Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 176–184
State and Municipal Management. Scholar Notes. 2023;(4):176–184

Политология и этнополитика

Научная статья
УДК 32.019.5
https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-176-184 EDN OFMUPL

Пропаганда как ведущий метод когнитивной войны

Андрей Андреевич Ковалев

Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия, kovalev-aa@ranepa.ru

Аннотация. Война XXI века – это сочетание методов традиционной войны и более перспективной с точки зрения затрат и результатов когнитивной войны, которая ведется за сознание отдельного человека и общества в целом. Основным методом когнитивной войны выступает пропаганда, которая была усовершенствована благодаря технологическим возможностям современной эпохи. При этом основополагающий смысл метода пропаганды остался неизменным – воздействие на сознание человека с целью изменения его установок и поведения с заранее заданным результатом. Цель исследования – рассмотреть особенности метода пропаганды в условиях когнитивной войны. В работе использовались следующие методы исследования: структурный метод, институциональный анализ, а также сетевой подход. В результате проведенного исследования был сделан вывод, что в настоящее время одним из самых действенных методов воздействия на сознание является пропаганда, располагающая множеством приемов для достижения желаемого результата. При этом тотальная цифровизация и усиливающиеся глобализационные тенденции повышают потенциал методов когнитивной войны, делая ее перспективным (по сравнению с традиционной войной) направлением в вопросах достижения превосходства на международной арене в ближайшем будущем.

Ключевые слова: борьба, воздействие, война смыслов, несиловые методы, противостояние, сознание

Для цитирования: Ковалев А. А. Пропаганда как ведущий метод когнитивной войны // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 176–184. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-176-184. EDN OFMUPL

Politology and Ethnopolitics

Original article

Propaganda as the leading method of cognitive warfare

Andrey A. Kovalev

Northwestern Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, St. Petersburg, Russia, kovalev-aa@ranepa.ru

Abstract. The war of the XXI century is a combination of methods of traditional warfare and a more promising cognitive war in terms of costs and results, which is waged for the consciousness of an individual and society as a whole. The main method of cognitive warfare is propaganda, which has been improved thanks to the technological capabilities of the modern era. At the same time, the fundamental meaning of the propaganda method remained unchanged – the impact on a person's consciousness in order to change his attitudes and behavior with a predetermined result. The purpose of the study is to consider the features of the propaganda method in the conditions of cognitive warfare. The following research methods were used in the work: structural method, institutional analysis, as well as a network approach. As a result of the conducted research, it was concluded that currently one of the most effective methods of influencing consciousness is propaganda, which has many techniques to achieve the desired result. At the same time, total digitalization and increasing globalization trends increase the potential of cognitive warfare methods, making it a promising (compared to traditional warfare) direction in achieving superiority in the international arena in the near future.

© Ковалев А. А., 2023

***Keywords**:* struggle, confrontation, non-forceful methods, consciousness, impact, war of meanings
For citation: Kovalev A. A. Propaganda as the leading method of cognitive warfare. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2023;(4):176–184. (In Russ.). https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-176-184. EDN OFMUPL

Введение

Ослабление России (Российской империи, СССР, РФ) уже долгое время является стратегической целью внешней политики США. В разное историческое время разрабатывались и применялись актуальные именно в этот период методы противоборства. Однако никогда Россия и США не вступали в вооруженную борьбу на поле боя. По крайней мере, объявленной войны между этими двумя историческими антагонистами не было ни разу.

Это означает, что ключевой посыл США в отношении России – подавление без физического уничтожения. На протяжении длительного времени использовались разные методы для достижения этой цели, однако их особое усиление пришлось на последние годы, когда США (НАТО) ввели в публичное пространство термин «когнитивная война». По нашему мнению, суть этого термина, который раскрывает тонкости идеологических и информационных операций в рамках информационной политики, демонстрирует в полной мере российско-американские отношения на протяжении всей их истории [1]. А вывести их на уровень когнитивных войн позволили такие явления, как глобализация и цифровизация.

