

Оригинальная статья

УДК 316.475, 366.636, 159.923
doi: 10.11621/npj.2021.0101

Информационно-психологическое воздействие в контексте парадигмы стратегических коммуникаций

А.Г. Караяни*, Всероссийский научно-исследовательский институт МВД России, Москва, Россия

ORCID: 0000-0001-9586-9718

Ю.М. Караяни, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации, Москва, Россия

ORCID: 0000-0002-0926-5182

*Для контактов. E-mail: karayani@mail.ru

Актуальность (контекст) тематики статьи. Смена парадигмы информационно-психологического противоборства вызвала изменения в содержании и архитектонике информационно-психологических воздействий (ИПВ), новые тенденции в формах их практического использования. Выявление особенностей информационно-психологического воздействия в контексте стратегических коммуникаций позволит более целенаправленно обеспечивать информационно-психологическую безопасность личности и общества.

Цель: выявить виды, особенности и тенденции в применении ИПВ в контексте парадигмы стратегических коммуникаций.

Описание хода исследования. Раскрыта сущность стратегических коммуникаций как парадигмы информационно-психологического противоборства. Проанализированы архитектоника и содержание основных видов информационно-психологического воздействия. Обсуждены основные тенденции в развитии методов и форм ИПВ.

Выводы. Контекст стратегических коммуникаций расширяет понимание ИПВ. Его целесообразно рассматривать как целенаправленное распространение (продвижение, блокировка и/или селекция) информации, взаимодействия и движения между участниками коммуникационного процесса. В рамках стратегических коммуникаций используются методы воздействия, относящиеся к метастратегиям «жесткой силы», основанной на принуждении, и «мягкой силы», использующей технологии привлечения. Реализация этих метастратегий сопровождается тенденциями, отражающими переход от воздействия на военного противника к воздействию на мирное население; от «жестких» к «мягким» методам воздействия; от монологических форм (распространение информации, воздействия) к диалогическим (коммуникация); от открытого вторжения в сознание и поведение людей к более скрытым формам воздействия; от тактических форм, рассчитанных на непосредственный эффект, к стратегическим, нацеленным на отдаленный результат; от монотипных форм воздействия к многообразным, сложным, комплексным. Для обеспечения информационно-психологической безопасности личности и общества необходимы знание и учет особенностей ИПВ в рамках актуальной парадигмы информационно-психологического противоборства.

Ключевые слова: информационно-психологическое воздействие, информационно-психологическое противоборство, стратегические коммуникации, мягкая сила, народная дипломатия, умная толпа.

Для цитирования: Караяни А.Г., Караяни Ю.М. Информационно-психологическое воздействие в контексте парадигмы стратегических коммуникаций // Национальный психологический журнал. 2021. № 1 (41). С. 3–14. doi: 10.11621/npj.2021.0101

Поступила 26 февраля 2021 / Принята к публикации 17 марта 2021

Information and psychological impact in the context of strategic communications paradigm

Alexander G. Karayani*, National Research Institute of the Ministry of Interior of the Russian Federation, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0001-9586-9718

Yuliya M. Karayani, Federal State University “Military University” of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-0926-5182

*Corresponding author. E-mail: karayani@mail.ru

Background. The change in the paradigm of information-psychological confrontation caused changes in the content and architectonics of information-psychological impact, and determined the new trends in the forms of their practical use.

Identifying the features of information and psychological impact in the context of strategic communications will make it possible to ensure the information and psychological security of person and society in a more targeted way.

Objective. To identify the types, features and trends in the application of information-psychological impact in the context of the strategic communications paradigm.

Results. The study reveals the essence of strategic communications as a paradigm of information-psychological confrontation. It analyzes architectonics and content of the main types of information and psychological impact. The study also discusses the main trends in the development of methods and forms of information and psychological impact.

Conclusions. The context of strategic communications extends the understanding of information and psychological impacts. It is advisable to consider it as a deliberate dissemination (promotion, blocking and/or selection) of information, interaction and movement between participants in the communication process.

Strategic communications use impact methods related to “hard power” meta-strategies based on coercion and “soft power” using attraction technologies. The implementation of these meta-strategies is accompanied by trends reflecting the transition from influence on the military enemy to impact on civilians; from “hard” to “soft” methods of exposure; from monological forms (dissemination of information, influence) to dialogical forms (communication); from an open invasion of consciousness and human behavior to more hidden forms of influence; from tactical forms designed for immediate effect to strategic forms aimed at a distant outcome; from monotype forms of influence to diverse, difficult, complex ones.

To ensure the information-psychological security of the person and society, knowledge and consideration of the peculiarities of information and psychological impact are necessary within the framework of the current paradigm of information-psychological confrontation.

Keywords: information-psychological impact, information-psychological confrontation, strategic communications, soft power, popular diplomacy, smart crowd.

For citation: Karayani A.G., Karayani Yu.M. (2021). Information and psychological impact in the context of strategic communications paradigm. National Psychological Journal [Natsional'nyy psikhologicheskiy zhurnal], 14 (1), 3–14. doi: 10.11621/npj.2021.0101

Received February 26, 2021 / Accepted for publication March 17, 2021

Введение

Усиление политического, экономического и военного противостояния в международных отношениях, революционное развитие информационных и телекоммуникационных технологий, новые достижения в области когнитивных, социальных, поведенческих и нейронаук обуславливают эскалацию и повышение изощренности информационно-психологического противоборства между различными полюсами силы в мире. Анализ доктринальных документов, научной литературы и реальной практики информационно-психологического противоборства показывает, что стратегия и тактика информационно-психологического воздействия (ИПВ) на оппонентов постоянно модифицируется.

Трансформации, происходящие в рассматриваемой области, активно обсуждаются в научной литературе. В частности, публикуются работы, посвященные анализу проблем ИПВ (Баранов, 2017; Ситнова, Поляков, 2018), противодействия (Караяни и др., 2016), безопасности (Костюк, Примакин, 2018). Вопросы ИПВ рассматриваются также в контексте анализа гибридных войн (Mattis, Hoffman, 2005), концентрических войн (Комлева, 2015), поведенческих войн (Ларина, Овчинский, 2015), «мягкой силы» (Най, 2006), «умной толпы» (Рейнгольд, 2006), «стратегической коммуникации» (Богданов, 2017) и др. Как правило, авторы этих статей рассматривают ИПВ через оптику собственного (политологического, социологического, военного и др.) научного интереса, вычлняя его конкретный аспект. Наряду с этим, некоторые психологические работы, посвященные исследованию ИПВ, написаны

более 20 лет назад¹ и уже не охватывают всех сторон исследуемого явления.

Между тем анализ современной практики информационно-психологического воздействия в различных сферах противоборства показывает, что оно трансформировалось в глобальное явление, пронизывающее практически все стороны международных отношений, распространилось на внутривнутриполитическую, социальную, культурную жизнь государств. За последнее время изменились не только технологии ИПВ, но и его научные основания. К сожалению, современных психологических работ, раскрывающих специфику ИПВ на современном этапе, явно недостаточно.

Несоответствие между актуальностью, высокой социальной и научной значимостью теории и практики ИПВ для судеб современного мира и недостаточным уровнем его научного осмысления обусловили выбор темы, цели, задач и методов настоящего исследования.

