

УДК 316.28; 070

EDN [JCFSWO](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).525-543

Научная статья



## Особенности управления информационными войнами: очевидность и повседневность

Кушнир А.М.  , Кафтан В.В. 

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации  
(Финансовый университет), г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Кушнир А.М., [ku7@bk.ru](mailto:ku7@bk.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается феномен информационных войн, который за счет развития цифровых технологий трансформировал коммуникативные практики, обновил состав их элементов и обострил противоречия во всех сферах общественной жизни. В исследовании отражена модель управления информационными войнами на основе принципа аутопоззиса очевидности, т.е. механизма интеграции требуемых идей и образов в повседневность обывателя, преобразовывающих его ценностные и поведенческие ориентиры. При этом реализуется самовоспроизводство коммуникативных практик, поддерживающих их на уровнях участников, сред распространения и сообщений. Предложенные подходы призваны раскрыть особенности информационных войн, как явлений, отражающихся на различных аспектах жизни обывателей, формирующих их мировоззрение и отношение к происходящему в мире. Основой данного процесса выступает специфика когнитивных способностей человека, способов создания, обмена и распространения информации, формирования и развития среды, в которой происходит взаимодействие, языковых средств, а также механизмов интерпретации поступающих сообщений. В результате, авторы приходят к выводу о необходимости проактивного проведения информационных войн в современных условиях, когда отсутствие контроля над интеллектуальными ресурсами приводит к повышению рисков некорректного функционирования систем управления, вплоть до их уничтожения / разрушения. Для этого целесообразно формирование средств интеграции новых пользователей из различных культурных, языковых, религиозных, идеологических и т.п. сообществ, за счет использования механизмов мягкой силы, а также создания информационных сообщений, объединяющих различные сообщества и стирающих грани различий между ними.

**Ключевые слова.** Информационная война, коммуникативные практики, аутопоззис очевидности, формирование мировоззрения, среда распространения коммуникаций, технологии управления обществом.

**Финансирование.** Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве РФ.

**Благодарности.** Авторы выражают искреннюю признательность уважаемым рецензентам за конструктивные замечания и предложения, которые позволили существенно улучшить исследование.

**Информация о статье.** Дата поступления 17 марта 2023 г.; дата поступления после доработки 17 мая 2023 г.; дата принятия к печати 23 мая 2023 г.; дата онлайн-размещения 30 сентября 2023 г.

Original article

## Features of Information Warfare Management: The Obvious and the Routine

Andrei M. Kushnir  , Vitaly V. Kaftan 

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,  
Russian Federation

Corresponding author: Andrei M. Kushnir, [ku7@bk.ru](mailto:ku7@bk.ru)

---

**Abstract.** The article examines the phenomenon of information warfare, which, through the development of digital technologies, has transformed communication practices, updated the composition of their elements and exacerbated contradictions in all spheres of public life. The study presents a model of information warfare based on the principle of autopoiesis of obviousness, i.e. a mechanism of integration of required ideas and images into the everyday life of an ordinary man, transforming his values and behavioral orientations. At the same time, the self-reproduction of communicative practices is implemented, supporting them at the levels of participants, means of dissemination, and messages. The proposed approaches are designed to reveal the specifics of information warfare as a phenomenon that affects various aspects of life of ordinary people, forming their worldview and attitude towards what is happening in the world. The basis of this process is the specificity of human cognitive abilities, methods of creation, exchange and dissemination of information, the formation and development of the environment in which the interaction, language tools, as well as the mechanisms of interpretation of the incoming messages. As a result, the authors conclude that there is a need for proactive information warfare in modern conditions, when the lack of control over intellectual resources leads to increased risks of incorrect functioning of control systems, up to their destruction / destruction. For this purpose, it is advisable to form means of integrating new users from different cultural, linguistic, religious, ideological, etc. communities through the use of soft power mechanisms, as well as creating information messages that unite different communities and blur the lines of difference between them.

**Keywords.** Information warfare, communication practices, autopoiesis of obviousness, worldview formation, communication dissemination environment, technologies of social management.

**Funding.** The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budget funds under the state assignment of the Financial University under the Government of the Russian Federation.

**Acknowledgements.** The authors express sincere gratitude to the respected reviewers for their constructive comments and suggestions, which significantly improved the study.

**Article info.** Received March 17, 2023; revised May 17, 2023; accepted May 23, 2023; available online September 30, 2023.

---

### Введение

Современный этап развития человечества ознаменовался расширением цифрового пространства

и соответствующим изменением коммуникативных практик. Подобные процессы наблюдались и ранее при появлении технологических

инноваций, например, в результате изобретения печатного станка [1]. Однако, сегодня за счет использования цифровых технологий удалось преодолеть два базовых ограничения, свойственных традиционным коммуникациям: во времени и в пространстве. Цифровые технологии за счет сокращения времени, которое необходимо для доставки сообщения из одной точки в другую, сделали коммуникацию практически мгновенной, сократив расстояния и, по сути, объединив две точки пространства в одну [2].