При этом ведущим методом когнитивной войны XXI века является пропаганда, смысл которой был заложен в основу этого вида войны и отформатирован согласно потребностям государств современности и их технологическим возможностям.

Цель исследования – рассмотреть особенности метода пропаганды в условиях когнитивной войны.

На основании поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Раскрыть понятие «когнитивная война».
2. Изучить особенности пропаганды как ведущего метода когнитивной войны.
3. Выделить основные виды и приемы пропаганды и проанализировать примеры их использования в когнитивных войнах современности.

В работе использовались следующие методы исследования: структурный подход, институциональный анализ, а также сетевой метод. Итак, с помощью структурного подхода была представлена структура предмета настоящего исследования – метода пропаганды в когнитивных войнах. Институциональный анализ позволил исследовать роль современных институтов (государства, СМИ, общества) в процессе когнитивной войны, которая характеризуется нечеткостью субъектно-объектных отношений. А благодаря сетевому методу была продемонстрирована суть когнитивной войны, в которой иерархия, строгие правила и атрибутивные отношения потеряли актуальность, а их место заняли отношения, основанные на сетевом принципе.

Когнитивная война и ее основные характеристики

Разновидностей войн в XXI веке становится больше. Это происходит по разным причинам, среди них стоит отметить появление новых стратегий противоборства и новых видов вооружений, смену объекта воздействия и мн. др. Особое место среди войн современности занимает когнитивная война, основной смысл которой заключается не в захвате власти, территорий или ресурсов, а в управлении процессом формирования восприятия, мировоззрения, а также интерпретации реальности со стороны противника. По мнению А. М. Ильницкого, советника министра обороны РФ, когнитивная война нацелена на установление технологического контроля над информационными потоками с целью влияния на поведение населения противника в социальной среде [2].

Профессор Высшей школы экономики А.Н. Медушевский так определяет когнитивную войну: это ситуация «военного противостояния, в которой потенциально возможно перепрограммирование сознания с использованием современных технологий с тем, чтобы навязать противнику свою волю без обращения к средствам традиционной кинетической войны (физического воздействия) или их использованием в минимальной степени» [3, с. 86]. Термин «когнитивная война» был впервые использован в публичном пространстве в 2020 году аналитиками НАТО.

«Когнитивный» образовано от латинского «cognitio» – «познание». Тогда как война – это противостояние, противоборство, борьба, конфликт, сражение. Тем самым получатся, что когнитивная война – это борьба за познание, смысл которой заключается в получении возможности формировать реальность у людей по заранее заданным схемам. Таким способом происходит переформатирование восприятия.

Подготовительный этап в когнитивной войне длится довольно долго. Здесь важно узнать противника «изнутри», то есть не просто понять его как человека с биологическими и психическими характеристиками, но и проникнуть в его ментальное поле как представителя той или иной культуры, менталитета, государства и нации/этноса. Например, весьма эффективным средством в когнитивной войне может быть манипуляция этническими страхами или предрассудками. Так появляется возможность культивировать враждебность, ненависть и нетерпимость в отношении других народов, их образа жизни и истории.

Ключевым средством когнитивной войны является информация и возможность ею манипулировать (искажать, скрывать и т.д.). По утверждению В.В. Барабаша и Е.А. Котеленца, информация здесь выступает не просто в качестве средства, но и оружия, способного влиять на формирование восприятия [4, с. 157].

Когнитивная война представляет собой значимую часть информационно-психологической войны, в которой, согласно данным совместного исследования Г.А. Копниной и Е.В. Ереминой, можно выделить следующие ключевые междисциплинарные векторы исследования: аналитико-дискурсивный, лингвотехнологический, лексикографический, лингвовалеологический, лингвоэкологический, лингвометодологический и лингвоаксиологический [5]. В контексте настоящего исследования особое значение имеют возможности аналитико-дискурсивного вектора, с помощью которого становится возможным выявлять деструктивный дискурс в информационно-психологической войне современности.