Проведение исследования

Целью данной статьи является осуществление комплексного исследования особенностей ИПВ в рамках новой парадигмы, выявление его актуальных стратегий, форм, методов и специфических черт.

¹ См., например: Караяни А.Г. Психологические операции в современной войне: сущность, содержание, пути противодействия. Самара, 1997. 44 с.; Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Мн., 1999. 208 с.; Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. 576 с.



Александр Григорьевич Караяни — доктор психологических наук, профессор, член-корреспондент РАО главный научный сотрудник ФГКУ «ВНИИ МВД России», профессор кафедры методологии психологии Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Заслуженный деятель науки Российской Федерации
ORCID: 0000-0001-9586-9718
<https://istina.msu.ru/profile/karayani/>

Alexander G. Karayani — Ministry of Interior of the Russian Federation, Corresponding Member of the Russian Academy of Education, Honored Scientist of the Russian Federation
ORCID: 0000-0001-9586-9718
<https://istina.msu.ru/profile/karayani/>



Юлия Михайловна Караяни — доктор психологических наук, доцент, профессор РАО, старший преподаватель кафедры психологии ФГКУ «Военный университет» Министерства обороны Российской Федерации
ORCID: 0000-0002-0926-5182
<https://istina.msu.ru/workers/11669220/>

Yuliya M. Karayani — Doctor of Psychological Sciences, Associate Professor, Professor of the Russian Academy of Education, senior lecturer at the Department of Psychology of the Federal State University «Military University» of the Ministry of Defense of the Russian Federation
ORCID: 0000-0002-0926-5182
<https://istina.msu.ru/workers/11669220/>

Для достижения этой цели были использованы *методы* междисциплинарного теоретического анализа, синтеза, сравнения, обобщения, систематизации и концептуализации научных идей и парадигм ИПВ,

Анализ современной практики информационно-психологического воздействия в различных сферах противоборства показывает, что оно трансформировалось в глобальное явление, пронизывающее практически все стороны международных отношений, распространилось на внутривнутриполитическую, социальную, культурную жизнь государств.

изучения документов стратегического планирования и положений, определяющих организацию этой деятельности в ведущих государствах мира, научной литературы в исследуемой области, анализа ИПВ (изменение индивидуального, группового и общественного сознания; формирование специфических социальных общностей в форме умных толп, роев; осуществление «цветных революций» и т.д.).

Результаты и обсуждение

В процессе исследования установлено, что современный этап развития теории и практики ИПВ является результатом его эволюции на протяжении более чем 3 тысяч лет. На различных этапах этого развития доминирующими парадигмами ИПВ становились парадигмы *пропаганды* (древние времена — конец 1940-х гг.), психологической войны (конец 1940-х гг. — конец 1950-х гг.), психологических операций (конец 1950-х гг. — начало XXI в.).

В начале XXI в. наступил качественно новый этап в эволюции ИПВ, который характеризуется кардинальным изменением его теоретической парадигмы и технологий. В основе этих трансформаций лежат существенные изменения во многих областях жизнедеятельности человечества. Анализ детерминант этих изменений позволил выделить наиболее значимые из них.

Во-первых, эскалация международной напряженности привела к тому, что на арену информационно-психологического противоборства вышли новые субъекты. Наряду с государственными и специальными структурами здесь появились надгосударственные (интернет-империи Google, Facebook, Twitter, мировые СМИ и фонды и др.), негосударственные (террористические организации, информационные агентства, неструктурированные сетевые сообщества и т.д.) и многочисленные внутривнутригосударственные акторы (Манойло, 2003), в том числе, несистемная оппозиция, некоммерческие организации, инфлюэнсеры социальных сетей, лица с «лайковой» психологией, преследующие собственные цели в потоке ИПВ. Все это коренным образом изменило представление о коммуникаторах в структуре коммуникационного акта.

Во-вторых, смещение вектора в ИПВ с преимущественно военных враждебных аудиторий на широкие массы населения враждебных, нейтральных и дружественных стран, и превращение самого населения в главную силу политических преобразований в лагере

противника привело к изменению взглядов на реципиентов и целевые аудитории.

Развитие социальных сетей обусловило конвергенцию онлайн и офлайн жизни (Солдатова, Рассказова, 2020), возникновение, по существу, гибридной реальности бытия человека, в которой стираются грани между реальным и виртуальным взаимодействием (Бовина, Дворянчиков, 2020, № 3), создаются новые «миры» жизнедеятельности людей (Заякина, 2020), существуют собственные законы, стили общения, статусы, санкции, специфические схемы распространения информации (Володенков, Артамонова, 2020), интерпретации событий (Павлова и др., 2020) и формы поведения (Бовина, Дворянчиков, 2020, № 4). Сегодня информация «челночно» циркулирует из киберпространства в реальную жизнь и обратно, производя изменения в обеих средах («Пересборка митинга», 2018).

Используя ресурсы Big Data и технологии искусственного интеллекта, субъекты ИПВ сегодня получают детальную информацию о реципиентах, могут точно определять и влиять на их пристрастия, привычки, мотивы, социальные установки, жизненные планы, поведение и взаимоотношения. Одновременно воздействием становится все более ступенчатым, осуществляемым через различные промежуточные целевые аудитории, лидеров мнений, информационные капсулы (Володенков, Артамонова, 2020) и т.д.

В-третьих, революционное развитие в последние годы нейро-, когнитивных, поведенческих и социальных наук обусловило трансформацию во взглядах на сущность воздействия в коммуникационных актах. В настоящее время такое воздействие осуществляется как на общественное и групповое сознание в целом, так и на конкретные структуры мозга людей в целях изменения их социальной активности. Оно становится все более опосредствованным информационными, когнитивными и социальными технологиями.

Вместе с тем, имеет место мифологизация в понимании особенностей функционирования когнитивных процессов при восприятии различной информации, в том числе в процессе интернет-коммуникации (Блинова, Щербакова, 2021).

Как следствие перечисленных обстоятельств, монологические и однонаправленные модели воздействия, описанные в свое время Г. Лассуэллом (Лассуэлл, 2005), К. Ховландом (Hovland, 1964) и др., существенно сузили сферу своей эффективности. Стратегия воздействия как принуждения, побуждения и даже убеждения перестали давать ожидаемый результат. Сегодня жизнь востребует диалогические модели воздействия на различные целевые аудитории с учетом их потребностей, интересов, социально-психологических особенностей промежуточных групп влияния, переход от стратегии побуждения к стратегии привлечения и формирования воздействующей среды.

