

Оригинальная статья/ Original article

Внешнее информационное давление на российскую молодежь как инструмент глобального противоборства¹

© В.А. ЛУКУШИН

Лукушин Владимир Андреевич, Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Москва, Россия), valukushin@fa.ru. ORCID: 0000-0001-6185-303X

Представлены результаты комплексного социально-политического исследования, которое посвящено феномену внешнего информационного давления на российскую молодежь в условиях усиления геополитической напряженности и информационного противоборства между государствами. Молодежь как наиболее уязвимая социальная группа подвержена негативным эффектам цифровизации информации о военно-политических процессах, включая переход «гибридной войны» в новую форму. В ней доминирует информационно-психологическое воздействие и иные методы преимущественно невоенного характера. Многоступенчатая методика исследования включает в себя когнитивное картирование цифровых документов, автоматизированный социально-медийный анализ информационных потоков, неструктурированное групповое интервью, а также методы метафорических ассоциативных карт и онлайн-анкетирования. Выявлено, что растет количество регионов-мишеней внешнего информационного давления на молодежь. Определена схема циркуляции соответствующего контента, выявлена активная роль иностранных медиаструктур в данном процессе. Выделено семантическое ядро информационного потока и особенности адресного воздействия на различные возрастные группы. Результаты исследования демонстрируют, что молодежь плохо иден-

¹ Финансирование. Статья написана по результатам исследования, выполненного в ИНИОН РАН по государственному заданию Министерства науки и высшего образования Российской Федерации при поддержке Экспертного института социальных исследований, № 122101100035-4.

Funding. This article is based on a study carried out at the Institute for Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, under the state assignment from the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, with the support of the Expert Institute for Social Research, No. 122101100035-4.

тифицирует фейковую информацию в сети. Соответственно, закрепляется запрос на развитие современных компетенций цифровой грамотности и информационной безопасности.

Ключевые слова: информационная война, гибридная война, фейки, социальные медиа, цифровое пространство, цифровая грамотность

Цитирование: Лукушин В.А. (2023) Внешнее информационное давление на российскую молодежь как инструмент глобального противоборства // *Общественные науки и современность*. № 3. С. 68–82. DOI: 10.31857/S086904992303005X, EDN: GHVNCJ.

External Information Pressure on Russian Youth as a Tool of Global Confrontation

© V. LUKUSHIN

Vladimir A. Lukushin, Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russia), valukushin@fa.ru. ORCID: 0000-0001-6185-303X

Abstract. The results of a socio-political research studying the phenomenon of external information pressure on Russian youth in conditions of growing geopolitical tension and information confrontation between states are presented. Young people, as the most vulnerable social group, are exposed to the negative effects of the digitalization of information about military and political processes, including the transition of the concept of “hybrid warfare” into a new form. This new form is defined by the dominance of information and psychological impact and other methods of a predominantly non-military nature. Multi-stage methodology is used, including cognitive mapping of digital content, automated social media analysis of information flows, unstructured group interviews, as well as methods of metaphorical associative cards and online questionnaires. It is revealed that the number of Russian regions targeted by external information pressure on young people increased. The scheme of relevant content circulation and the active role of foreign media structures in this process are identified. The semantics of information flows and features of targeted impact on different age groups are defined. The results of the study show a weak perception of fake information on the Internet by young people and highlight the formed demand for the development of modern competences of digital literacy and information security.

Keywords: information warfare, hybrid warfare, fakes, social media, digital space, digital literacy

Citation: Lukushin V. (2023) External Information Pressure on Russian Youth as a Tool of Global Confrontation. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 3, pp. 68–82. DOI: 10.31857/S086904992303005X, EDN: GHVNCJ.

Постановка проблемы

Кардинальные изменения в общественно-политической жизни России, вызванные специальной военной операцией, определены, в первую очередь, глобальным противоборством и особенностями межгосударственных взаимодействий внутри различных контуров. Одним из наиболее значимых из них в контексте международной напряженности считается информационно-коммуникативный. На российских граждан оказывают усиленное внешнее информационное давление, вводя методы военно-политического воздействия в виртуальное и медийное пространство.

Конечная цель подобного воздействия – сформировать критическую гражданскую позицию по отношению к российскому государству и внедрять антагонистические установки и ценности среди населения. В результате растет внутреннее недовольство, усиливаются протестные настроения, а также нарастает конфликтогенность и деkonsолидация общества. Информационное воздействие – не новое явление для России, однако с началом специальной военной операции (СВО) оно перешло в новую стадию. По данным опросов ВЦИОМ, около 90% россиян считают, что против РФ идет полноценная информационная война в связи с военной спецоперацией. Более 60% россиян, согласно опросам, регулярно встречают информационные материалы с критикой действий российских военных и политического руководства².

Своеобразной «мишенью» для подобного информационного давления выступает молодежь. Данная группа наиболее погружена в актуальные повестки, активнее других использует цифровые сервисы для получения и обмена информацией. Кроме прочего, молодые люди считаются наиболее уязвимой группой, так как у них еще не сформировались ни самосознание, ни политическая и государственная идентичности. Обман и манипуляцию молодежью в информационном пространстве для выполнения собственных политических задач практиковали политические противники России в период так называемых «цветных революций» на постсоветском пространстве.

