**ФОРМЫ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ, ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИИ  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ   
ЭКОНОМИКИ**

**А. В. Вашкевич**

Манипулирование общественным мнением – один из способов господства и подавления воли людей путем духовного воздействия на них через программирование их поведения. [1]Основными источниками массового информирования являются средства массовой информации, а именно: печатные издания, радио, телевидение и интернет-ресурсы, а они являются основными средствами информационно-психологического манипулирования людьми. Актуальность проблемы состоитв том, что институты управления и СМИ действуют недостаточно неэффективно по формированию и развитию инновационной активности по вопросам модернизации национальной экономики, степень их влияния крайне низкая или даже отрицательная.

Цель данной работы:на основе системного анализа содержания и процесса информационного обеспечения инновационных процессов разработать предложения по совершенствованию данной системы на основе изучения общественного мнения.

Задачи исследования:

* проведение контент-анализа информационного сопровождения программ инновационного развития и модернизации;
* хронометраж телепередач и интернет-ресурсов (центральных СМИ) по вопросам инновационного развития и модернизации;
* выявление факторов, влияющих на адекватное восприятие информации, связанной с инновациями, различными категориями руководителей и специалистов, студенческой молодежи;
* разработка предложений по оптимизации процесса информационного обеспечения, программ инновационного развития и модернизации.

Объектами исследования выступают СМИ и фокус-группы студентов, участвующих в научно-исследовательской работе. Предметом исследования являются информационные потоки и формы манипулирования общественным мнением.

В таблице 1 [2] представлена информация о средствах массовой информации в нашей стране. Судя по этим данным, количество негосударственных печатных изданий в основном в два и более раз превышает количество государственных.Но степень влияния на массовое сознание электронных СМИ гораздо больше, чем печатных.

*Табл. 1*

**Сведения о средствах массовой информации, информационных  
агентствах на 1 апреля 2013 года**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Зарегистрированы в государственном реестре средств массовой информации | | | |
| Виды | Всего | Государственные | Негосударственные |
| Печатные СМИ | | | |
| Газеты | 694 | 207 | 487 |
| Журналы | 751 | 193 | 558 |
| Бюллетени | 40 | 12 | 28 |
| Каталоги | 9 | - | 9 |
| Альманахи | 2 | - | 2 |
| Итого | 1496 | 412 | 1084 |
| Электронные СМИ | | | |
| Радиопрограммы | 166 | 143 | 23 |
| Телепрограммы | 89 | 32 | 57 |
| Итого | 255 | 175 | 80 |
| Информационные агентства | | | |
|  | 9 | 2 | 7 |

Таблица 2 [3] отражает число организаций и работников, выполнявших научные исследования и разработки в период с 2000 года по 2012 год, а также затраты на эти научные исследования и разработки в денежном эквиваленте. Эти данные свидетельствуют о существенном изменении качественного состава научно-исследовательской деятельности, уменьшении затрат на научно-исследовательскую работу.

Основными центрами, обеспечивающими информационное снабжение инновационной деятельности, являются:

* Национальная библиотека, научные и научно-технические библиотеки республики
* Белорусский институт системного анализа и информационного обеспечения научно-технической сферы
* Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь
* Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь
* Сеть информационных центров и центров трансфера технологий и другие субъекты инновационной инфраструктуры

Формы манипулирования общественным мнением в зависимости от направленности деятельности делятся на конструктивную (мобилизующую), деструктивную (разрушающую) и нейтральную (отвлекающую).

*Табл. 2*

**Основные показатели деятельности организаций, выполнявших научные  
исследования и разработки**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Число организаций, выполнявших НИР, единиц | 307 | 299 | 301 | 295 | | 295 | 322 | 338 | 340 | 329 | 446 | 468 | 501 | 530 |
| Списочная численность работников, выполнявших НИР, человек | 32926 | 32119 | 30711 | 29981 | | 28750 | 30222 | 30544 | 31294 | 31473 | 32441 | 31712 | 31194 | 30437 |
| Из них имеют ученую степень | | | | |  | | | | | | | | | |
| Доктора наук | 819 | 831 | 787 | 783 | | 794 | 780 | 758 | 744 | 726 | 739 | 748 | 744 | 720 |
| Кандидата наук | 3856 | 3693 | 3472 | 3431 | | 3340 | 3255 | 3197 | 3176 | 3143 | 3228 | 3193 | 3177 | 3099 |
| Из них исследователи | 19707 | 19133 | 18557 | 17702 | | 17034 | 18267 | 18494 | 18995 | 18455 | 20543 | 19879 | 19668 | 19315 |
| Внутренние затраты на НИР, млрд. руб. | 66,0 | 121,7 | 162,3 | 223,6 | | 313,7 | 441,5 | 523,7 | 934,8 | 962,4 | 883,3 | 1140,6 | 2081,9 | 3537,8 |
| из них:внутренние текущие затраты на НИР, млрд. руб. | 62,8 | 114,3 | 156,0 | 209,5 | | 290,1 | 402,1 | 485,5 | 606,8 | 774,8 | 839,9 | 1072,7 | 1619,1 | 3059,7 |
| Объем выполненных научно-технических работ, млрд. руб. | 99,1 | 179,8 | 259,5 | 382,5 | | 533,5 | 832,7 | 833,7 | 1017,1 | 1252,5 | 1162,8 | 1427,8 | 2225,6 | 4368,1 |

Еще формы манипулирования общественным мнением в зависимости от содержания деятельности подразделяются на исполнительную, управленческую, образовательную, инновационную и др.

СМИ, как правило, пользуются двумя основными формами манипулирования общественным мнением в зависимости от периодичности влияния фрагментарной и последовательной

Методы манипулирования общественным мнением, в свою очередь, подразделяются на внушение, убеждение, разочарование, раздражение и сомнение.

*Табл. 3*

**Контент-анализ СМИ о содержании информации об инновациях**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Инновации в отраслях освещения СМИ | Информационные каналы | | | | | |
| РТР-Беларусь | | СТВ | | Интернет-портал TUT.BY | |
| 1 день | 2 день | 1 день | 2 день | 1 день | 2 день |
| Спорт | - | - | - | - | - | - |
| Образование | + | - | - | - | - | - |
| Производство | - | - | - | + | + | + |
| Общество | - | - | - | - | - | + |
| Экономика | - | - | - | + | + | - |

В таблице 3 знаком «+» отмечены сферы, инновации в которых освещены в СМИ, знаком «-» - не освещены в СМИ.

Исходя из проведения исследования, выявились основные факторы влияния СМИ на развитие инноваций:

* система информационного обеспечения инновационной деятельности посредством СМИ;
* переход от фрагментарности к последовательному освещению основных аспектов инновационной деятельности;
* разработка моральных и материальных стимулов процесса модернизации инновационной деятельности;
* переход от показов негативных аспектов деятельности предприятий реального сектора к положительным с освещением инновационных технологий и секрета успеха;
* разработка системы научно-технического творчества молодежи и создание условий для реализации ее инновационного потенциала.

**Литература**

1. Интернет-адрес: http://ru.wikipedia.org/wiki/Манипуляция\_массовым\_сознанием
2. Интернет-адрес: http://www.mininform.gov.by/rus/smi/
3. Интернет-адрес: http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/science.php