В-четвертых, активный поиск эффективных схем ИПВ на противника в предшествующее время привел к появлению в этой сфере различных, порой кон-

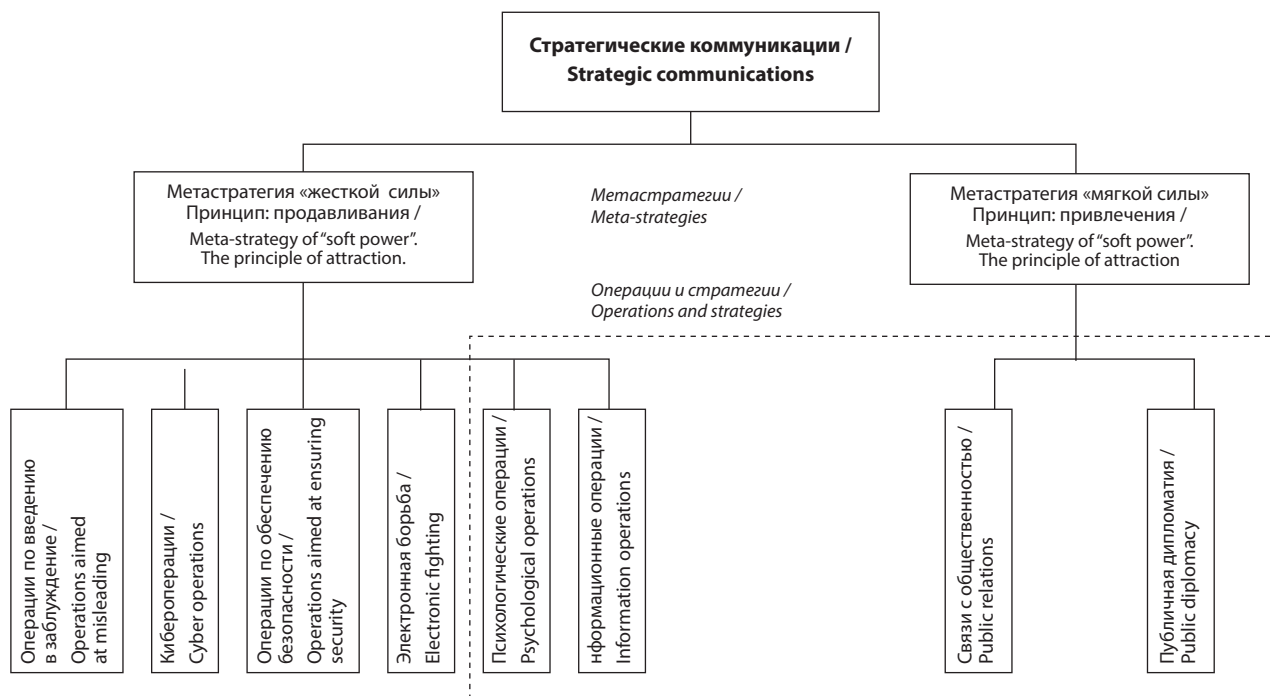


Рис. 1. Структура стратегических коммуникаций

Figure 1. Structure of strategic communications

курующих, доктрин, стратегий, понятий, которые действуют одновременно, вносили хаос в понимание и организацию этой деятельности. К примеру, здесь одновременно циркулировали концепты «информационная война», «информационные операции», «психологические операции», «мягкая сила», «гибридная война» и др. Это вызвало потребность в объединении их в целостную и непротиворечивую систему для последующего комплексного использования всех имеющихся ресурсов, а также в скрывании агрессивного, направленного на вторжение в сознание, ценностную сферу, поведение людей, характера ИПВ.

Своеобразной попыткой ответить на эти потребности стала разработка специалистами США в 2010 г. концепции *стратегических коммуникаций*, как основной доктрины в области ИПВ. В американской трактовке под стратегическими коммуникациями (strategic communication) понимаются целенаправленные усилия правительства государства по пониманию и привлечению ключевых аудиторий для создания, укрепления или сохранения условий, благоприятных для продвижения интересов, политики и целей правительства через использование скоординированных программ, планов, тем, сообщений и продуктов, синхронизированных с действием всех инструментов национальной власти (The Joint Publication (JP) 1-02, 206). При этом под коммуникацией понимаются любые проявления (слова, сообщения, действия, образы и т.д.), направленные на изменение восприятия, общественного и индивидуального сознания и поведения целевых аудиторий.

Главной функцией стратегических коммуникаций является синхронизация и координация всех осуществляемых ИПВ, как в мирное, так и в военное

время на всех уровнях: от локального до глобального, от тактического до оперативного и стратегического. Сферами применения стратегических коммуникаций являются международные отношения, отношения между различными субъектами внутри государства, социально-культурное пространство, военное противоборство.

Одновременно стратегические коммуникации рассматриваются как средство решения конкретных задач. При этом их приоритетной целью является формирование у политической элиты государства-противника устойчивого положительного образа и системы культурных ценностей субъекта воздействия (Богданов, 2017).

Общая структура стратегических коммуникаций² представлена на рис. 1.

Из рисунка видно, что в структуре ИПВ в рамках стратегических коммуникаций выделяются две мета-стратегии: а) «жесткая сила», основанная на принуждении оппонента, и б) «мягкая сила», использующая привлечение оппонента к желаемым видам активности. В рамках стратегий «жесткой» и «мягкой» силы используются все известные виды воздействия (убеждение, внушение, психическое заражение, подражание, формирование благосклонности, просьба, самопродвижение, принуждение, агрессия, манипуляция) и все известные его формы (прямое и косвенное, непосредственное и опосредствованное, индивидуальное, групповое и массовое воздействие, а также воздействие, которое можно квалифицировать как

² См.: The Joint Publication (JP) 1-02, Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. 8 November 2010 (As Amended Through 15 February 2016).

информационно-знаковое и информационно-действенное).

Одновременно, представление о воздействии как целенаправленном переносе движения и информации от одного участника взаимодействия к другому³ изменяется за счет расширения понятий «информация» и «перенос». Так, лишение оппонентов информации, необходимой для деятельности и взаимодействия, путем кибератак, электронного подавления их информационных и телекоммуникационных средств, «канселлинг» («культурный бойкот», «вычеркивание») из информационной жизни социальных сообществ (определенных персон или, напротив, искусственное повышение социального статуса того или иного участника коммуникации в социальных сетях и медиа посредством «накачки» числа подписчиков, просмотров, «лайков», перепостов и т.д., «закупорка» коммуникантов в «фильтрующие пузыри» и «эхо-камеры» (Володенков, Артамонова, 2020) с помощью контекстной рекламы, формирования новостных лент интернет-поисковиков, создания информационной среды реального и потенциального взаимодействия (астротурфинг), запрещение торговли определенными товарами или участия в спортивных соревнованиях (санкции) с трудом укладываются в понятия «информация» и «перенос информации».

Таким образом, понятие «воздействие» сегодня должно быть расширено и определено как целенаправленное распространение (продвижение, блокировка и/или селекция) информации, взаимодействия, движения между участниками коммуникационного процесса.

Рассмотрим особенности ИПВ в метастратегиях «жесткой» и «мягкой» силы.

Согласно американскому подходу, главным инструментом «жесткой силы» в информационно-психологическом противоборстве и реализации программ стратегических коммуникаций являются информационные операции. Под информационными операциями понимается комплексное применение информационных возможностей в сочетании с другими направлениями работы для воздействия, нарушения, искажения, перехвата процесса принятия решений реальными и потенциальными противниками и защиты своих решений (The Joint Publication (JP) 1-02, 2016).

