
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 159.9

DOI 10.5281/zenodo.17018843

Слюсаренко К. А.

Слюсаренко Ксения Андреевна, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Ленинские горы, д. 1, Москва, Россия, 119991. E-mail: Ksenn23@mail.ru.

Роль общественного мнения в формировании представлений о здоровье и благополучии

Аннотация. В статье рассматриваются психологические и социальные механизмы формирования общественного мнения, включая методы манипуляции, такие как внушение, использование слухов, фрагментация информации и астротурфинг. Обсуждается взаимосвязь между общественным мнением, общественным сознанием и настроением, а также роли традиций и привычек морального поведения в контексте здорового образа жизни. Исследование включает анализ культурных особенностей восприятия здоровья в разных обществах, демонстрируя, как глобализация и цифровизация влияют на общественные установки. На примере кейсов из Японии, США и Скандинавии показано, как медиа и социальные сети формируют новые тенденции в отношении здоровья.

Ключевые слова: общественное мнение, здоровье, благополучие, манипуляция, медиа, культурные традиции, здоровый образ жизни.

Slyusarenko K. A.

Slyusarenko Kseniya Andreevna, Lomonosov Moscow State University, Leninskie Gory, 1, Moscow, Russia, 119991. E-mail: Ksenn23@mail.ru.

The role of public opinion in shaping perceptions of health and well-being

Abstract. The paper examines the psychological and social mechanisms of public opinion formation, including manipulation methods such as suggestion, the use of rumors, information fragmentation and astroturfing. The article discusses the relationship between public opinion, public consciousness and mood, as well as the role of traditions and habits of moral behavior in the context of a healthy lifestyle. The study includes an analysis of the cultural characteristics of health perception in different societies, demonstrating how globalization and digitalization affect social attitudes. Using the examples of cases from Japan, the USA and Scandinavia, it is shown how media and social networks are shaping new health trends.

Key words: public opinion, health, well-being, manipulation, media, cultural traditions, healthy lifestyle.

Введение.
Актуальность. В современном обществе представления о здоровье и благополучии становятся все более важными, поскольку они влияют на поведение людей, их отношение к медицинским услугам, а также на принятие решений в области здоровья. Общественное мнение играет ключевую роль в формировании этих представлений, так как люди чаще делают выбор и строят свою жизнь из трендов.

Из опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 2024 г. следует: каждый третий (33 %) характеризует состояние здоровья как хорошее, около половины (49 %) как удовлетворительное, примерно каждый шестой (16 %) находит свое здоровье слабым. 53 % россиян по самооценке придерживаются принципов здорового образа жизни всегда, а 35 % – иногда, 11 % не соблюдают такие принципы [7].

В условиях глобализации и быстрого распространения информации через социальные сети и другие медиа, изучение влияния общественного мнения на восприятие здоровья становится особенно актуальным. Понимание этих процессов поможет разработать эффективные стратегии для повышения уровня здоровья населения и формирования позитивных установок к благополучию.

Целью данного исследования является теоретическое изучение роли общественного мнения в формировании представлений о здоровье и благополучии, а также выявление факторов, влияющих на эти процессы.

Задачи данного исследования состоят в следующем:

1. Провести анализ существующих теорий и подходов к пониманию общественного мнения и привычки морального поведения.

2. Исследовать механизмы формирования общественного мнения о здоровье и благополучии.

3. Оценить влияние культуры и традиций на формирование общественного мнения о здоровье.

Методами исследования является изучение существующих научных работ, статей и исследований, сравнительный метод, концептуальный анализ, теоретическое обобщение, дедуктивный и индуктивный метод, анализ и интерпретация данных с целью создания новых теоретических рамок или уточнения существующих.

Научная новизна исследования заключается в комплексном подходе к анализу роли общественного мнения в формировании представлений о здоровье и благополучии. В рамках исследования будет предложена новая модель взаимодействия между общественным мнением, медиа и индивидуальными установками, что позволит глубже понять динамику этих процессов. Также будет проведен анализ влияния современных технологий и социальных сетей на формирование общественного мнения, что является недостаточно исследованным аспектом в существующей литературе.