Субъектно-объектные отношения также претерпели значительные изменения по мере развития и распространения когнитивных войн современности. Теперь вовлеченным в войну становится каждый человек, а не только государства или организации. Фактически от когнитивной устойчивости, восприимчивости, рациональности и степени критичности мышления каждого индивида зависит результат этой войны.

Когнитивная война – это установление сложных схем взаимодействия в потоке информации, где граница между субъектом и объектом подобного информационного воздействия довольно нечеткая. При этом немалую роль здесь играют технологии этого воздействия, благодаря которым появляется возможность конструировать реальность по заранее заданному плану. В результате картина мира воспринимается объектами влияния искаженно, но вполне предсказуемо. Это и есть ключевой механизм, оружие когнитивной войны, основная цель которой – добиться предсказуемой реакции общества противника (или его значимой части) на информационные вызовы [6, с. 12].

По сути, когнитивная война – это борьба за право установления истины в самом широком ее понимании. Поэтому в данном контексте не имеет смысла говорить о межгосударственной войне или о войне цивилизаций/культур. Такие войны не имеют ни географических, ни национальных, ни временны́х границ, они не имеют правил, четко определенного начала и окончания. Когнитивная война, в отличие от психологической войны, имеет долгосрочные цели. Их смысл состоит в стремлении беспрерывного и необратимого переформатирования сознания людей с помощью воздействия на те структуры, которые отвечают за понимание и осознание происходящего. К таким структурам можно отнести, например, социальные сети, СМИ, образовательные программы и пр.

В процессе когнитивной войны происходит воздействие на сознание человека с использованием определенных техник и методов, суть которых сводится к манипуляциям с психикой. В результате чего формируется мировосприятие, заранее заданное субъектами подобного воздействия. Таким образом, некогда доминирующая информационная война в качестве эффективного способа противоборства дополнилась когнитивными техниками, форматирующими сознание на глубинном уровне. Это становится возможным, например, с помощью изменения образовательных стандартов с целью изменения картины мира и формирования желательных шаблонов поведения со стороны объектов воздействия [7].

Метод пропаганды в когнитивных войнах

Ведущим методом когнитивной войны является пропаганда. Стоит отметить, что этот метод на современном этапе нельзя назвать самым эффективным и продвинутым, он не способен перепрограммировать сознание человека по умолчанию или в некоем автоматическом режиме, которому невозможно сопротивляться. Однако метод пропаганды меняется и развивается вместе с технологическим развитием ведущих государств.

Так, в настоящее время НАТО уделяет много внимания разработке новейших методов ведения когнитивной войны и сопротивления ей. Так, с 2017 года в Канаде работает центр под названием Innovation for Defence Excellence and Security (IDEaS)[1], одним из направлений работы которого являются когнитивные войны. В докладе центра, выпущенном в 2021 году, отмечаются такие новейшие разработки в области методов ведения когнитивной войны, как технологии радиоэлектронной борьбы, 3D-биопечать с использованием нервной ткани, тренажер когнитивной производительности виртуальной реальности[2] и пр. Также в этом документе говорится о принципиальной важности создания и дальнейшего совершенствования систем обработки таких колоссальных объемов информации и их дальнейшего эффективного применения. Речь идет о квантовых технологиях.

Очевидно, что массовое использование подобных передовых технологий предопределит исход когнитивной войны в пользу ее субъектов, потому что этим технологиям невозможно сопротивляться с помощью волевых усилий, сознательности или рациональности, так как это уже непосредственное вмешательство в нервную систему и перепрограммирование на наноуровне. Таким технологиям будет возможно сопротивляться только в случае разработки таких же (или схожих) технологий и включения их в систему национальной безопасности государства. А развитием и курированием подобных разработок будут заниматься соответствующие специалисты.

Что касается современного положения в области внедрения когнитивных войн, то в настоящий момент значительную часть их методов составляют традиционные манипулятивные техники, такие как пропаганда, которая выступают в качестве предмета настоящего исследования.