Цифровые площадки открывают возможности для постоянного и разнообразного взаимодействия между пользователями. Однако они также расширяют набор технологий информационного воздействия. Среди последних можно выделить распространение в сети фейковой информации, манипулятивного и деструктивного контента, а также полноценные информационно-психологические операции. По данным АНО «Диалог» (Россия), за неполный год спецоперации в российские социальные медиа было «вброшено» более 3,5 тысяч уникальных фейковых сюжетов, суммарный охват которых превысил 17 миллиардов просмотров³. Распространяя фейки и проводя медийные провокации, внешние акторы пытаются не только подорвать доверие молодых россиян к государственным институтам и вытеснить на задний план официальную информацию, но и посеять среди населения тревогу и панику.

Данные процессы создают значительные риски для устойчивости политической системы и национальной безопасности в условиях геополитической, военной и социально-экономической напряженности. Задача исследования – выявить масштабы, структуру и технологии информационного воздействия на российскую молодежь в период СВО, а также оценить ее способность противостоять подобному внешнему воздействию.

Теоретический обзор

Большинство исследователей считают множественные попытки посягнуть на информационный суверенитет России и безопасность граждан частью глобального противоборства, которое включает в себя комплекс военно-политических и информационно-пропагандистских операций с использованием современных цифровых платформ. Российский политолог Е.В. Бродовская определяет «внешнее информационное давление» как совокупность систематических информационных воздействий – преимущественно манипу-

² Информационная война вокруг специальной военной операции. ВЦИОМ. 08 апреля 2022. (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/informacionnaja-voina-vokrug-specialnoi-voennoi-operacii>).

³ АНО «Диалог» на форуме ООН рассказала об опасности фейков. Lenta.Ru. 29 ноября 2022. (<https://lenta.ru/news/2022/11/29/fakee/>).

лятивного характера. Центры и лидеры общественного мнения иностранных государств через социальные медиа оказывают соответствующее влияние на отдельные группы населения, объединенные по географическому, национальному, профессиональному, социальному, политическому или иному признаку [Бродовская, Домбровская, Пырма 2020].

Раньше целью информационного воздействия было продвижение отработанных сценариев «цветных революций». В настоящий период конструируются новые гибридные схемы, для которых характерно: пролонгированное манипулятивное воздействие; выстраивание цепочки информационно-психологических операций; разжигание социальной и межнациональной (межэтнической) розни; постепенная деконсолидация и дезорганизация государства и общества [Манойло и др. 2023]. Наибольшую опасность представляет управляемое использование социальных сетей и мессенджеров в качестве среды, в которой можно создавать и продвигать деструктивные материалы, а также ложный и манипулятивный контент, чтобы формировать соответствующие когнитивные схемы в сознании пользователей [Clack, Johnson 2021].

В основе современных войн лежат преимущественно невоенные методы. Начало XXI в. ознаменовалось появлением в научной (а затем и общественно-политической) среде категории «гибридная война». Она представляет собой новый вид противоборства, который совмещает классические боевые действия с иррегулярными формами: экономическими санкциями, кибератаками, информационными диверсиями [Johnson 2018]. Данный термин впервые использовал американский автор У. Немет в 2002 г., анализируя чеченскую кампанию. Другой американский специалист по национальной безопасности Ф. Хоффман в своих работах выявил несколько содержательных характеристик войн будущего [Hoffman 2007]. Он определил, что конфликты будут носить многовариантный характер, сочетать принципиально разные тактические приемы и средства противоборства – иметь мультимодальный характер. Наиболее доступным каналом применения нерегулярных типов тактики исследователи считают популярные социальные медиа, которые аккумулируют значительные национальные аудитории [Miller 2019].

Российский исследователь А.В. Манойло рассматривает информационное пространство как полноценную площадку противоборства между государствами [Манойло 2021a]. Глобальная паутина превратилась не просто в инструмент, а в настоящую арену политического противостояния [Манойло 2021b]. В современной практике информационного давления К.С. Стригунов и А.В. Манойло отдельно выделяют фейковые новости, которые используют для делегитимации избирательного процесса, подрыва доверия населения к государству, дегуманизации общественного сознания, деконсолидации и разрушения социальной структуры [Стригунов, Манойло 2022]. Fake news наиболее эффективны при их распространении среди представителей наиболее уязвимого поколения Z [Ахмадеев, Бресслер, Манойло 2021]. Восприятие фейковой информации молодежью изучают и иностранные исследователи – преимущественно из государств, которые регулярно сталкиваются с подобным информационным воздействием [Apuke, Omar 2021; Zimmer et al 2019].

Как отмечают российские авторы В.Н. Коньшев и Р.В. Парфенов, на фоне нового витка конфликта между Россией и странами коллективного Запада в связи с украинским кризисом развивается новая стадия гибридной войны, в которой информационные операции и психологическое давление становятся центральными элементами, а цифровые сервисы используют, чтобы воздействовать на население государства-противника [Коньшев, Парфенов 2019]. По мнению российского эксперта А.Б. Шатилова, качественное информационное сопровождение военных действий выступает необходимой «надстройкой» в текущем формате гибридного конфликта. Для ее создания необходимо выработать новые подходы как к противодействию информационным атакам на уязвимые аудитории, так и к разработке собственных средств обратного действия [Шатилов 2022].