Информационные операции включают широкий спектр различных операций, которые пересекаются между собой в своих целях воздействовать на психику войск и населения противника: психологические операции (Psychological Operations), операции в киберпространстве (Cyberspace Operations), операции по введению противника в заблуждение (Military Deceptions), операции по обеспечению безопасности подразделений и войск США (Operations Security) и организацию связей с общественностью и работы с журналистами (Public Affairs). То есть информационные операции интегрируют все другие операции, вхо-

дящие в метастратегию «жесткой силы», а также некоторые из стратегий, составляющих «мягкую силу».

Как показывает практика осуществления стратегических коммуникаций для достижения их целей могут использоваться элементы боевых действий, террористические и диверсионные акции, инициирование гражданского неповиновения, протестов, повстанческих и партизанских действий, «цветных революций» и т.д. То есть они содержательно тесно пересекаются с так называемыми «гибридными войнами».

Основные положения концепции «гибридной войны» были сформулированы Ф. Хоффманом (Mattis, Hoffman, 2005). Сегодня под гибридной войной (англ. hybrid warfare) понимается вид враждебных действий, при котором нападающая сторона не прибегает к классическому военному вторжению, а подавляет своего оппонента, используя сочетание скрытых операций, диверсий, кибервойны, а также оказывая поддержку повстанцам, действующим на территории противника (Popescu, 2015).

В современных руководящих доктринах США и НАТО основными методами «гибридного» воздействия на противника-противника считаются: 1) в экономической сфере: санкции против ключевых персоналий или всей экономики страны, с целью закрытия для нее международных рынков и блокирование доступа к определенным технологиям; 2) в информационно-идеологическом пространстве: замещение традиционных ценностей и/или идеологических конструктов общества чужими ценностями и/или идеологическими конструктами; фальсифицирование истории; десакрализация пророков, основных персоналий и основных постулатов базовых религий агрессии; имплантация и/или поощрение децивилизующих социальных практик: промискуитета, насилия в отношении слабых и беспомощных, наркомании, инцеста, бытовой и экономической преступности; 3) в кибернетическом пространстве: вытеснение программного продукта и кибернетических технологий противника с мировых и/или региональных рынков; хакерские атаки против экономических и политических институтов страны-противника; 4) в географическом пространстве: локальные «традиционные» войны в ресурсных регионах страны — объекта агрессии, вовлечение ее в серию «конфликтов малой интенсивности» по периметру ее границ; поощрение сепаратизма и инициирование «цветных революций» в стране — объекте агрессии и в государствах, являющихся ее геополитическими союзниками (Комлева, 2017).

Одним из эффективных инструментов целенаправленного ИПВ на враждебные государства в рамках «гибридной войны» является геополитическая доктрина «управляемого хаоса» (Mann, 1992). Манн утверждает, что мир обречен быть хаотичным, потому что многообразные акторы в динамической политической и социальной системе имеют разные цели и ценности. Если систему (государство) целенаправленно перевести в состояние «политической критичности», далее она — при определенных условиях — сама неизбежно ввергнет себя в катаклизмы хаоса и «перестройства».

³ Краткий психологический словарь / Л.А. Карпенко, А.В. Петровский, М.Г. Ярошевский. Ростов-на-Дону: ФЕНИКС, 1998. С. 58.

Основными средствами создания «управляемого хаоса» по Манну являются: содействие либеральной демократии; поддержка рыночных реформ; повышение жизненных стандартов у населения, прежде всего у элит; вытеснение ценностей и идеологии.

Наиболее известной стратегией реализации доктрины «управляемого хаоса» в последние два десятилетия стала стратегия «цветных революций».

«Цветные революции» не имеют под собой революционных ситуаций; не выдвигают политических и социальных проектов переустройства жизни общества; они, как правило, инициированы с помощью внешнего вмешательства в жизнь общества и осуществляются посредством превращения больших групп населения в психологическую толпу, постепенного придания этой толпе политического характера и обращения ее энергии на свержение действующей власти; в качестве «катализатора» протестных событий и своеобразного «тарана» используются группы подготовленных, агрессивно настроенных и грамотно взаимодействующих молодых людей (Сундиев и др., 2014). При этом исследования показывают, что молодежь с умеренными взглядами демонстрирует большую готовность к участию в длительных протестах (Камионка, 2020), а молодые люди с низким уровнем самооценки, критическое мышления, защиты от манипуляций, а так же с склонностью к зависимому поведению легче втягиваются в различные социальные группы и движения (Миронова, 2020).

«Цветные революции» являются промежуточной целью ИПВ. Конечная его цель — это власть.

Своеобразной «методичкой» по совершению таких акций является книга Д. Шарпа «От диктатуры к демократии», в которой описано 198 методов «ненасильственных действий по сопротивлению власти» (Шарп, 2005).

В условиях бурного распространения технологий «Web 2.0», мобильных информационно-коммуникационных технологий (карманные компьютеры (PDA), мобильные телефоны, смартфоны и коммуникаторы, устройства GPS, возможности беспроводного выхода в Интернет (Wi-Fi) и др.) в повседневной жизни людей важную роль в подготовке и осуществлении «цветных революций» играет технология «умной толпы» («смартмоб»).

Американский публицист и социальный теоретик Г. Рейнгольд отмечает, что «умные толпы состоят из людей, способных действовать согласованно, даже не зная друг друга <...> благодаря имеющимся у них устройствам, которые обеспечивают связь и вычисления» (Рейнгольд, 2006).

Умные толпы — это реально действующие социальные образования, способные к реальному политическому действию (политические смартмобы) (Быльева, Лобатюк, 2017). В большинстве состоявшихся и не случившихся «цветных революций» и крупных протестных акций широкое применение нашли так называемые «роевые» стратегии образования умной толпы — члены небольших групп единомышленни-

ков оставались рассредоточенными до тех пор, пока сообщения, отправляемые по мобильным телефонам, не призывали их стянуться одновременно отовсюду к определенному месту, согласуясь с другими группами (Абрамов, 2006). Примером «умной толпы» может выступить любая *социальная сеть*, в которой каждый пользователь представляет собой «узел», имеющий социальные связи с другими пользователями. Такие сети могут функционировать в «безлидерном» режиме, при «мерцающем» (изменяющемся) лидерстве (Сундиев, 2014), при «автономном» (Никипорец-Та-

«Цветные революции» не имеют под собой революционных ситуаций; не выдвигают политических и социальных проектов переустройства жизни общества; они, как правило, инициированы с помощью внешнего вмешательства в жизнь общества и осуществляются посредством превращения больших групп населения в психологическую толпу

кигава, 2016) или групповом лидерстве (Ковалева, 2020).

Сила «умной толпы» состоит в том, что ее инициаторы активно используют для достижения своих целей технологию краудсорсинга (англ. crowdsourcing, от crowd — толпа и sourcing — использование ресурсов). С помощью данной технологии организаторы ИПВ с помощью мемов, эмоционального заражения и т.д. вовлекают значительное число людей в процесс самостоятельной разработки и распространения информационной продукции, прежде всего, в социальных медиа и социальных сетях. При этом люди часто не осознают, что являются как субъектами, так и объектами ИПВ и продолжают его по собственной инициативе (Караяни и др., 2018).