Пропаганда – это деятельность в различных сферах, направленная на массовое распространение конкретных идей, убеждений или ценностей и преследующая цель повлиять на общественное мнение или поведение целевой аудитории (определенной группы людей или всего общества). Иными словами, с помощью пропаганды в художественно-публицистическом жанре формируются определенные мнения или настроения посредством использования коннотации. Таким способом происходит формирование информационного противостояния [8, с. 916].

Пространством применения пропаганды является поле действия массовых коммуникаций, с помощью которых становится возможным влиять на сознание и восприятие массовой аудитории. В процессе ведения когнитивной войны пропаганда представляет собой эффективное средство, с помощью которого можно формировать и направлять общественное мнение путем стратегически организованного использования информации в целях субъекта воздействия. Пропаганда в контексте когнитивной войны способна влиять на массовое сознание и общественное настроение, менять установки и модели поведения.

При этом важно понимать, что пропаганда не тождественна таким методам противостояния, как агитация, информационная война и психологическая операция. Они близки по целям, но все же различаются по способам проведения.

В когнитивной войне используются следующие виды пропаганды: белая, серая и черная. Эти названия условны, а их смысл заключается в следующем. Так, источником *белой пропаганды* выступает официальная власть (государственные органы, организации, институты, должностные лица). Такая пропаганда в рамках когнитивной войны используется в том случае, когда у государства возникает необходимость распространения своей официальной позиции в отношении тех или иных событий или

[1] IDEaS. Innovation for Defence Excellence and Security [сайт] // URL: https://www.canada.ca/en/department-national-defence/programs/defence-ideas.html (дата обращения: 16.10.2023).

[2] Aronhime L., Crespi M., David A., Gegov A., Giordano J., Guillory S., Klein M., Le Guyader H., Masakowski Y., Nandakumar G., Parmak M., Pehovaz J., Pitman L., Schwitzer A., Sviderok K., Ernst A., Wilhelm K. Cognition Workshop. Innovative Solutions to Improve Cognition // NATO Allied Command Transformation / Innovation Hub. 2021. 37 p. URL: https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2021-07/210601%20Cognition%20Workshop%20Report-%20v3.pdf (дата обращения: 16.10.2023).

явлений. Например, таким способом происходит распространение на массовую аудиторию информации о военных успехах. Это происходит через официальные каналы связи. Основной акцент при этом делается на позитивные аспекты деятельности государства в данной сфере. Это особенно актуально в настоящее время для России, в которой поддержание национальной идентичности и солидарности внутри страны имеет особое значение в условиях проведения СВО. Так, президент РФ В. В. Путин в середине октября 2023 года в интервью Медиакорпорации Китая заявил, что потери украинской армии за время контрнаступления в восемь раз превысили российские потери[1]. Также важно отметить, что ключевое значение имеют как каналы передачи информации, так и ее непосредственные источники. Например, в России доверие к официальным сообщениям и заявлениям президента страны выше, чем каких-либо других источников.

Серая пропаганда инициируется неопределенным источником информации, поэтому ее достоверность и правдивость вызывают определенные сомнения, так как их довольно трудно проверить. С помощью Интернета использовать подобную пропаганду становится проще, например, с помощью распространения той или информации через медиаплатформы с неявной принадлежностью. Так происходит создание и поддержание определенных взглядов и настроений в обществе, но с отсутствующими за такую деятельность «ответственными» акторами. При этом у такой пропаганды можно выделить краткосрочную и долгосрочную установки, то есть мобилизационную и социализирующую [9, с. 30].

В условиях когнитивной войны серая пропаганда проявляется в виде создания и распространения фейковых новостей, которые транслируются через незарегистрированные веб-сайты или анонимные аккаунты. Троллинг также является эффективным средством серой пропаганды, когда в онлайн-дискуссиях намеренно создаются конфликтные ситуации специально подобранными для этого агентами («троллями»). С помощью их деятельности происходит манипуляция общественным мнением.