Важно также сформировать качественно иную цифровую инфраструктуру, включая алгоритмы, рекомендательные системы, нейросетевые технологии и иные инструменты продвижения в информационном пространстве политической повестки, которая отражает интересы отдельной стороны конфликта [Prier 2017]. Расширение функционала цифровых платформ и активное использование технологических достижений в военно-политических противостояниях современных государств привело к развитию новых исследовательских направлений, которые базируются на гибридизации и применении методов математического моделирования, статистической обработки, построения и анализа сложных информационных систем, аналитики больших данных [Nadolski, Fairbanks 2019; Малков, Ковалев, Коротаев 2021; Петров, Прончев 2022].

Методы и материалы

Эмпирическое исследование имеет многоступенчатый характер. В нем применяется комбинация методов, которые работают одновременно с онлайн- и офлайн-средами.

На первом этапе использовано когнитивное картирование цифрового контента на общественно-политическую тематику в наиболее популярных среди молодежи социальных медиа, которое репрезентирует критические оценки спецоперации и военно-политического курса в целом (1,2 тыс. документов). Выборка включает в себя аккаунты иностранных средств массовой информации на русском языке, а также страницы и сообщества организаций и граждан, признанных иностранными агентами (100 аккаунтов). В результате качественного анализа материалов был составлен набор уникальных лингвистических конструкций – маркеров внешнего информационного давления на молодежь в российском сегменте социальных медиа. Также были выявлены особенности репрезентации и распространения подобного контента.

На втором этапе был проведен автоматизированный социально-медийный анализ информационных потоков внешнего информационного давления посредством мониторингового инструмента «IQBuzz», в котором использовались выявленные маркеры (800 тыс. документов). В ходе выгрузки выполнялось не менее пяти последовательных ручных проверок контента на соответствие предмету исследования. В выборку вошли более 30 цифровых площадок – популярные социальные сети, блоги, микроблоги и тематические порталы. Собранный массив данных проанализирован по геолокационным и содержательным характеристикам. Глубина сбора и обработки данных: 01.02.2022–01.11.2022.

На третьем этапе проведена серия групповых неструктурированных интервью с применением метафорических ассоциативных карт на темы манипулятивного и фейкового воздействия в сети (600 респондентов в возрасте от 14 до 35 лет). Методика позволяет верифицировать полученные цифровые данные, выявляя аффективные схемы ориентировки на основе применения конкретных визуальных моделей [Лихачева и др. 2022; Бродовская, Лукушин, Давыдова 2022]. Участники выбирали ранее аттестованные метафорические карты на соответствующие темы и участвовали в обсуждении с использованием закрытого перечня вопросов. Использование подобной проективной методики позволяет преодолеть вербальные искажения и снизить недоверие между респондентом и исследователем.

Дополнительным элементом авторского сценария стало онлайн-анкетирование участников интервью. Они выполняли задачи по идентификации фейковой и истинной информации на основе подобранных авторских материалов из релевантных сегментов социальных медиа. Итоговая расширенная выборка состояла из 1 тыс. респондентов, репрезентированных по полу, возрасту и месту проживания (по федеральным округам).

Результаты исследования

Циркуляцию критических информационных материалов среди молодежных аудиторий в российском сегменте социальных медиа обеспечивает единая система (рис. 1). На первом этапе генерируется контент в сети политических каналов в Telegram – различные открытые аккаунты, объединенные общим администрированием и информационной повесткой. Аудитория каналов невелика, однако ценность заключается именно в первоначальном «вбросе» информационных поводов и связанных с ними сообщений для определенных групп аудитории. На этапе распространения в процесс включаются более крупные российские электронные СМИ и их цифровые аккаунты (преимущественно иностранные агенты), а также украинские электронные СМИ, ведущие свою работу на русском языке.

Сообщения дублируют, таким образом тиражируя их в общественно-политическом сегменте социальных медиа, лидеры мнений и персоналии со значительным охватом пользователей. Аудитория доверяет им и воспринимает их как первоисточник информации. Для неполитических сегментов и выключенных из информационной повестки пользователей применяют тематические блоги и форумы, групповые чаты и другие адаптивные каналы получения информации. По мере движения контента увеличивается не только охват, но и количество участвующих в его циркуляции акторов. Вместе с тем доля закрытых (недоступных для просмотра) аккаунтов среди наиболее активных в процессе генерации и распространения контента пользователей остается достаточно низкой (20% среди пользователей, 10% среди сообществ и пабликов), чтобы проявлялись какие-либо эффекты.

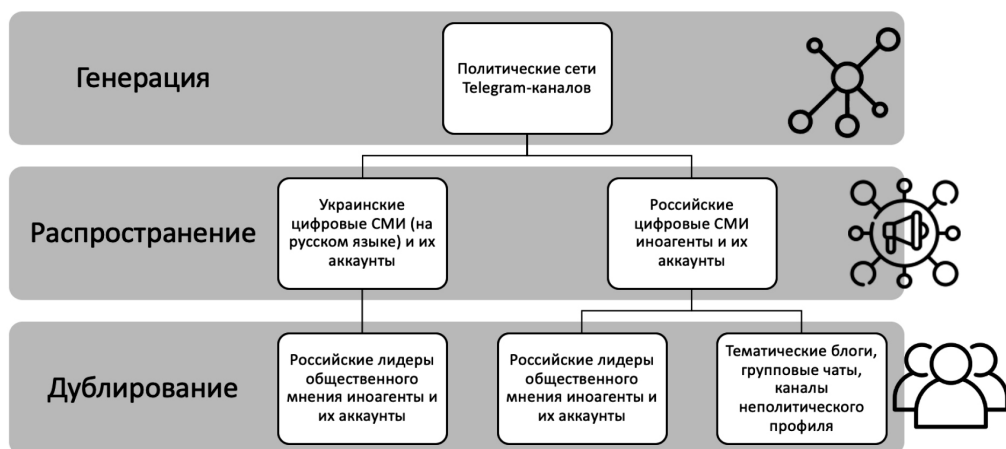


Рисунок 1. Общая схема циркуляции контента внешнего информационного воздействия на российскую молодежь в социальных медиа

