силу необходимости интерпретации какой-либо ситуации или отсутствия других источников информации

## АКТИВНАЯ ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ РАБОТА

вытеснение из сознания идей и

# ВНУШЕНИЕ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ



опора на систему слов  
или зрительных  
образов,  
стимулирующих  
некритическое  
восприятие и усвоение  
информации, такой  
системой выступаю  
символы



символы  
выполняют важные  
политические и  
социальные  
функции, воплощая  
фундаментальные  
идеи, нормы и  
ценности

● Философский факультет ТА КФУ им. В.И. Вернадского ●



символический  
интеракционизм —  
индивид конструирует  
реальность  
посредством  
придания значений  
действиям, событиям  
в процессе  
коммуникации

# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ: МЕХАНИЗМ ПОДРАЖАНИЯ



## ПОДРАЖАНИЕ

подразумевает под собой  
некритическое  
воспроизводство  
предлагаемых образцов  
поведения

# ПОДРАЖАНИЕ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ  
ОСНОВА ПОДРАЖАНИЯ

задает структуру поведения и когнитивные схемы  
человека

ТРИ ЭТАПА:

1. Социальная категоризация
2. Социальная идентификация
3. Социальная идентичность

ФОРМИРУЕТ  
РЕАЛЬНОСТЬ  
ЧЕЛОВЕКА



# ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ:

## МЕХАНИЗМ ЗАРАЖЕНИЯ



МЕХАНИЗМ  
ЭМОЦИОНАЛЬНОГО  
ЗАРАЖЕНИЯ ПРЕДПОДАГАЕТ  
бессознательное восприятие  
личностью определенных  
эмоциональных состояний или  
настроения  
стирание индивидуальных различий,  
при этом эмоциональное состояние и  
поведение каждого участника толпы  
будет определяться не столько его  
сознательным анализом обстановки,  
сколько эмоциональным состоянием и  
поведением окружающих

# РАЦИОНАЛЬНО-СОЗНАТЕЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СВЕДОМСТВЕННОГО МНЕНИЯ: СМИ

ВА

МАССОВ

ОЙ

ИНФОРМ

АЦИИ



дают широкий спектр возможностей для сознательного формирования общественного мнения, его корректировки и манипуляции им воспроизводят уже существующие стереотипы и создают новые транслируют политическую рекламу, которую можно рассматривать как одну из форм политической пропаганды

являются орудием государственной политики

# ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО



Интернет-пространство  
постепенно замещает  
традиционные СМИ

Сеть Интернет - это  
мощный ресурс, который  
слабо поддается

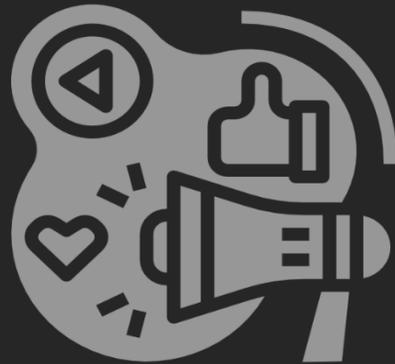
государственному

Государство утрачивает  
монополию на информацию,  
Интернет-платформы дают  
возможность трансляции  
мнений, альтернативных  
позиции, появляется  
возможность манипуляции

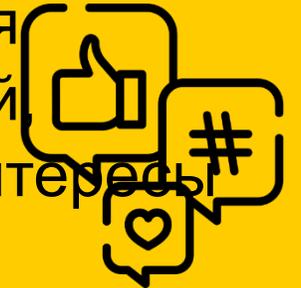
общественным мнением извне

# РАЦИОНАЛЬНО-СОЗНАТЕЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ: PR

PUBLIC  
RELATIONS (PR)  
СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННО  
СТЬЮ



Являются важной  
составляющей принятия  
стратегических решений,  
которые затрагивают интересы  
многих людей



Управленческая функция  
«публик рилейшнз» — это то, что  
должно заменить собой  
административное  
продавливание решений и дать  
возможность выработать  
соответствующие установки

С помощью PR происходит  
прогнозирование, анализ и  
интерпретация общественного  
мнения, а затем управление  
общественными процессами в  
нужном для руководства

направлении

СПАС

ЗА

ВНИМАНИЕ

ИЕ

ПРЕЗЕНТАЦИЮ  
ПОДГОТОВИЛА  
ЩЕТИНИНА ЕЛЕНА  
СТУДЕНТКА 3 КУРСА  
НАПРАВЛЕНИЯ  
ПОЛИТОЛОГИЯ

КОНТА  
КТЫ



DMNP1994@  
MAIL.RU

● Философский факультет ТА КФУ им. В.И. Вернадского ●