К одним из проявлений серой пропаганды относится также распространение информации с намеренно искаженными или неправильно интерпретированными фактами, а также приведенными без контекста. Таковыми могут быть, например, документальные фильмы или репортажи, которые способны влиять на массовые настроения и формировать восприятие тех или иных событий определенным образом.

Самым недобросовестным видом пропаганды является *черная пропаганда*, которая нацелена на дезинформацию и создание недостоверных (фальшивых) нарративов. Основа такого метода распространения информации – обман. Это один из действенных методов в когнитивной войне. Черная пропаганда проявляется, например, в виде работы фальшивых аккаунтов в социальных сетях, созданных с целью распространения манипулятивной информации; популяризации ложной информации с целью дискредитации определенных людей, групп, обществ; хакерских атак на официальные сайты и серверы с целью форматирования или уничтожения информации на них. Подобные действия разобщают социум, подрывают доверие к официальным источникам информации, провоцируют панику и общественный хаос.

В рамках настоящего исследования необходимо рассмотреть также конкретные приемы пропаганды как ведущего метода когнитивной войны. Здесь можно выделить дезинформацию, фрейминг, трансфер, тестимониал, а также обращение к страху.

В контексте когнитивной войны наиболее распространенным и действенным пропагандистским приемом является *дезинформация*. В процессе использования данного приема с помощью искажений и обмана для целевой аудитории создается такая информация, которая способна повлиять на восприятие действительности. Дезинформация широко распространена в экономических и социально-политических отношениях [10, с. 92].

Этот прием является весьма эффективным при освещении процесса военных конфликтов, например, при предоставлении информации массовой аудитории о ходе военных действий, потерях или успехах. Так, широкий резонанс вызвали поступающие противоречивые сообщения о резне в украинском городе Буча в начале СВО, так как события там диаметрально противоположно трактовались участниками конфликта. Россия утверждала, что в трагедии виновен украинский политический режим, Украина перекладывала ответственность на Россию. Такие приемы дезориентируют и искажают восприятие реальности, тем самым оказывая негативное влияние на общественное мнение.

[1] Интервью Медиакорпорации Китая // Официальные сетевые ресурсы Президента России [сайт]. 16.10.2023. URL: http://www.kremlin.ru/events/president/news/72508 (дата обращения: 17.10.2023).

Обострение арабо-израильского конфликта в октябре 2023 года, который официальный Израиль назвал полноценной войной, вызвал массовую волну применения приема дезинформации в процессе его освещения. И даже мировое сообщество в лице комиссара Евросоюза по вопросам внутренней торговли и услуг Тьерри Бретона обеспокоилось актуализировавшейся проблемой дезинформации в текущей ситуации. Так, еврокомиссар потребовал от крупных социальных сетей и видеохостингов (Facebook, X, YouTube и пр.) остановить распространение ложной информации об обострившемся палестино-израильском конфликте[1].

Безусловно, сам этот конфликт в строгом смысле не является когнитивной войной, однако с развитием технологий и успехами этого вида войны в последние десятилетия во всем мире можно наблюдать ее элементы уже и в этом исторически обусловленном конфликте.

В ситуации обострения межцивилизационного взаимодействия, спровоцированного конфликтом на территории Украины, любая дезинформация воспринимается с особенным смыслом. Это уже не простое искажение, а привлечение на свою сторону, разделение мира на враждующие лагеря. И если на заре арабо-израильского конфликта война смыслов носила локальный характер, то в настоящее время, вовлекаясь в пространство когнитивной войны, она приобретает глобальные масштабы. Тем самым эпоха цифровизации расширяет возможности использования приема дезинформации, делая ее основным элементом когнитивной войны XXI века.