Figure 1. General scheme of content circulation of external information pressure on Russian youth in social media

Рассмотрим работу данной системы на примере возбуждения протестов молодежи в Республике Дагестан в сентябре-октябре 2022 г. Для первоначальной генерации контента создана сеть региональных каналов, многие из которых пропагандируют идеи исламского сепаратизма и экстремизма. После объявления частичной мобилизации в Вооруженные силы работа таких каналов была выстроена вокруг сопротивления ей,

очернения российских вооруженных сил, формирования установок недоверия к армии и власти на национальной и религиозной почве. Не случайно в качестве основной мишени среди всех регионов Северного Кавказа выбрали именно Республику Дагестан с ее сложным, многосоставным обществом. Сформированный в данных сетях дискурс был направлен на провокации и массовые акции, которые организовали активисты в различных городах республики. Распространению информации о событиях в Дагестане способствовали многочисленные иностранные площадки, а также страницы СМИ-иноагентов.

Лидеры мнений пытались внушить доверие к данной информации, сочувствие и понимание к «мирным» протестующим. Информация распространялась через персональные аккаунты, а большинство их авторов также были иноагентами или украинскими спикерами, транслирующими русскоязычную повестку. Вторичный контент блогеров, в свою очередь, наполнял уже локальные сети, обеспечивая замкнутый круг циркуляции контента по конкретной теме, радикализацию аудитории в течение нескольких недель. На протяжении этого периода ежедневный объем критических материалов в республиканских социальных медиа в 3–5 раз превышал средние ежегодные значения, особенно в период организации и проведения протестных акций.

Вовлечение молодежной аудитории в необходимые повестки и потоки в социальных медиа и удержание их интереса обеспечивает не только адаптивность контента и управляемая система генерации и распространения. Также в этом процессе используют технологии психологического воздействия, которые соотнесены с конечными целями для каждой возрастной группы молодежи (таб. 1). Первоначальный контент жестко модерируется для получения реакции, которая приведет к определенному политическому результату. Недоверие у детей и подростков формируют через дегуманизацию образов, обесценивание отдельных смысловых линий, процессов и явлений общественной жизни. Страх и панику у вузовской молодежи и мобилизуемых граждан вызывают через заражение, подражание и ценностное подчинение на основе уже закрепленных в сознании когнитивных схем. Активное действие среди старших групп стимулирует стереотипизация и примитивизация образов и событий, которые внушают необходимые гражданские и политические установки в сознание интернет-пользователей.

При рассмотрении управляемости и целенаправленности информационных потоков можно определить географию их распространения (рис. 2). По результатам автоматизированного анализа выделены две основные группы: с повышенной представленностью аудитории протестного потока (15 регионов – Калининградская область, Псковская область, Республика Карелия, Мурманская область, Республика Адыгея, Ставропольский край, Ульяновская область, Чувашская республика, Республика Марий Эл, Омская область, Томская область, Алтайский край, Хабаровский край, Камчатский край, Сахалинская область); с наибольшей представленностью (28 субъектов РФ – город Москва, Московская область, город Санкт-Петербург, Ленинградская область, Республика Крым, город Севастополь, Брянская область, Курская область, Белгородская область, Воронежская область, Ростовская область, Краснодарский край, Республика Дагестан, Республика Калмыкия, Астраханская область, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Республика Башкортостан, Челябинская область, Курганская область, Новосибирская область, Кемеровская область, Республика Хакасия, Республика Тыва, Республика Алтай, Республика Бурятия, Забайкальский край, Приморский край). Объем цифровых данных был скоррелирован с численностью населения субъектов Федерации по данным Росстата на 1 января 2022 г. Таким образом, мишенями информационного давления в 2022 г. стали почти 50% субъектов Российской Федерации.

Таблица 1

Общая схема информационно-психологического воздействия на молодежные аудитории в российском сегменте социальных медиа

Table 1

General scheme of informational and psychological impact on youth audiences in the Russian segment of the social media

Целевая группа	Основные нарративы	Базовая технология воздействия	Конечная цель
Школьная молодежь (7–16 лет)	«российская агрессия и оккупация», «Россия развязала кровавую бойню», «российская армия убивает украинский народ», «Россия навсегда будет в изоляции», «Россия застрянет во времени из-за войны в Украине»	Дегуманизация российской армии и политического руководства, обесценивание задач российской армии и основных векторов развития государства, защиты суверенитета и обеспечения национальной безопасности	Потеря доверия и уважения к базовым социальным и государственным институтам и старшему поколению (родителям, учителям знакомым и др.)
Студенческая молодежь (17–26 лет)	«Россия проиграет в развязанной войне», «смена власти в России неизбежна после проигрыша в войне», «российский режим закрывает будущее молодежи», «нестабильность в России продолжится»	Подражание и заражение, метод «общего вагона» в контексте навязанного политического пацифизма и алармизма, ценностное подчинение в контексте «глобальных демократических ценностей и стандартов»	Формирование страха и паники относительно внутренней обстановки на фоне проведения военных действий, отстраненности и «отрыва» молодежи от государства и саботаж развития страны посредством неконвенциональных акций
Старшая молодежь (27–35 лет)	«нужно валить из России», «в России закроют границы и продолжат бесконечную войну», «в России неизбежен кризис, товарный дефицит и новые девяностые», «в России больше нечего ловить»	Стереотипизация, примитивизация актуальных социально-экономических и политических процессов, убеждение и внушение ложных гражданских установок	Эмиграция в страны ближнего и дальнего зарубежья с целью культурного и экономического разрыва с государством и последующего удаленного давления на различные социальные группы внутри страны