Технология краудсорсинга снимает вопрос о руководстве социальными акциями, являющимися средством воздействия на власть. По мнению К. Ширки, такие инструменты как Flickr, WordPress, Twitter, Wikipedia выстраивают внутреннюю структуру так, что потребность в руководстве сверху практически отсутствует. С появлением Интернета и социальных сетей, группы могут формироваться и продуктивно функционировать без какой-либо внешней организации (Shirky, 2009). Из-за важнейшей роли социальных сетей в организации ряда «цветных революций» они получили название «твиттер-революция», «интернет-революция», «фейсбучная революция» и т.д.).

Концепция «мягкой силы» была сформулирована на рубеже XX–XXI в. американским политологом Д. Наем. Под мягкой силой (англ. soft power) Най понимает «форму политической власти, способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности, в отличие от «жесткой силы», которая подразумевает принуждение против воли (Най, 2006). Сегодня «мягкая сила» играет ключевую роль в международных отношениях, влияя прямо, или косвенно, на мировую политику и деловые связи (Лебедева, 2017).

Специалисты отмечают, что «мягкая сила» активизирует стереотипы общественного восприятия, приводя в действие архетипичные образы и коллективные представления. Она использует психологически

привлекательные для субъекта инструменты влияния в целях «незаметного реформатирования в нужном направлении его ментальных структур», что «позволяет без усилий прямого и жесткого давления тонко и гибко осуществлять воздействие на ментальные структуры массового сознания — общественные представления, предпочтения, увлечения, развле-

Специалисты отмечают, что «мягкая сила» активизирует стереотипы общественного восприятия, приводя в действие архетипичные образы и коллективные представления. Она использует психологически привлекательные для субъекта инструменты влияния в целях «незаметного реформатирования в нужном направлении его ментальных структур».

чения, удовольствия, переживания, мечты, идеалы, грезы» (Леонова, 2014).

Привлекательность идей, мировоззрения, культуры, социального устройства, экономики, образования, спорта, образа и стиля жизни, публичной дипломатии в рассматриваемой концепции противопоставляются методам принуждения, силового давления, шантажа. Это в принципе и должно отличать «мягкую силу» от пропаганды и других подобных способов «жесткого» воздействия, включая обман, подмену фактов и т.п. (Лебедева, 2017). Однако, в процессе практического воплощения концепции «мягкой силы» в реальную практику международных отношений, она превратилась из идеи, объединяющей народы, в стратегию «жесткого» ИПВ. Извращенные формы «мягкой силы» чаще всего реализуются посредством *тактики «салями»*, то есть последовательного парциального нанесения противнику ущерба в одной или в нескольких сферах (экономические санкции и блокады, инициирование допинговых скандалов в спорте, образовательная экспансия, насаждение неприемлемого образа жизни, культуры и искусства).

ИПВ с помощью «мягкой силы» направляется на достижение как *краткосрочных*, так и *долгосрочных целей*. Так, публикации в СМИ используются обычно в целях достижения краткосрочных целей. В то время, как культура, наука, образовательные программы, направлены, главным образом, на достижения долгосрочных целей. Например, студенты должны получить профессиональное признание и достичь определенных позиций в обществе, чтобы позже ретранслировать заложенные в годы учебы знания и ценности и тем самым быть проводниками «мягкой силы» (Панова, 2012). В последние годы наблюдается тенденция преобладания долгосрочных, многоходовых, рассчитанных на перспективу стратегий воздействия.

В сегодняшней практике информационно-психологического противоборства все более активно применяются такие виды воздействия как подталкивание к активности и втягивание в активность.

Технология «подталкивания» предложена нобелевским лауреатом Р. Талером и нашла широкое применение в различных сферах жизни и деятельности людей. «Подталкивание» определяется как исполь-

зование положительного подкрепления и не прямых указаний для предсказуемого влияния на решения и поведение людей (Талер, Санстейн, 2017). «Подталкивание» является не запретом, а, скорее, предложением, от которого трудно отказаться. В связи с этим концепция «подталкивания» органично вписывается в теорию «мягкой силы» действует по механизму «Эффекта бабочки», реализует принцип «Большие изменения малыми средствами».

В контексте ИПВ «подталкиванием» служат новостные ленты интернет-поисковиков, размещающие на топовых позициях информацию о событиях важных для конкретных субъектов информационно-психологического противоборства, контекстная реклама, предлагающая, с учетом интересов потребителя, соответствующие сайты, блоги, информационные материалы. Подталкивают пользователей к определенной активности «концовки», размещаемые практически во всех информационных материалах по типу: «А что вы думаете...», «как вы оцениваете...», «что вы можете сказать...», «поставьте лайк», «перешлите своим знакомым» и т.п.

Для скрытого побуждения людей к определенной активности используются нативные виды воздействия, то есть встраивание воздействующего сообщения в информационно нейтральные формы, такие как кинофильм, интервью, новости, спектакль, реклама и т.п.

Технология «втягивания в активность» заключается в вовлечении человека в пользование каким-либо материалом посредством своеобразного психологического «крючка» — мема (Докинз, 2013). В качестве мема может рассматриваться яркое, эмоционально насыщенное устойчивое языковое выражение, идея

В контексте ИПВ «подталкиванием» служат новостные ленты интернет-поисковиков, размещающие на топовых позициях информацию о событиях важных для конкретных субъектов информационно-психологического противоборства, контекстная реклама, предлагающая, с учетом интересов потребителя, соответствующие сайты, блоги, информационные материалы.

символ, мелодия, манера или образ действия, мода и т.д., которые осознанно или неосознанно передаются от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т.д.

Мемы легко усваиваются «цифровыми аборигенами» (представителями поколения Z), у которых сформировались «клиповое» восприятие, «серийное сознание» и «кликное» поведение (стремление подменить реальную деятельность «кликом мышки» и действиями в виртуальном пространстве Интернета) (Титов, 2020), своеобразными «гомоинтернетиками» — людьми, воспринимающий информацию максимально дискретно, небольшими, с каждым годом уменьшающимися, «порциями», позволяющими избежать «информационное несварение» (Елистратов, 2018, с. 3).

В войне мемов против российского государства широко использовались мемы, направленные на уничто-

жение внутренних духовных основ и дискредитации русского народа и государства в их собственных глазах, агрессивное разделение общества на касты «своих» и «чужих», когда в разряд чужих попадает большинство народа и государства. Среди таких мемов: «бабло», «блат», «совок», «ватник», «Рашка», «Мордор», «Замкадь», «кремлядь», «русня», «путиноид», «генетическое отребье», «нищеврод» (Баранов, 2018, с. 52, 53).

При реализации политики «мягкой силы» значительное место уделяется стратегии публичной дипломатии. Термин «*публичная дипломатия*» в начале XXI в. ввел в обращение Н. Дж. Калл (Cull, Snow, 2020). Публичная дипломатия, по существу, представляет собой эффективное общение с общественностью по всему миру, осуществляемое для того, чтобы распространять собственное понимание истории, ценностей и перспектив общественного развития, и инспирировать подражание своему стилю жизни. Для этого реализуются специальные международные образовательные программы, стажировки, гранты, научные исследования, создание национально-культурных центров и т.д.