Смысл *фрейминга* (от английского «frame» – «рамка») как одного из приемов пропаганды заключается в том, что подаваемая информация о том или ином событии или явлении носит выборочный характер. Здесь внимание заостряется на выгодном аспекте актуальной темы, при этом остальные ее стороны могут замалчиваться, игнорироваться или преуменьшаться (хотя в действительности их значимость, как правило, выше тех, о которых говорят чаще). Так происходит актуализация вопросов, выгодных адресанту информационных сообщений. С их помощью появляется возможность задавать повестку и управлять восприятием аудитории [11]. Иными словами, фрейминг позволяет формировать то или иное отношение (положительное или отрицательное) аудитории к конкретному событию, явлению или персонажу.

В условиях когнитивной войны фрейминг может приобретать положительные черты в вопросах, касающихся обогащения культурного ресурса страны, ее социально-экономического развития и создания ее консолидирующего образа [12, с. 61]. Речь идет о метафорическом фрейминге, успех которого зависит от правильно и уместно подобранной метафоры, способной формировать определенное отношений к информационному посланию. Например, для современной России своеобразными «словами-вдохновителями» являются «сбережение народа», «патриотизм», «сплоченность», «особый путь», «идентичность» и пр., используемые в официальной риторике.

Действенным приемом пропаганды является *трансфер* (от латинского «transferre» – «переносить»), при котором ассоциации одного объекта переносятся на другой объект. Таким способом можно вызвать выгодные реакции у аудитории на новый незнакомый объект (событие, явление и пр.) с помощью отсылки к уже знакомому объекту. Особенно эффективен этот прием для укрепления идеологических основ общества, так как воздействует на массовое сознание людей [13, с. 81].

В когнитивной войне трансфер позволяет формировать отношение к тому или иному объекту. Например, с его помощью можно формировать заранее заданный образ той или иной страны, выгодный в конкретных условиях [14, с. 34] («дружественные» и «недружественные» страны, действия, отношения). Так, в российских реалиях проправительственными источниками информации для характеристики Украины и ее политического режима используются прилагательные «нацистский», «фашистский», «бандеровский». Одним словом, с которым у россиян много ассоциаций и от которого много впечатлений, охарактеризована страна, ее политический путь, политическая позиция и история, а также оправдана значимость СВО на территории таким образом охарактеризованного государства.

При обращении к приему *тестимониал* (от латинского «testimonium» – «свидетельство») используются авторитетные заявления лидеров общественного мнения, позиции которых люди привыкли доверять, не подвергая ее критическому осмыслению. В рамках когнитивной войны – борьбы смыслов, войны за сознание – такой прием (надежный, быстрый и эффективный) используется довольно часто.

[1] Внимание ЕС в связи с войной в Израиле добралось и до YouTube // Рамблер [сайт]. 14.10.2023. URL: https://news.rambler.ru/world/51593785-vnimanie-es-v-svyazi-s-voynoy-v-izraile-dobralos-i-do-youtube/ (дата обращения: 17.10.2023).

Он позволяет управлять настроением масс и формировать их мнение по тому или иному вопросу. В ряде случаев этот прием распространяет искаженную и даже фальшивую информацию, усиливая манипуляционное воздействие на общественное сознание.

Прием *обращение к страху* основан на культивировании страха, который усиливается при сообщении о негативных последствиях от невыполнения тех или иных действий или от несогласия с определенной позицией. Обращение к страху в когнитивной войне раскрывается через распространение информации о потенциальных угрозах безопасности, рисках политической и экономической стабильности и пр. вызовах.

В настоящее время в мире активно распространяется идея об угрозах ядерной безопасности со стороны России. Это проявляется даже в не вполне логичных, но весьма угрожающих и убедительных для некритически мыслящей аудитории, заявлениях представителей западного мира и их сторонников. Так, на траурном мероприятии в Хиросиме, посвященном трагическим событиям августа 1945 года, ни слова не было сказано о виновниках этой трагедии (которые являются в настоящее время союзниками Японии), но при этом Россия была названа источником угрозы ядерной безопасности в современном мире. Безусловно, не обошлось без призывов эту угрозу остановить[1].