В региональных соцмедиа продвигают оригинальные материалы, которые учитывают специфику субъектов, локальные особенности и настроения местного населения. Пиковой точкой информационного воздействия стало объявление частичной мобилизации, после которой были предприняты попытки организовать протесты именно преимущественно в национальных республиках (Республика Дагестан, Республика Бурятия, Республика Хакасия, Республика Алтай, Республика Башкортостан и др.). С осени 2022 г. в молодежном социально-медийном пространстве данных регионов повсеместно используют национальные контексты для разжигания социальной розни, конфликтов, а также для создания кризисных ситуаций на фоне частичной мобилизации.

Высокий уровень информационного давления зафиксирован в приграничных с Украиной регионах. Их население с начала спецоперации подвергается провокациям и террористическим актам со стороны украинских вооруженных сил и бандформирований. Информационные атаки на этих территориях направлены на формирование недовольства населения и конвертацию усталости от военных действий в реальную протестную актив-

ность и сопротивление государству. Среди отдаленных от мест боевых действий регионов выделяются субъекты Уральского и Сибирского федеральных округов, а также ряд регионов Дальнего Востока и европейского севера, где прошли акции протеста. Они формируют приграничный «пояс» внешнего информационного давления.



Рисунок 2. Регионы-мишени внешнего информационного воздействия на молодежь в социальных медиа (по объему контента)

Figure 2. Regions targeted by external information pressure on young people in social media (by quantity of content)

Из данных о частотности используемых в информационном потоке лексических конструкций сформировано семантическое ядро внешнего давления. Необходимо отметить, что на протяжении всего исследуемого периода фиксировалось наличие общих связывающих конструкций. Например, в контексте критики военных действий часто используются категории-воззвания («обращение», «петиция», «мочь», «жизнь», «правда», «хотеть», «сила»), а также категории, направленные на формирование чувства сострадания и вины у аудитории («смерть», «вина», «прощение», «искупить», «противно», «стыдно», «постыдный»). Критика частичной мобилизации нацелена одновременно на устрашение аудитории через эмоционально заряженные конструкции и их гиперболизацию («смерть», «кровь», «кровавый», «мясорубка», «могилизация») и на социально-экономические аспекты («помощь», «получить», «должный», «мера», «работа», «бесплатный»).

Наиболее радикальными можно назвать документы, в которых критикуют присоединение новых территорий. В них используются категории, указывающие на явную подмену понятий («оккупация», «аннексия», «захват»). Упоминаются также крупные фейковые сюжеты, которые распространила украинская сторона («буча», «ирпень», «роддом»). Не менее идеологизированными стали публикации и сообщения эмигрантов, в которых преобладают персональные проблемы и актуальные жизненные задачи («паспорт», «новый», «работа», «вложение», «очередь», «семья», «документ»). В сообщениях из сегмента о так называемой международной изоляции обсуждается санкционная политика и связанное

с ней недовольство отдельных групп молодежи, преимущественно младшего возраста («бренд», «магазин», «виза», «закрылся» и др.).

Общей характеристикой семантики внешних информационных потоков, ориентированных на молодежь, выступает систематическое использование языка ненависти и риторики вражды⁴. Применение лексики в современном социально-медийном пространстве в целом имеет широкий масштаб. Превалирование языка вражды, оскорблений и травли в популярных информационных потоках в социальных медиа усиливает межнациональные (межэтнические) противоречия, порождает вражду между отдельными социальными группами и провоцирует прямые конфликты, которые переходят из онлайн- в офлайн-среду.

Базовой информационной технологией вовлечения в протестные потоки выступает создание и распространение фейковой информации. Из единичных элементов коммуникации с ситуативным и точечным характером воздействия фейки превращаются в полноценную технологию психологического воздействия на массы или даже в комплекс мероприятий в рамках информационных операций с управляемым и масштабным характером воздействия. В результате проведенного комплексного исследования можно выделить следующие маркеры фейковой информации, которые позволяют идентифицировать ее как часть более крупной информационной кампании:

- эмоциональность, аффективный способ представления контента с целью пробудить мгновенную обратную реакцию в виде чувства страха, тревоги, сострадания, сочувствия, гнева и др.;
- отсутствие ссылок на источник или намеренное упоминание малоизвестных, сомнительных источников;
- призывы к действию и высокий мобилизационный потенциал контента как в онлайн-, так и офлайн-пространстве;
- «кликбейтность», излишняя провокативность заголовков или изображений, привлекающая внимание аудитории;
- демонстрация оценочных суждений и позиций, не подкрепленных рациональной аргументацией и открытыми данными;
- «вирусность» материала, нацеленность на оперативное распространение по различным каналам коммуникации, основанная на претенциозности представленной информации;
- обрывочность информации, упор на малозначимые факты, которые легче фальсифицировать.