При реализации стратегий «жесткой» и «мягкой» силы субъекты информационно-психологического противоборства используют технологии формирования так называемой «*параллельной реальности*», которую Ж. Бодрийяр называет симулякр. *Симулякры* — это сфабрикованные образы событий и явлений, которые не имеют реальных аналогов. Симулякры создаются искусственно для реализации конкретных политических целей, например, для фабрикации видеoinформации о несуществующих

переход к концепции стратегических коммуникаций сопровождается тенденциями, отражающими переход от воздействия на военного противника к воздействию на население враждебных, нейтральных и дружественных стран; от «жестких» к «мягким» методам воздействия, в том числе таким как «подталкивание», «вовлечение», формирование мотивирующей информационной среды и др.

событиях (войны, протестные акции, политические убийства, репрессии и т.д.). Так, сфабрикованный симулякр «российское вмешательство в американские выборы» породил огромный пласт информационных политических событий и позволил демократической партии США решить многие политические проблемы, привел к практическому разрушению российско-американских отношений.

Сегодня возможности создания «параллельных реальностей» существенно увеличиваются за счет использования технологии *deepfake* — методики синтеза изображения, основанной на искусственном интеллекте. Эта методика позволяет формировать высоко реалистичные фото и видео любого человека в любых условиях и таким образом создавать образы несуществующих событий.

Оценивая возможности новых технологий информационно-психологического воздействия Г.М. Маклюэн отмечает, что «электрическое убеждение с помощью фотографии, кино и телевидения <...> окунает

всё население в новый мир воображения» (Маклюэн, 2007. С. 173–174), в результате чего утрачиваются границы между реальностью и мистификацией.

Выводы

Таким образом, воздействие на оппонентов в современном информационно-психологическом противоборстве осуществляется в рамках парадигмы стратегических коммуникаций. Теоретическое обоснование этой парадигмы содержится в документах стратегического планирования, доктринах, определяющих содержание информационных, психологических, электронных и киберопераций, концепциях «гибридных войн», «цветных революций», «умной толпы», «мягкой силы», «публичной дипломатии».

Широкая интеграция под зонтичным термином «стратегические коммуникации» различных видов (убеждение, внушение, психическое заражение, подражание и др.), форм (прямое, косвенное, непосредственное и опосредствованное, индивидуальное, групповое, массовое, краткосрочное и долгосрочное, информационно-знаковое и информационно-действенное) и уровней (тактический, оперативный и стратегический) воздействия придает ему новые черты. Понятие «воздействие» сегодня может быть определено как целенаправленное распространение (продвижение, блокировка и/или селекция) информации, взаимодействия и движения между участниками коммуникационного процесса.

В рамках стратегических коммуникаций реализуются методы воздействия, относящиеся к метастратегиям «жесткой силы», основанной на принуждении и «мягкой силы», использующей технологии привлечения.

В целом переход к концепции стратегических коммуникаций сопровождается тенденциями, отражающими переход от воздействия на военного противника к воздействию на население враждебных, нейтральных и дружественных стран; от «жестких» к «мягким» методам воздействия, в том числе таким как «подталкивание», «вовлечение», формирование мотивирующей информационной среды и др.; от монологических форм (распространение информации, воздействия) к диалогическим (коммуникация); от открытого вторжения в сознание и поведение людей к более скрытым, нативным, формам воздействия; от тактических форм, рассчитанных на непосредственный эффект, к долгосрочным, нацеленным на отдаленный результат; от монотипных форм воздействия к многообразным, сложным, комплексным.

Знание особенностей ИПВ в рамках актуальной парадигмы информационно-психологического противоборства позволит целенаправленно осуществлять меры по противодействию и обеспечению информационно-психологической безопасности личности и общества.

Литература:

- Абрамов Р.Н. Мобильные коммуникационные технологии и повседневность Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. 416 с.
- Анохин М.Г., Бочанов М.А. Информационные технологии «цветных революций» // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: политология. 2010. № 4. С. 78–85.
- Баранов Е.Г. Информационно-психологическое воздействие: сущность и психологическое содержание // Национальный психологический журнал. 2017. № 1 (25). С. 25–31. doi: 10.11621/npj.2017.0103
- Баранов С. Тринадцатый знак. Мемы в информационной войне против русского народа. Авторский экспертный доклад // Изборский клуб. Русские стратегии. 2018. № 4 (60). С. 50–59.
- Блинова Е.Н., Щербак О.В. Когнитивные механизмы понимания вербальных и иконических текстов // Психологический журнал. 2021. Т. 42. № 1. С. 66–79.
- Бовина И.Б., Дворянчиков Н. В. Человек в цифровом обществе: объяснительный потенциал одной социально-психологической теории [Электронный ресурс] // Психология и право. 2020. Т. 10, № 3. С. 143–157.
- Бовина И.Б., Дворянчиков Н.В. Поведение онлайн и офлайн: к вопросу о возможности прогноза // Культурно-историческая психология. 2020. Том 16. № 4. С. 98–108. doi: 10.17759/psylaw.2020100310
- Богданов С.В. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления // Государственное управление. Электронный вестник. № 61. Апрель 2017 г. С. 132–152. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-kommunikatsii-kontseptualnye-podhody-i-modeli-dlya-gosudarstvennogo-upravleniya> (дата обращения: 15.12.2020).
- Быльева Д.С., Лобатюк В.В. Смартмоб: социально-философский анализ // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 4. С. 96–107. doi: 10.31857/S020595920013333-2
- Володенков С.В., Артамонова Ю.Д. Информационные капсулы как структурный компонент современной политической интернет-коммуникации // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 53. С. 188–196. doi: 10.17223/1998863X/53/20
- Докинз Р. Эгоистичный ген / Пер. с англ. Н. Фоминой. М.: АСТ:CORPUS, 2013. 512 с.
- Елистратов В. Господин Мем. Нам навязали очередной дарвинизм — информационный: представление о борьбе мемов, в которой выживают сильнейшие // Изборский клуб. Русские стратегии. 2018. № 4 (60). С. 2–7.
- Заякина Р.А. Социальное конструирование в сетевом подходе // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 57. С. 52–59.
- Камионка М.М. Юный революционер? Уровень радикализма как фактор протестных настроений украинской молодежи // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 57. С. 225–235.
- Караяни А.Г., Караяни Ю.М., Зинченко Ю.П. Противодействие информационно-психологическим акциям противника в современной войне: учебное пособие. М.: ВУ, 2016. 228 с.
- Караяни А.Г., Караяни Ю.М., Цыганков С.В. Использование краудсорсинговых технологий в информационно-психологическом противоборстве в социальных сетях // Военный академический журнал. 2018. № 1 (17). С. 75–82.
- Ковалева Ю.В. Психологические типы субъектности членов сетевого сообщества (на примере социальной сети «Твиттер») // Психологический журнал. 2020. Т. 41. № 1. С. 45–55. doi: 10.31857/S020595920007308-4
- Комлева Н.А. Глобальная концентрическая война: основные тренды // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2015. № 2. С. 1–17. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 20.11.2020).
- Комлева Н.А. Гибридная война: сущность и специфика // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3, Общественные науки. 2017. Т. 12. № 3 (167). С. 128–137. doi: 10.31857/S020595920007308-4
- Костюк А.В., Примакин А.И. Информационно-психологическая безопасность личности: проблемы и подходы // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2018. № 3 (79). С. 227–230.
- Ларина Е., Овчинский В. Новая военная стратегия США и поведенческие войны // Информационные войны. 2015. № 3. URL: <http://svop.ru/main/18520/> (дата обращения: 20.12.2020). doi: 10.46272/2587-8476-2015-0-3-136-143
- Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы // Вестник МГИМО-Университета. 2017. № 3 (54). С. 212–223. doi: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223
- Лассуэлл Г.Д. Психопатология и политика: Монография / Пер. с англ. Т.Н. Самсоновой, Н.В. Коротковой. М.: Издательство РАГС, 2005. 352 с.
- Леонова О.Г. Интерпретация понятия «мягкая сила» в науке // Обозреватель—Observer. 2014. № 3. С. 80–89.
- Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. М.: Кучково поле, 2007. 464 с.
- Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: монография. Москва: МИФИ, 2003. 388 с.
- Миронова О.И. Психологические особенности молодых людей, вовлеченных в религиозные и культовые организации через интернет пространство // Психология и право. 2020. Том 10. № 3. С. 189–210. doi: 10.17759/psylaw.2020100313
- Най Дж. Гибкая власть: Как добиться успеха в мировой политике / пер. с англ. В. И. Супруна. Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2006. 221 с.
- Никипорец-Такигава Г.Ю. О лидерстве в сетевых социальных движениях // PolitBook. 2016. № 3. С. 50–65.
- Панова Е.П. «Мягкая власть» как способ воздействия в мировой политике: дис. ... канд. полит. н. М.: МГИМО, 2012. 160 с.
- Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А., Афиногенова В.А., Зачесова И.А., Кубрак Т.А. Интенциональное пространство пост-событийного дискурса на различных интернет-площадках // Психологический журнал. 2020. Т. 41, № 3. С. 78–91. doi: 10.31857/S020595920009327-5