Общественное мнение как психологический феномен.

Общественное мнение в психологии можно определить как совокупность взглядов, убеждений и оценок, которые разделяются определенной группой людей по вопросам, касающимся общественной жизни. Оно формируется под влиянием различных факторов, таких как культура, социальные нормы, массовая информация и личный опыт. Это коллективное мнение, которое возникает в результате взаимодействия между людьми и отражает их общие чувства и мысли по актуальным вопросам. Оно может варьироваться в зависимости от времени, места и контекста [11].

Общественное мнение динамично, оно формируется и изменяется под воздействием информации, предоставляемой в том числе средствами массовой инфор-

мации и ее обсуждения в обществе, СМИ формируют мнение благодаря тому что «то в нужный момент дается новая информация, то, наоборот, какие-то события умышленно замалчиваются, то уже известные факты рассматриваются в новом свете, то, наоборот, сообщая о каких-то новациях, их преподносят в виде повторения пройденного» [12, с. 292].

Манипулирование общественным мнением включает в себя несколько ключевых методов. Во-первых, это внушение, которое позволяет влиять на восприятие людей. Во-вторых, происходит перенос частного случая в общую систему, что помогает создать обобщенные представления. Третьим аспектом является оперирование слухами, домыслами и непроверенной информацией, что способствует распространению недостоверных сведений. Четвертым методом является использование тактики, известной как «нужны трупы», которая включает эмоциональное зомбирование через темы секса, насилия и убийства. Пятое, манипуляция часто предполагает выбор меньшего из двух зол, что заставляет людей принимать решения в условиях ограниченного выбора. Шестое, это замалчивание одной информации и активная пропаганда другой, что формирует искаженную картину реальности. Седьмым пунктом является фрагментация информации, то есть разделение ее на отдельные части для упрощения восприятия. Восьмым методом является применение техники «Геббельса», при которой ложь выдаётся за правду через её постоянное повторение. Девятое, это мистификация, которая создает ложные представления о реальности. Наконец, астротурфинг представляет собой искусственное управление общественным мнением с помощью специально нанятых людей, что позволяет манипулировать массовым сознанием более эффективно [5; 16].

Приведем несколько примеров манипуляции и изменения общественного мнения.

В 2016 году во время выборов в США наблюдалось активное использование фейковых новостей для манипуляции общественным мнением. Исследования показали, что такие новости распространялись через социальные сети и влияли на восприятие кандидатов [17]. Это является примером использования методов манипуляции, таких как оперирование слухами и замалчивание важной информации.

В начале пандемии COVID-19 общественное настроение было охарактеризовано страхом и неопределенностью. Однако по мере распространения информации о вакцинации и улучшения ситуации с инфекцией общественное мнение стало более позитивным. Это изменение демонстрирует, как быстро меняется общественное настроение и как оно влияет на формирование общественного мнения о вакцинации [19].

Примером астротурфинга является организация искусственных протестов или поддержка определенных политических идей с помощью специально нанятых людей для создания иллюзии массовой поддержки. Это явление активно использовалось в социальных сетях для продвижения различных политических повесток [18].

Соотношение понятий «общественное мнение», общественное сознание» и «общественное настроение».

Общественное сознание представляет собой более широкое понятие, охватывающее не только мнения, но и ценности, идеалы, убеждения и мировосприятие общества в целом. Оно включает в себя исторический контекст, культурные традиции и социальные структуры, которые влияют на формирование общественного мнения. Таким образом, общественное мнение можно рассматривать как компонент общественного сознания [3].

Общественное настроение, в свою очередь, отражает эмоциональное состояние общества в данный момент времени. Это более краткосрочное и изменчивое явление по сравнению с общественным

мнением. Например, в условиях кризиса или катастрофы общественное настроение может быстро измениться, что, в свою очередь, повлияет на формирование общественного мнения по актуальным вопросам [9].

Привычки морального поведения.