Современная информационно-психологическая кампания основана на массовом применении фейков, что обуславливает ее длительную подготовку. Она разделена на несколько этапов: определение цели (таргетных групп), подбор релевантных месседжей и технологий воздействия на аудиторию; конструирование ложного информационного повода и распространение его через администрируемые СМИ и связанные сетевые площадки; активизация цифровой инфраструктуры, управление информационными потоками и веб-контентом для достижения максимального охвата группы; воздействие с целью формирования установок, корректировки общественного мнения или принятия решения.

По результатам серии проведенных групповых интервью с использованием метафорических ассоциативных карт и онлайн-анкетирования произведена оценка уровня цифровой грамотности российской молодежи в контексте определения фейковой информации. Из 10 распространенных в социальных медиа информационных сюжетов – как правди-

⁴ Что представляет собой язык ненависти? Организация Объединенных Наций. (<https://www.un.org/ru/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>).

вых, так и ложных – респонденты могут корректно идентифицировать только половину (рис. 3).

Уровень информационной грамотности снижается с увеличением возраста респондентов. Респонденты школьного возраста предоставляли в среднем 6-7 правильных ответов, представители студенчества – 5-6, старшая группа молодежи – в среднем 4-5. Полученные результаты коррелируют с данными последних социологических исследований о восприятии россиянами ложной информации, а также о сложностях в определении правдивости информации в СМИ и Интернете на фоне увеличения объемов политического контента и информированности об актуальных событиях (таб. 2)⁵.

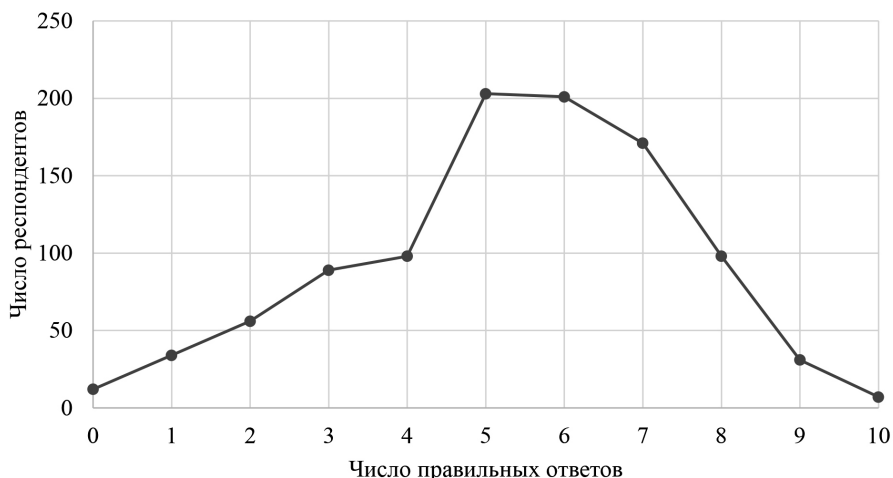


Рисунок 3. Результаты анкетирования молодежи по идентификации фейковой информации в социальных медиа

Figure 3. Results of a survey of young people on the identification of fake information in social media

Таблица 2

Результаты анкетирования молодежи по идентификации фейковой информации в социальных медиа (по возрастным группам)

Table 2

Results of a survey of young people on the identification of fake information in social media (by age group)

Возрастная группа	Средняя оценка
7–16 лет	6,44
17–26 лет	5,64
27–35 лет	4,83
Среднее	5,64

⁵ «Фейк ньюс»: масштабы проблемы. ВЦИОМ. 18 апреля 2019. (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/fejknnyus-masshtab-problemy->).

На основе обсуждений путей решения проблемы распространения фейковой и манипулятивной информации среди молодежи можно выделить три основных консенсусных точки. Представленность фейковых и манипулятивных материалов значительно возросла, в результате чего у фокусной группы возникает усталость и пренебрежение. В то же время они представляют серьезную общественную опасность, и государству следует выработать системные меры противодействия.

Масштабные блокировки информационных ресурсов или отдельных материалов не эффективны. Существуют способы их обхода, а ограничения порождают эффект искусственного интереса к запретной информации.

Наконец, недостаточно распространена просветительская работа в сфере получения современных навыков цифровой грамотности, информационной безопасности и гигиены. Степень участия учреждений образовательной системы в их распространении остается достаточно низкой.

Заключение

По результатам проведенного социально-политического исследования можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в эпоху трансформации «гибридной войны», в рамках которой наравне с классическими военными действиями используются иррегулярные формы противоборства, на первый план выходят современные информационные и когнитивные войны. Главенствующая роль в них отводится информационно-психологическому воздействию на население государства-противника посредством использования цифровых сервисов и технологий.

Во-вторых, молодежь наиболее уязвима перед внешними информационными атаками из-за своей повышенной погруженности в пространство социальных медиа и незавершенности формирования гражданской и политической идентичности.

В-третьих, в период проведения специальной военной операции масштаб и функциональность внешнего информационного давления на российскую молодежь значительно увеличились. Не менее половины субъектов Российской Федерации стали своеобразными регионами-мишенями для таких атак.