- «Пересборка митинга»: Интернет в протесте и протест в интернете / Архипова А.С., Радченко Д.А., Титков А.С., Козлова И.В., Югай Е.Ф., Белянин С.В., Гаврилова М.В. // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 12–35.
- Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Пер. с англ. А. Гарькавого. М.: ФАИР ПРЕСС, 2006. 416 с.
- Ситнова И.В., Поляков А.А. Информационно-психологическое воздействие как практика ведения войн четвертого поколения // Власть. 2018. Том. 26. № 7. С. 70–75.
- Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Итоги цифровой трансформации: от онлайн-реальности к смешанной реальности // Культурно-историческая психология. 2020. Т. 16. № 4. С. 87–97. doi: 10.17759/chp.2020160409
- Сундиев И.Ю. Исследование деструктивных технологий «цветных революций» и профилактики возможности их применения в Российской Федерации: Пособие / И.Ю. Сундиев, А.А. Смирнов, А.И. Кундетов, Д.А. Трофимов. М. : ФГКУ «ВНИИ МВД России», 2014. 86 с.
- Талер Р., Санстейн К. Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье / Пер. с англ. Е. Петровой. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. 240 с.
- Титов В.В. К вопросу о конструировании национально-гражданской идентичности российской молодежи в цифровую эпоху // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 57. С. 257–264. doi: 10.17223/1998863X/57/24
- Шарп Д. От диктатуры к демократии: стратегия и тактика освобождения / пер. с англ. Н. Козловской. М.: Новое издательство, 2005. 84 с.
- Hovland C.I. (1964). Communication and persuasion / C.I. Hovland, I.L. Janis, H.H. Kelly. – New Haven, London: Yale university press, 315 p.
- Mattis J.N., Hoffman F.G. (2005). Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars. *US Naval Institute Proceedings Magazine*, November. L(132/11/1, 233), 18–19.
- Mann S.R. (1992). Chaos theory and strategic thought URL: https://archive.org/stream/1992Mann/1992%20mann_djvu.txt (accessed 10.01.2021).
- Popescu N. (2015). Hybrid tactics: neither new nor only Russian European Union Institute for Security Studies. January, 1–2.
- (2020), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (Cull N.J, Snow N.) 2nd edition. –London, Routledge.
- Shirky C. (2009). *Here Comes Everybody*. – London, Penguin Books Ltd. 352 p.

References:

- (2020), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (Cull N.J, Snow N.) 2nd edition. – London, Routledge.
- «Reassembling a meeting»: The Internet in protest and protest in the Internet. *Monitoring public opinion: economical and social changes*. [*Monitoring obshhestvennogo mnenija: Jekonomicheskie i social'nye peremeny*], 1, 12–35. (in Russ.)
- Abramov R.N. (2006). Mibile communication technologies and everyday life. Rejngold G. Smart crowd: new social revolution. Moscow: FAIR-PRESS, 416 p. (in Russ.)
- Anohin M.G., Bochanov M.A. (2010). Information technologies of “color revolutions”. *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Politology series*. [*Vestnik rossijskogo universiteta druzhby narodov. serija: politologija*], 4, 78–85. (in Russ.)
- Baranov E.G. (2017). Information-psychological impact: the essence and psychological content. *National journal of psychology*. [*Nacional'nyj psihologicheskij zhurnal*], 1(25), 25–31. (in Russ.) doi: 10.11621/npj.2017.0103
- Baranov S. (2018). Thirteenth symbol. Memes in information war against the Russian people. Authorial expert report. *Izborsk club. Russian strategies*. [*Izborskij klub. Russkie strategii*], 4 (60), 50–59. (in Russ.)
- Blinova E.N., Shherbakova O.V. (2021). Cognitive mechanisms of understanding verbal and iconic texts. *Journal of psychology*. [*Psihologicheskij zhurnal*], 42 (1), 66–79. (in Russ.) doi: 10.31857/S020595920013333-2
- Bogdanov S.V. (2017). Strategic communications: conceptual approaches and models for public administration. Public administration. Electronic bulletin. [*Gosudarstvennoe upravlenie. Jelektronnyj vestnik*], 2017, 61, pp. 132–152. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-kommunikatsii-kontseptualnye-podhody-i-modeli-dlya-gosudarstvennogo-upravleniya> (accessed: 15.12.2020). (in Russ.)
- Bovina I.B., Dvorjanchikov N.V. (2020). Human in digital society: explanatory force of one social-psychological theory. [Electronic resource]. *Psychology and law*. [*Psihologija i parvo*], 10 (3), 143–157. (in Russ.) doi: 10.17759/psylaw.2020100310
- Bovina I.B., Dvorjanchikov N.V. (2020). Online and offline behaviour: on the possibility of prognosis. *Cultural-historical psychology*. [*Kul'turno-istoricheskaja psihologija*], 16 (4), 98–108. (in Russ.) doi: 10.17759/chp.2020160410
- Byl'eva D.S., Lobatjuk V.V. (2017). Smartmob: social-philosophic analysis. *SPbGPU scientific-technical records. Social sciences and humanities*. [*Nauchno-tehnicheskie vedomosti SPbGPU. Gumanitarnye i obshhestvennye nauki*], 8 (4), 96–107. (in Russ.)
- Dokinz R. (2013). Egoistic gene. / Transl. from Eng. by N. Fomina. Moscow: AST:CORPUS, 512 p. (in Russ.)
- Elistratov V. (2018). Mister Meme. We are forced to believe in another darvinist conception: the idea that memes struggle, and the most apt ones survive. *Izborsk club. Russian strategies*. [*Izborskij klub. Russkie strategii*], 4 (60), 2–7. (in Russ.)
- Hovland C.I. (1964). Communication and persuasion / C.I. Hovland, I.L. Janis, H.H. Kelly. – New Haven, London: Yale university press, 315 p.
- Kamionka M.M. (2020). Young revolutionary? Level of radicalism as predicting factor of protest tendencies in the Ukrainian young people. *Bulletin of Tomsk state university. Philosophy. Sociology. Politology*. [*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofija. Sociologija. Politologija*], 57, 225–235. (in Russ.)
- Karajani A.G., Karajani Ju. M., Cygankov S.V. (2018). Using crowdsourcing technologies for information-psychological struggle in social networks. *Military academic journal*. [*Voennyj akademicheskij zhurnal*], 1 (17), 75–82. (in Russ.)
- Karajani A.G., Karajani Ju.M., Zinchenko Ju.P. (2016). Resistance to informational-psychological actions of the enemy in modern war: handbook. Moscow: VU, 228 p.