Осуществление нравственного контроля и поддержание моральных стимулов деятельности и поведения людей позволяет общественному мнению формировать в индивидуальном сознании привычки, а в коллективном и общественном – традиции морального поведения. Формирование привычек и традиций также можно рассматривать как одну из важных функций общественного мнения в нравственном воспитании.

Привычки морального поведения – это потребности, склонности, стремления человека к поступкам, обладающим моральной ценностью, и способам их осуществления, имеющим относительную устойчивость.

Важность воспитания привычек должного поведения в нашем обществе уже достаточно осознанна. Существующее же некоторое предубеждение на этот счет вытекает из непонимания природы привычек, в особенности нравственных привычек, представляющих собой сложные психологические образования. Суть в том, что привычка исключает якобы убеждение и ведет к автоматизму, а поскольку это так, то не следует делать ударение на воспитании привычек.

В привычке есть, бесспорно, элемент автоматизма в выполнении действий. Еще Ф. В. Г. Гегель говорил, что в этом понятии сознательная деятельность соединяется с противоположным ей бессознательным механическим течением процессов, в котором единичное более незаметно, и выдвигается на первый план лишь общее. Когда человек, например, учится читать или писать, всякая буква и всякая черта составляет очень заметное представление, когда же он путем продолжительных упражнений вполне научается читать и писать, он уже замечает лишь целое, а не единичное. Но ав-

томатизм ни в коей мере не исчерпывает понятие привычки. Возникая благодаря длительным повторениям и упражнениям, привычка включает в свое содержание целенаправленную активность сознания [10].

Нравственные привычки действия связаны с размышлением человека, осмыслением конкретной ситуации, планированием и т. п. Они являются весьма гибкими формами поведения, за которыми в отличие от элементарных, так называемых гигиенических привычек, не закрепляются строго определенные действия и операции. В то же время наличие нравственных привычек помогает ориентироваться в тех или иных нравственных ситуациях, поскольку у человека вырабатывается установка на соблюдение в поведении морального кодекса строителя коммунизма.

Привычка, следовательно, не исключает и не может исключать убеждения. Она складывается, как правило, на его основе и становится одной из форм его реализации в поведении человека. Убеждение при этом укрепляется наличием соответствующих привычек. В жизни встречается немало случаев, когда человек, совершивший аморальный поступок, знает нравственные нормы и понимает, что их нельзя нарушать. И происходит это именно оттого, что сознательное отношение к вопросам поведения у него не перешло еще в привычку. Сформировавшиеся привычки позволяют преодолевать возникающие противоречия между осознанием должного поведения и реализацией этого осознания. Нравственные убеждения и чувства становятся нравственными качествами по мере того, как начинают воплощаться в практическом поведении в силу органической потребности определенного образа действий. Вот почему при решении задач нравственного воспитания неизбежно встает вопрос о привычках [2].

Роль традиций в общественном мнении.

Велика роль общественного мнения в формировании традиций, в том числе и

нравственных. В традициях аккумулируется социальный опыт людей и посредством их передается от одного поколения к другому. Благодаря традициям обеспечивается преемственность прошлого, настоящего и будущего.

Существование традиций — как реальности, как стороны общественных отношений и деятельности людей, как отражения этой реальности в сознании — создает немалые трудности в процессе преодоления старых, изживших себя традиций, когда отношения, их породившие, уже ликвидированы, а отражение в виде идей, взглядов, обрядности и т. п. сохраняется в качестве пережитков прошлого и мешает утверждению нового. Это создает препятствия и при становлении новых традиций [6].

На понимании сущности и природы традиций в обществознании сказалось существование традиций как реальных форм и способов деятельности людей и общественных отношений (материальных и идеологических), как отражения самой реальности. Это выразилось прежде всего в толковании традиции только как категории социальной психологии, в сведении ее содержания к духовным элементам.

Общественные отношения, повторяясь в жизни ряда поколений, приводят к появлению традиций. Для образования традиций необходим, следовательно, исторически определенный отрезок времени, в течение которого формы общественных отношений, деятельности людей передаются из поколения в поколение, приобретая устойчивый, традиционный характер. Преемственность общественных отношений и форм их проявления становится характерным и для самих традиций [13].