Итак, когнитивная война современности имеет целый арсенал методов, благодаря которым становится возможным успешно реализовывать ее цели. В настоящее время одним из самых действенных методов является пропаганда, располагающая множеством приемов для повышения эффективности воздействия на сознание, установки и поведение общества.

Заключение

Когнитивные войны стали неотъемлемой и неизбежной реальностью XXI века и весьма успешно сочетаются с методами традиционной войны, зачастую превосходя их по эффективности. Основными движущими силами и, возможно, даже причинами их развития и распространения стали такие явления современности, как глобализация и цифровизация. Глобализация устраняет границы, расширяет возможности сознания, делая его открытым и восприимчивым ко всему новому, создавая тем самым для него множество уязвимостей, в числе которых различные манипуляции. В свою очередь, цифровизация увеличивает масштабы подобных воздействий, последствия которых проявляются по всему миру.

Один из базовых манипулятивных методов – пропаганда – стал также основой и когнитивной войны, которая расширила арсенал пропагандистских приемов с помощью глобализации и цифровизации и направила их потенциал на решение задач и вызовов XXI века. Борьба за сознание людей – это перспективная область конфронтации государств и их идеологий в XXI веке.

Таким образом, тотальная цифровизация, порождающая и усиливающая возможности когнитивных войн, сама по себе уже создает серьезные риски для современного общества, а если эти процессы дополнить целенаправленными воздействиями с помощью пропаганды, то эффект будет впечатляющим. Именно поэтому дальнейшие исследования в данной области крайне необходимы как с научной, так и с практической точек зрения. При этом особую актуальность будут иметь научные разработки, посвященные поиску способов противодействия методам когнитивной войны.

Список источников

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2018. 285 с.

2. Ильницкий А. М. Стратегия ментальной безопасности России // Военная мысль. 2022. № 4. С. 24–35.

3. Медушевский А. Н. Когнитивная война: социальный контроль, управление сознанием и инструмент глобального доминирования (часть 1) // Вопросы теоретической экономики. № 2. 2023. С. 85–98. DOI: 10.52342/2587-7666VTE_2023_2_85_98

[1] Титоренко Д. Японские политики упомянули Россию на траурном мероприятии в Хиросиме // Газета.ru [сайт]. 06.08.2023. URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2023/08/06/21017690.shtml (дата обращения: 18.10.2023).

4. Барабаш В. В., Котеленец Е. А. Психологические методы и когнитивные схемы в современных информационных войнах // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2015. № 4. С. 154–161.

5. Копнина Г. А., Еремина Е. В. Основные векторы развития лингвистики информационно-психологической войны // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2023. № 16 (6). С. 895–910.

6. Багдасарян В. Э. Когнитивные матрицы манипулятивных технологий в войнах и революциях нового типа // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 8–23. DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-8-23

7. Мигун Д. А. Этнические страхи в «гибридной войне» запада против России и Беларуси // Россия: тенденции и перспективы развития. 2023. № 18–1. С. 531–532.

8. Гусейнова И. А., Горожанов А. И. Коннотированный образ как способ конструирования информационного противостояния в художественно-публицистическом жанре // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2023. №16 (6). С. 911–920.

9. Орлов И. Б. Советская военная пропаганда: полидисциплинарность как исследовательская перспектива // Новое прошлое. 2020. № 4. С. 26–41. DOI 10.18522/2500-3224-2020-4-26-41

10.Швецов А. Н., Дианов С. В., Попова А. А., Кузнецов Д. О. Моделирование процессов распространения дезинформации в информационных сетях // Вестник Череповецкого государственного университета. 2022. № 6 (111). С. 89-109. DOI: 10.23859/1994-0637-2022-6-111-7

11.Джавадова С. А. Медиафрейминг как инструмент влияния на общественное мнение // E-Scio. 2020. № 5 (44). С.85-93.