- Komleva N.A. (2015). Global conscience war: the main trends. *Bulletin of Moscow state regional university (electronic journal). [Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (jelektronnyj zhurnal)]*, 2, 1–17. URL: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 20.11.2020). (in Russ.)
- Komleva N.A. (2017). Hybrid war: essence and specific features. *Bulletin of Ural federal university. Ser. 3, Humanities. [Izvestija Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 3, Obshhestvennye nauki]*, 12, 3 (167), 128–137. (in Russ.)
- Kostjuk A.V., Primakin A.I. (2018). Informational-psychological security of personality: problems and approaches. *Bulletin of Saint Petersburg university of the Ministry of Interior of the Russian Federation. [Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii]*, 3 (79), 227–230. (in Russ.)
- Kovaleva Ju.V. (2020). Psychological types of subjectness of social network members (the example of “Twitter” social network). *Journal of psychology. [Psihologicheskij zhurnal]*, 41 (1), 45–55. (in Russ.) doi: 10.31857/S020595920007308-4
- Larina E., Ovchinskij V. (2015). The new military strategy of the USA and behaviour wars. *Information wars. [Informacionnye voyny]*, 3. URL: <http://svop.ru/main/18520/> (accessed: 20.12.2020). (in Russ.) doi: 10.46272/2587-8476-2015-0-3-136-143
- Lassujell G.D. (2005). Psychopathology and politics: monography / Transl. from Eng. by T.N. Samsonova, N.V. Korotkova. Moscow: Izdatel'stvo RAGS, 352 p. (in Russ.)
- Lebedeva M.M. (2017). “Soft power”: concept and approaches. *Bulletin of MGIMO University. [Vestnik MGIMO-Universiteta]*, 3 (54), 212–223. (in Russ.) doi: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223
- Leonova O.G. (2014). Interpretation of the concept “soft power” in science. *Observer. [Obzrevatel']*, 3, 80–89. (in Russ.)
- Maklujen G.M. (2007). Understanding media: external extensions of man. Moscow: Kuchkovo pole, 464 p. (in Russ.)
- Mann S.R. (1992). Chaos theory and strategic thought URL: https://archive.org/stream/1992Mann/1992%20mann_djvu.txt (accessed 10.01.2021).
- Manojlo A.V. (2003) State informational policy in special circumstances. Monography. Moscow: MIFI, 388 p. (in Russ.)
- Mattis J.N., Hoffman F.G. (2005). Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars. *US Naval Institute Proceedings Magazine*, November. L(132/11/1, 233), 18–19.
- Mironova O.I. (2020). Psychological peculiarities of young people involved in religious and cult societies through Internet. *Psychology and law. [Psihologija i pravo]*, 10 (3), 189–210. (in Russ.) doi: 10.17759/psylaw.2020100313
- Naj Dzh. (2006). Flexible power. How to be successful in the world policy / Transl. from Eng. by V.I. Suprun. Novosibirsk: FSPI “Trendy”, 221 p. (in Russ.)
- Nikiporec-Takigava G.Ju. (2016). On leadership in network social movements. *PolitBook*, 3, 50–65. (in Russ.)
- Panova E.P. (2012). “Soft power” as means of influence in the world policy. PhD dissertation in Political sciences. Moscow: MGIMO, 160 p. (in Russ.)
- Pavlova N.D., Grebenshnikova T.A., Afinogenova V.A., Zachesova I.A., Kubrak T.A. (2020) Intentional space of post-event discourse in various Internet resources. *Journal of psychology. [Psihologicheskij zhurnal]*, 41 (3), 78–91. (in Russ.) doi: 10.31857/S020595920009327-5
- Popescu N. (2015). Hybrid tactics: neither new nor only Russian European Union Institute for Security Studies. January, 1–2.
- Rejngol'd G. (2006). Smart crowd: new social revolution / Transl. from Eng. by A. Gar'kavy. Moscow: FAIR PRESS, 416 p. (in Russ.)
- Sharp D. (2005). From dictatorship to democracy: strategy and tactics of getting free / Transl. from Eng. by N. Kozlovskaya. M.: Novoe izdatel'stvo, 84 p. (in Russ.)
- Shirky C. (2009). Here Comes Everybody. London, Penguin Books Ltd. 352 p.
- Sitnova I.V., Poljakov A.A. (2018). Informational-psychological impact as a practice of making fourth-generation wars. *Power. [Vlast']*, 26 (7), 70–75. (in Russ.)
- Soldatova G.U., Rasskazova E.I. (2020) Summing up the digital transformation: from online reality to hybrid reality. *Cultural-historical psychology. [Kul'turno-istoricheskaja psihologija]*, 16 (4), 87–97. (in Russ.) doi: 10.17759/chp.2020160409
- Sundiev I. Ju. (2014). Studying the destructive technologies of “color revolutions” and the possibility of preventing their use in the Russian Federation. Handbook / I.Ju. Sundiev, A.A. Smirnov, A.I. Kundetov, D.A. Trofimov. Moscow: FGKU “VNII MVD Rossii”, 86 p. (in Russ.)
- Taler R., Sanstejn K. Nudge. (2017). Architecture of choice. How we can improve our decisions on health, well-being and happiness / Transl. from Eng. by E. Petrova. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 240 p. (in Russ.)
- Titov V.V. (2020). On construing national-citizenship identity of young Russians in the digital age. *Bulletin of Tomsk state university. Philosophy. Sociology. Politology. [Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofija. Sociologija. Politologija]*, 57, 257–264. (in Russ.) doi: 10.17223/1998863X/57/24
- Volodenkov S.V., Artamonova Ju.D. (2020). Information capsules as structural component of modern political Internet communication. *Bulletin of Tomsk state university. Philosophy. Sociology. Politology. [Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofija. Sociologija. Politologija]*, 53, 188–196. (in Russ.) doi: 10.17223/1998863X/53/20
- Zajakina R.A. (2020). Social construing with net approach. *Bulletin of Tomsk state university. Philosophy. Sociology. Politology. [Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofija. Sociologija. Politologija]*, 57, 52–59. (in Russ.)