Становление традиций по своему существу является естественно-историческим процессом. Вместе с тем люди могут сознательно стремиться к созданию новых нравственных отношений, к формированию соответствующих традиций. В этом смысле правомерно гово-

рить о сознательных началах в становлении и развитии традиции. И эти начала получают все более широкое распространение при социализме. Понятно, что вопрос о стихийности при становлении новых традиций не снимается, но сознательные начала при социализме превалируют. Поэтому и важно обращать внимание на роль целенаправленно организованного общественного мнения в становлении и укреплении традиций.

Роль общественного мнения сказывается в том, что его требования воплощаются, закрепляются в идейном содержании традиций [14]. Различия между общественным мнением и традициями можно представить как различия между настоящим и прошлым в сознании общества. То, что волнует людей сегодня, те вопросы, которые они в настоящее время решают, выступает предметом общественного мнения. Постоянно повторяющаяся социальная практика, одобряемая общественным мнением, закрепляет формы проявления тех или иных общественных отношений, деятельности, поведения людей в прочных установлениях, т.е. в традициях.

Общественные представления о здоровом образе жизни.

В число объективных критериев здорового образа жизни входят уклад, уровень и качество жизни, жизненный стиль. Субъективные критерии представлены чувствами, эмоциями, отношениями, поведенческими установками, существующими в общественном мнении. Субъективный компонент здорового образа жизни составлен ценностными установками и оценкой общественного мнения, которые определяют личную и коллективную направленность поведения, а также предписанные нормы общения, деятельности, мышления [4].

Отношения общественного мнения к здоровому образу жизни в качестве коллективного консенсуса социальной желательности или нежелательности массового поведения может носить императивный характер или диспозитивный харак-

тер и принимать форму однозначно позитивных/негативных, либо неоднозначно позитивных/негативных оценок.

Для общественного мнения характерна ассоциация здорового образа жизни с активной, физической, мыслительной, творческой, психоэмоциональной, волевой и прочими видами деятельности. Что касается нездорового образа жизни, то он тождественен пассивности, бездеятельности, безразличию и инфантильности, инертности.

Можно привести пример эксперимента, проведенного Алимпиевой А. В. и Колбасиной К. Ю., который напрямую подтверждает значимость медиа. В экспериментальной группе 1, которая смотрела документальные фильмы о здоровом питании, было отмечено снижение потребления вредных продуктов и рост интереса к здоровой пище. В экспериментальной группе 2, смотревшей художественные фильмы с акцентом на приготовление пищи, внимание было сосредоточено на создании привлекательной атмосферы, выросло число импульсивных покупок той еды, что им была показана, а также копировался способ употребления и антураж [1].

Установки, ценности и общественное мнение в вопросах здоровья.

Отрицательное влияние на здоровый образ жизни оказывают негативно продуцируемые общественным мнением чувства беспокойства за будущее, страха, излишней тревожности, тягот повседневной жизнедеятельности [8].

Общественное мнение содержит в себе разнонаправленные, противоречивые мотивы, интересы, ценности в вопросах здорового образа жизни человека. Их преобразование тесным образом связано с недооценкой значимости благополучия жизни, предпочтением ежесекундных потребностей интересам стратегической направленности, с ростом влияния частных жизненных ценностей в лице карьеры, успеха, материального благополучия, выгодного брака и так далее. Подмена современных ценностных ориентиров общественного мнения происходит по

пути увеличения развлекательной и рекреативной нацеленности интересов, роста потребительских требований над творческими и созидательными моментами [15].

Следовательно, система установок общественного мнения, влияющих на здоровый образ жизни, по степени своей силы воздействия, значимости проигрывает системе установок общественного мнения, которая базируется на инструментальных ценностях. Недостаточность влияния установок общественного мнения на здоровый образ жизни может проявляться в различии между предписанными нормами поведения и существующим поведением.

Культурные особенности общественного мнения о здоровье.