12.Горина Т. С. Формирование культур-центричного образа России методом метафорического фрейминга // Logos et Praxis. 2021. Т. 20. № 1. С. 58–64. DOI: 10.15688Apjvo]su.2021.1.7

13.Тогузаева Е. Н. Роль правовой пропаганды в укреплении идеологических основ общества // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23. № 1. С. 79–84. DOI: 10.18500/1994-2540-2023-23-1-79-84

14.Каулин К. В. Истоки подверженности человека влиянию пропаганды // Психолог. 2023. № 2. С. 22–43. DOI: 10.25136/2409-8701.2023.2.40092

References

1. Schwab K. *The Fourth Industrial Revolution.* Moscow: Eksmo; 2018. 285 p. (In Russ.)

2. Ilnitsky A.M. The strategy of Russia's mental security. *Military thought.* 2022;(4):24–35. (In Russ.)

3. Medushevsky A. N. Cognitive warfare: social control, mind control and the instrument of global domination (part 1). *Questions of theoretical economics.* 2023;(2):85–98. DOI: 10.52342/2587-7666VTE_2023_2_85_98.

4. Barabash V. V., Kotelenets E. A. Psychological methods and cognitive schemes in modern information wars. *Bulletin of the RUDN. Series: Literary studies, journalism.* 2015;(4):154–161. (In Russ.)

5. Kopnina G. A., Eremina E. V. The main vectors of the development of linguistics of information and psychological warfare. *Journal of the Siberian Federal University. Humanities.* 2023;16(6):895–910. (In Russ.)

6. Bagdasaryan V. E. Cognitive matrices of manipulative technologies in wars and revolutions of a new type. *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: History and political science.* 2020;(1):8–23. DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-8-23. (In Russ.)

7. Migun D. A. Ethnic fears in the West's "hybrid war" against Russia and Belarus. *Russia: trends and prospects of development.* 2023;(18-1):531–532. (In Russ.)

8. Huseynova I. A., Gorozhanov A. I. The connoted image as a way of constructing information confrontation in the artistic and journalistic genre. *Journal of the Siberian Federal University. Humanities.* 2023;16(6):911–920. (In Russ.)

9. Orlov I. B. Soviet military propaganda: multidisciplinarity as a research perspective. *New Past.* 2020;(4):26-41. DOI 10.18522/2500-3224-2020-4-26-41. (In Russ.)

10. Shvetsov A. N., Dianov S. V., Popova A. A., Kuznetsov D. O. Modeling of the processes of spreading disinformation in information networks. *Bulletin of Cherepovets State University.* 2022;6(111):89–109. DOI: 10.23859/1994-0637-2022-6-111-7. (In Russ.)

11. Javadova S. A. Media framing as an instrument of influence on public opinion. *E-Scio.* 2020;5(44):85–93. (In Russ.)

12. Gorina T. S. Formation of a culture-centric image of Russia by the method of metaphorical framing. *Logos et Praxis.* 2021;20(1):58–64. DOI: 10.15688Apjvo]su.2021.1.7. (In Russ.)

13. Toguzaeva E. N. The role of legal propaganda in strengthening the ideological foundations of society. *News of Saratov University. A new series. Series: Economics. Management. Right.* 2023;23(1):79–84. DOI: 10.18500/1994-2540-2023-23-1-79-84. (In Russ.)

14. Kaulin K. V. The origins of human exposure to propaganda. *Psychologist.* 2023;(2):22–43. DOI: 10.25136/2409-8701.2023.2.40092. (In Russ.)

Информация об авторе

А. А. Ковалев – кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления РАНХиГС.

Information about the author

A. A. Kovalev – Cand. Sci. (Polit.), Associate Professor at the Department of State and Municipal Administration of the Northwestern Institute of Management of the RANEPA.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 10.10.2023; одобрена после рецензирования 22.10.2023; принята к публикации 23.10.2023.
The article was submitted 10.10.2023; approved after reviewing 22.10.2023; accepted for publication 23.10.2023.