В-четвертых, в отечественном сегменте социальных медиа выстроена система циркуляции контента, адресованного различным группам молодежи. В данном процессе участвуют иностранные медиа и лидеры общественного мнения.

В-пятых, информационные потоки внешнего воздействия наполнены языком ненависти и риторикой вражды, а также фейковой информацией. Последняя выступает базовой технологией информационно-психологических операций. Молодежь, в свою очередь, плохо идентифицирует ложные сообщения.

Проведенное исследование в дальнейшем может помочь при разработке эффективных технологий противодействия внешнему информационному давлению на молодежь как группу-мишень. В частности, речь идет о совершенствовании образовательных и просветительских методов (в том числе при активном участии профильных государственных и общественных структур), направленных на освоение современных компетенций в сфере цифровой грамотности и информационной безопасности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ахмадеев К.Н., Бреслер М.Г., Манойло А.В. (2021) Эффективность fake news как инструмента информационной войны в восприятии поколения Z // Вестник Московского государственного областного университета. № 3. С. 8–32.
- Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Пырма Р.В. (2020) Дискурсы внешнего информационного давления в Крымском и Севастопольском сегментах Рунета: особенности, адресаты, конфликтогенный потенциал // Политическая наука. № 3. С. 243–265.
- Бродовская Е.В., Лукушин В.А., Давыдова М.А. (2022) Векторы развития электоральных установок российской молодежи: результаты когнитивной инструментальной диагностики // Власть. № 3. С. 80–84.
- Конышев В.Н., Парфенов Р.В. (2019) Гибридные войны: между мифом и реальностью // Мировая экономика и международные отношения. Т. 63. № 12. С. 56–66.
- Лихачева Э.В., Николаева Л.П., Огнев А.С., Огнева А.А., Огнева Н.А. (2022) Использование элементов когнитивно-поведенческой терапии для повышения эффективности визуального кинетического моделирования // Человеческий капитал. № 8. С. 160–165.
- Малков С.Ю., Ковалев В.И., Коротаев А.В. (2021) О математическом моделировании устойчивости функционирования социально-экономических систем // Информационные войны. № 1. С. 31–43.
- Манойло А.В. (2021a) Информационная война и новая политическая реальность (I) // Вестник Московского государственного областного университета. № 1. С. 100–132.
- Манойло А.В. (2021b) Информационная война и новая политическая реальность (II) // Вестник Московского государственного областного университета. № 2. С. 110–148.
- Манойло А.В., Петренко А.И., Рожин Б.А., Стригунов К.С. (2023) Фейки: траектория лжи. Информационный фронт специальной военной операции. М.: Горячая линия – Телеком. 272 с.
- Петров А.П.Ч., Прончев Г.Б. (2022) Гибридная война против России в контексте специальной военной операции по денацификации и демилитаризации Украины (анализ и математическое моделирование) // Вопросы политологии. Т. 12. № 11. С. 3647–3667.
- Стригунов К.С., Манойло А.В. (2022) Фейковые новости и технология превентивной делегитимизации выборов // Гражданин. Выборы. Власть. № 2. С. 98–109.
- Шатилов А.Б. (2022) Информационное и PR-сопровождение специальной военной операции России на Украине: основные тренды и уроки первого этапа // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. Т. 12. № 4. С. 71–76.
- Apuke O.D., Omar B. (2021) Fake News and COVID-19: Modelling the Predictors of Fake News Sharing among Social Media Users // Telematics and Informatics. No. 56.
- Clack T., Johnson R. (2021) The World Information War. Western Resilience, Campaigning, and Cognitive Effects. Abingdon: Routledge. 316 p.
- Hoffman F.G. (2007) Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars. Arlington: Potomac Institute for Policy Studies. 72 p.
- Johnson R. (2018) Hybrid War and Its Countermeasures: A Critique of the Literature // Small Wars & Insurgencies. Vol. 29. No. 1. Pp. 141–163.
- Miller C. (2019) Inside the Information Wars // New Scientist. Vol. 244. No. 3252. Pp. 38–41.
- Nadolski M., Fairbanks J. (2019) Complex Systems Analysis of Hybrid Warfare // Procedia Computer Science. Vol. 153. Pp. 210–217.
- Prier J. (2017) Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare // Strategic Studies Quarterly. No. 11. Pp. 50–85.
- Zimmer F., Scheibe K., Stock M., Stock, W.G. (2019) Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users? // Journal of Information Science Theory and Practice. No. 7. Pp. 40–53.