Культурные и исторические контексты играют ключевую роль в восприятии здоровья и благополучия в различных обществах. В каждом культурном контексте существуют уникальные представления о том, что означает быть здоровым, а также о том, какие факторы влияют на общее благополучие. Например, в западных странах здоровье часто ассоциируется с физическим состоянием, доступом к медицинским услугам и индивидуальной ответственностью за здоровье. В то же время, в некоторых традиционных обществах здоровье может восприниматься как результат гармонии с природой и сообществом, где важным является не только физическое состояние, но и духовное и социальное благополучие.

Приведем несколько кейсов, иллюстрирующих изменения общественного мнения и установок к здоровому образу жизни в разных культурах:

В последние годы в Японии наблюдается изменение отношения к традиционной диете и физической активности. С увеличением глобализации и влияния западной культуры, японцы стали больше потреблять фастфуд, что привело к росту числа случаев ожирения и связанных с ним заболеваний [21].

Социальные медиа играют важную роль в формировании общественного мнения о здоровье и фитнесе в США. Исследования показывают, что платформа Instagram (внесена в перечень организаций, причастных к терроризму и экстремизму, и запрещена на территории Российской Федерации) влияет на восприятие идеального тела и здорового образа жизни, что может как вдохновлять, так и вызывать тревогу у пользователей [22].

В Скандинавии наблюдается сильная установка на устойчивый образ жизни, включая активное использование велосипедов, доступ к природе и здоровое питание. Эти установки стали частью общественного мнения, что положительно сказывается на общем уровне здоровья населения [20].

Также культурные практики и традиции влияют на подходы к лечению и профилактике заболеваний. В некоторых культурах, например, использование травяной медицины и альтернативных методов лечения считается более приемлемым, чем традиционная медицина. Это может привести к конфликтам между различными системами здравоохранения и различным пониманием здоровья.

Заключение.

Общественное мнение играет ключевую роль в формировании общественного сознания и настроений. Оно может быть подвержено манипуляциям через различные методы воздействия, что требует от общества критического подхода к информации. Понимание этих процессов важно для формирования здорового демократического общества.

В ходе данного исследования были рассмотрены ключевые теории и подходы к пониманию общественного мнения

и привычек морального поведения, что позволило выявить их многообразие и сложность. Анализ механизмов формирования общественного мнения о здоровье и благополучии показал, что информация, социальные нормы и личный опыт играют важную роль в восприятии здоровья обществом. Кроме того, исследование подтвердило значительное влияние культуры и традиций на формирование общественного мнения в данной области. Эти факторы не только определяют взгляды и поведение индивидов, но и формируют коллективные представления о здоровье, что подчеркивает необходимость учета культурных контекстов при разработке программ по повышению общественного здоровья. В целом, результаты исследования подчеркивают важность комплексного подхода к изучению общественного мнения, который включает в себя как социальные, так и культурные аспекты.

Несомненно, социальные детерминанты здоровья требуют внимания, требуется дополнительное изучение того, как социальные, экономические и культурные факторы влияют на здоровье различных групп, особенно в условиях неравенства в доступе к ресурсам и услугам. Также как и психосоциальные аспекты играют важную роль в понимании связи между общественным мнением, психическим здоровьем и благополучием. В условиях стресса и тревожности, вызванных глобальными событиями, необходимо исследовать, как общественное мнение может влиять на индивидуальное восприятие и переживание этих состояний, особенно устойчивость к этим изменениям отдельно взятого человека и его восприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алимпиева А.В., Колбасина К.Ю. Динамика поведения молодежи в сфере здорового питания под воздействием средств массовой информации // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2013. №11.
2. Амангельдиев Г. А. Мировые установки и нравственные культуры и их влияние на общество // Символ науки. 2023. №5-1. URL:

3. Бетильмерзаева М. М. Сущность общественного сознания: становление смыслов // Общество: философия, история, культура. 2023. №7 (111).
4. Бурганова Л.А., Савельева Ж.В. Медиализация и эстетизация здоровья в рекламной коммуникации // Социологические исследования. 2009. № 8. С.100-107.
5. Волосников Р. А. Влияние социальных медиа на формирование и функционирование общественного мнения // Социологический альманах. 2019. №10.
6. Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина в 4-х книгах. Жизнь 1-я. Эпоха Хрущева М.: "Прогресс-Традиция". 2001. 624 с
7. Здоровый образ жизни: мониторинг. Всероссийский центр изучения общественного мнения. 2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorovyi-obraz-zhizni-monitoring> (Дата обращения 10.07.2025)
8. Иванюшкин А.Я. «Здоровье и «болезнь» в системе ценностных ориентаций человека // Вестник АМН СССР. 1982. №4. С.29-33.
9. Куликов Л. В. Общественное сознание и общественное настроение // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2008. №2.
10. Кареев Н.И. Общие основы социологии / Н.И. Кареев. М.: КД Либроком, 2015. 248 с.
11. Соболева Д. В., Гагарина С. Н. Общественное мнение: определение, эволюция, концепции // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. №7-2.
12. Свенцицкий А. Л. Социальная психология. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. 336 с.
13. Соколов А.И. Социально-регулятивная миссия обычаев и традиций // Вестник ЧГУ. 2008. №1.
14. Уразбаева А.К. Роль общественного мнения и культурных представлений в формировании инклюзивных практик // Эпоха науки. 2025. №42.
15. Чернов И. А. Общественное мнение как социально-психологический фактор здорового образа жизни // Акмеология. 2013. №2 (46).
16. Щеглов А.В., Макарычев В.Н. Манипуляция общественным мнением // Вестник экономической безопасности. 2020. №1.
17. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election // Journal of Economic Perspectives 2017 Vol 31 (2): p. 211–36.
18. Bimber B., Davis, R. Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections. In The Internet and American Life. 2003. URL: https://www.researchgate.net/publication/231381859_Campaigning_Online_The_Internet_in_US_Elections (дата обращения: 13.07.2025).
19. Gollust, S. E., Nagler, R. H., Fowler, E. F. The emergence of COVID-19 in the US: A public health and political communication crisis // Journal of health politics, policy and law, 2020. Vol. 45(6). P. 967-981. <https://doi.org/10.1215/03616878-8641506>.
20. Lindgren E. Sustainable lifestyles and health in the Nordic countries: A review// Scandinavian Journal of Public Health, 2025. Volume 53, Issue 1 p. 1–6.
21. Watanabe D, Murakami H, Gando Y, Kawakami R, Tanisawa K, Ohno H, Konishi K, Sasaki A, Morishita A, Miyatake N and Miyachi. Association Between Temporal Changes in Diet Quality and Concurrent Changes in Dietary Intake, Body Mass Index, and Physical Activity Among Japanese Adults: A Longitudinal Study // Front. Nutr. 2022. Vol 9:753127. doi: 10.3389/fnut.2022.753127
22. Xu Jiaqing, Mumtaz Aini Alivi, Siti Ezaleila Mustafa, & Nasrullah Dharejo. The Impact of Social Media on Women's Body Image Perception: A Meta-Analysis of Well-being Outcomes // International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM), 2023. Vol 17(20), p. 148–170. <https://doi.org/10.3991/ijim.v17i20.44665>.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Alimpieva A.V., Kolbasina K.Ju. Dinamika povedenija molodezhi v sfere zdorovogo pitanija pod vozdejstviem sredstv massovoj informacii // Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Serija: Filologija, pedagogika, psihologija. 2013. №11.
2. Amangel'diev G. A. Mirovye ustanovki i npravstvennye kul'tury i ih vlijanie na obshhestvo // Simvol nauki. 2023. №5-1. URL:
3. Betil'merzaeva M. M. Sushhnost' obshhestvennogo soznaniya: stanovlenie smyslov // Obshhestvo: filosofija, istorija, kul'tura. 2023. №7 (111).