REFERENCES

- Ahmadeev K.N., Bresler M.G., Manojlo A.V. (2021) Effektivnost' fake news kak instrumenta informacionnoj vojny v vosprijati ipokolenija Z [The Effectiveness of Fake News as a Tool of Information Warfare in the Perception of Generation Z]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*. no. 3, pp. 8–32.
- Apuke O.D., Omar B. (2021) Fake News and COVID-19: Modelling the Predictors of Fake News Sharing among Social Media Users. *Telematics and Informatics*. no. 56.
- Brodovskaja E.V., Dombrovskaja A.Ju., Pyrma R.V. (2020) Diskursy vneshnego informacionnogo davljenja v Krymskom i Sevastopol'skom segmentah Runeta: osobennosti, adresaty, konfliktogennyj potencial [Discourses of External Information Pressure in the Crimean and Sevastopol Segments of the Runet: Features, Addressees, Conflict Potential]. *Politicheskaja nauka*. no. 3, pp. 243–265.
- Brodovskaja E.V., Lukushin V.A., Davydova M.A. (2022) Vektory razvitiya jelektoral'nyh ustanovok rossijskoj molodezhi: rezul'taty kognitivnoj instrumental'noj diagnostiki [Vectors of Development of Electoral Attitudes of Russian Youth: Results of Cognitive Instrumental Diagnostics]. *Vlast'*. no. 3, pp. 80–84.
- Clack T., Johnson R. (2021) *The World Information War. Western Resilience, Campaigning, and Cognitive Effects*. Abingdon: Routledge. 316 p.
- Hoffman F.G. (2007) *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*. Arlington: Potomac Institute for Policy Studies. 72 p.
- Johnson R. (2018) Hybrid War and Its Countermeasures: A Critique of the Literature. *Small Wars & Insurgencies*. vol. 29, no. 1, pp. 141–163.
- Konyshchev V.N., Parfenov R.V. (2019) Gibridnye vojny: mezhdru mifom i real'nost'ju [Hybrid Wars: Between Myth and Reality]. *Mirovaja ekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija*. vol. 63, no. 12, pp. 56–66.
- Lihacheva Je.V., Nikolaeva L.P., Ognev A.S., Ogneva A.A., Ogneva N.A. (2022) Ispol'zovanie elementov kognitivno-povedencheskoj terapii dlja povyshenija effektivnosti vizual'nogo kineticheskogo modelirovanija [Using Elements of Cognitive Behavioral Therapy to Improve the Efficiency of Visual Kinetic Modeling]. *Chelovecheskij kapital*. no. 8, pp. 160–165.
- Malkov S.Ju., Kovalev V.I., Korotaev A.V. (2021) O matematicheskom modelirovanii ustojchivosti funkcionirovanija social'no-jekonomicheskikh sistem [On Mathematical Modeling of the Stability of the Functioning of Socio-Economic Systems]. *Informacionnye vojny*. no. 1, pp. 31–43.
- Manojlo A.V. (2021a) Informacionnaja vojna i novaja politicheskaja real'nost' (I) [Information War and New Political Reality (I)]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*. no. 1, pp. 100–132.
- Manojlo A.V. (2021b) Informacionnaja vojna i novaja politicheskaja real'nost' (II) [Information War and New Political Reality (II)]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*. no. 2, pp. 110–148.
- Manojlo A.V., Petrenko A.I., Rozhin B.A., Strigunov K.S. (2023) *Fejki: traektorija lzhi. Informacionnyj front special'noj voennoj operacii* [Fakes: The Trajectory of Lies. Information Front of the Special Military Operation]. Moscow: Gorjachaja Linija – Telekom. 272 p.
- Miller C. (2019) Inside the Information Wars. *New Scientist*. vol. 244, no. 3252, pp. 38–41.
- Nadolski M., Fairbanks J. (2019) Complex Systems Analysis of Hybrid Warfare. *Procedia Computer Science*. vol. 153, pp. 210–217.
- Petrov A.P.Ch., Pronchev G.B. (2022) Gibridnaja vojna protiv Rossii v kontekste special'noj voennoj operacii po denacifikacii i demilitarizacii Ukrainy (analiz i matematicheskoe modelirovanie) [Hybrid War against Russia in the Context of a Special Military Operation for the Denazification and Demilitarization of Ukraine (Analysis and Mathematical Modeling)]. *Voprosy politologii*. vol. 12, no. 11, pp. 3647–3667.
- Prier J. (2017) Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. *Strategic Studies Quarterly*. no. 11, pp. 50–85.

Shatilov A.B. (2022) Informacionnoe i PR-soprovozhdenie special'noj voennoj operacii Rossii na Ukraine: osnovnye trendy i uroki pervogo jetapa [Information and PR Support of Russia's Special Military Operation in Ukraine: Main Trends and Lessons of the First Stage]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*. vol. 12, no. 4, pp. 71–76.

Strigunov K.S., Manojlo A.V. (2022) Fejkovyie novosti i tehnologija preventivnoj delegitimizacii vyborov [Fake News and the Technology of Preventive Delegitimization of Elections]. *Grazhdanin. Vybory. Vlast'*. no. 2, pp. 98–109.

Zimmer F., Scheibe K., Stock M., Stock, W.G. (2019) Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users? *Journal of Information Science Theory and Practice*. no. 7, pp. 40–53.

Информация об авторе

Лукушин Владимир Андреевич, научный сотрудник Отдела глобальных проблем Института научной информации по общественным наукам Российской академии наук. Адрес: 117418, Россия, Москва, Нахимовский пр-кт, д. 51/21. Исследователь Центра политических исследований Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Адрес: 125167, Россия, Москва, Ленинградский пр-кт, д. 49/2. E-mail: valukushin@fa.ru

About the author

Vladimir A. Lukushin, Research Fellow, Department of Global Issues, Institute of Scientific Information on Social Sciences of Russian Academy of Sciences (INION RAS). Address: 117418, Russia, Moscow, Nakhimovskiy Prospect, 51/21. Researcher, Center for Political Studies, Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Financial University under the Government of the Russian Federation. Address: 125167, Russia, Moscow, Leningradskiy Prospect, 49/2. E-mail: valukushin@fa.ru

Статья поступила в редакцию/Received: 13.03.2023

Статья поступила после рецензирования и доработки/Revised: 07.05.2023

Статья принята к публикации/Accepted: 06.06.2023