4. Burganova L.A., Savel'eva Zh.V. Medikalizacija i jestetizacija zdorov'ja v reklamnoj kommunikacii // Sociologicheskie issledovanija. 2009. № 8. S.100-107.
5. Volosnikov R. A. Vlijanie social'nyh media na formirovanie i funkcionirovanie obshhestvennogo mnenija // Sociologicheskij al'manah. 2019. №10.
6. Grushin B.A. Chetyre zhizni Rossii v zerkale oprosov obshhestvennogo mnenija. Oчерki massovogo soznaniya rossijan vremen Hrushheva, Brezhneva, Gorbacheva i El'cina v 4-h knigah. Zhizn' 1-ja. Jepoha Hrushheva M.: "Progress-Tradiciya". 2001. 624 s
7. Zdorovyj obraz zhizni: monitoring. Vserossijskij centr izuchenija obshhestvennogo mnenija. 2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorovy-obraz-zhizni-monitoring> (Data obrashhenija 10.07.2025)
8. Ivanjushkin A.Ja. «Zdorov'e i «bolezni» v sisteme cennostnyh orientacij cheloveka // Vestnik AMN SSSR. 1982. №4. S.29-33.
9. Kulikov L. V. Obshhestvennoe soznanie i obshhestvennoe nastroyenie // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologija. 2008. №2.
10. Kareev N.I. Obshhie osnovy sociologii / N.I. Kareev. M.: KD Librokom, 2015. 248 c.
11. Soboleva D. V., Gagarina S. N. Obshhestvennoe mnenie: opredelenie, jevoljucija, kon-cepcii // Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnyh i estestvennyh nauk. 2022. №7-2.
12. Svencickij A. L. Social'naja psihologija. M.: TK Velbi, Izd-vo Prospekt., 2004. 336 s.
13. Sokolov A.I. Social'no-reguljativnaja missija obychaev i tradicij // Vestnik ChGU. 2008. №1.
14. Urazbaeva A.K. Rol' obshhestvennogo mnenija i kul'turnyh predstavlenij v formiro-vanii inkljuzivnyh praktik // Jepoha nauki. 2025. №42.
15. Chernov I. A. Obshhestvennoe mnenie kak social'no-psihologicheskij faktor zdorovogo obraza zhizni // Akmeologija. 2013. №2 (46).
16. Shheglov A.V., Makarychev V.N. Manipuljacija obshhestvennym mneniem // Vestnik jekonomich-eskoj bezopasnosti. 2020. №1.
17. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election // Journal of Economic Perspectives 2017 Vol 31 (2): p. 211–36.
18. Bimber B., Davis, R. Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections. In The Internet and American Life. 2003. URL: https://www.researchgate.net/publication/231381859_Campaigning_Online_The_Internet_in_US_Elections (data obrashhenija: 13.07.2025).
19. Gollust, S. E., Nagler, R. H., Fowler, E. F. The emergence of COVID-19 in the US: A public health and political communication crisis // Journal of health politics, policy and law, 2020. Vol. 45(6). P. 967-981. <https://doi.org/10.1215/03616878-8641506>.
20. Lindgren E. Sustainable lifestyles and health in the Nordic countries: A review// Scandinavian Journal of Public Health, 2025. Volume 53, Issue 1 p. 1–6.
21. Watanabe D, Murakami H, Gando Y, Kawakami R, Tanisawa K, Ohno H, Konishi K, Sasaki A, Morishita A, Miyatake N and Miyachi. Association Between Temporal Changes in Diet Quality and Concurrent Changes in Dietary Intake, Body Mass Index, and Physical Activity Among Japanese Adults: A Longitudinal Study // Front. Nutr. 2022. Vol 9:753127. doi: 10.3389/fnut.2022.753127
22. Xu Jiaqing, Mumtaz Aini Alivi, Siti Ezaleila Mustafa, & Nasrullah Dharejo. The Impact of Social Media on Women's Body Image Perception: A Meta-Analysis of Well-being Outcomes // International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM),2023. Vol 17(20), p. 148–170. <https://doi.org/10.3991/ijim.v17i20.44665>.

Поступила в редакцию: 14.07.2025.

Принята в печать: 05.09.2025.