Преодоление базовых ограничений сделало возможным мгновенное подключение к информации, тем самым решив одно из основных затруднений традиционной коммуникации — проблему доступа к информационным ресурсам и процессам. Это в свою очередь обусловило появления ряда уязвимостей.

Для пользователей — снижение критического мышления и концентрации внимания, следствием чего стали распространение поверхностных представлений о большинстве процессов и явлений окружающего мира, рост зависимости от чужого влияния и подверженности манипуляциям. Экспоненциальный рост информации и знаний приводит к увеличению нагрузки на сознание человека, возникновению перегрузок, появлению эффектов информационной невосприимчивости и т.п. [3].

Для предпринимателей и политиков — возрастание конкурентной борьбы за счет увеличения числа хозяйствующих агентов и значимых политических акторов, рисков утраты экономического и политического капитала, возникновения трудно-предсказуемых событий.

Это привело к усугублению имеющихся противоречий и появлению новых, что обострило естественное состояние «войны всех против всех» [4, с. 48] за счет открытия «нового фронта» в цифровом пространстве. Вследствие увеличения числа акторов и роста их вовлеченности в экономические и политические процессы государства и бизнес-структуры интенсифицируют борьбу за «приз зрительских симпатий», который в дальнейшем материализуется в привлечение новых клиентов; рост популярности общественных деятелей, получающих больше голосов на выборах; увеличение поддержки государства другими странами при реализации внешней политики. Это обусловило запрос на исследование информационных войн (ИВ), которые выступают эффективным инструментом достижения указанных целей.

В научных работах можно встретить множество определений данного понятия, однако их общая суть сводится к следующему: ИВ — это конфликт, в котором информационным технологиям и средствам коммуникации отдается предпочтение в конкурентной борьбе для достижения каких-либо целей (экономических, политических, военных и т.д.) [5, с. 379]. При этом участниками ИВ могут быть как целые государства, политические и социальные группы, организации, так и отдельные люди.

Исходя из композиционного состава, сложности, динамичности и противоречивости протекания, информационные войны должны рассматриваться в качестве системных явлений. В данном аспекте представляется необходимым акцентировать внимание на одном из важнейших свойств

социальных систем — аутопоэзисе, т.е. способности к самоорганизации и самовоспроизводству на трех уровнях: компонентов, которые производят элементы системы; компонентов, которые объединяют элементы в систему; элементов, которые включают в одну систему компоненты и элементы других систем. Такой подход актуализирует анализ социальной повседневности и обращение к производству очевидности. Соответственно, управление информационной войной может и должно рассматриваться в качестве системы самовоспроизводства очевидности. В рамках исследования предлагается рассмотрение ИВ на четырех уровнях:

- системном;
- инструментальном;
- коммуникативных сред;
- сообщений.

#### **Методологические основы исследования информационной войны как системы**

Для успешного проведения ИВ необходимо определение, установление и достижение конкретных результатов, методология управления которыми может быть представлена следующим образом.

Определение целей, которые должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени.

Анализ окружения, включающий исследование аудитории, конкурентов, особенностей информационной среды и т.п. Это поможет понять специфику ИВ, ее субъектный состав, наличие сил и средств у предполагаемых объектов и субъектов конкурентного воздействия или противодействия.

Разработка стратегии, представляющая собой описание того, какими методами и средствами, с использованием каких ресурсов будут достигнуты цели с учетом особенностей аудитории, конкурентов и информационной среды.

Разработка тактики, детально отражающей конкретные шаги, необходимые для достижения целей с учетом возможностей и ограничений, сильных и слабых сторон участников и вариантов их вероятного поведения.

Реализация, включающая совершение запланированных действий, внесение корректив, исходя из изменений обстановки и получаемых результатов.

Оценка результатов, проводимая на всех предыдущих этапах и после завершения ИВ. Это позволит понять насколько были достигнуты цели, какие факторы при планировании оказались неучтенными, в чем причины неудач, и какие уроки можно извлечь из полученного опыта.

При формулировании целей необходимо учитывать динамичность развития социальных систем. Поэтому система проведения ИВ должна обладать свойством адаптивности, что может потребовать изменения целей, стратегии, тактики и используемых средств. Для этого необходима налаженная координация агентов управления и систем обратной связи. В случае высокой адаптивности вероятность неудач существенно снижается, а в противном — возрастает. Одними из наиболее распространенных причин неудач в ИВ выступают излишняя бюрократизация ее управления, использование стандартных подходов и распространение формализма.

Зачастую на первый план выходит подготовка документов для руководства в ущерб реальным результатам. В то время как системный подход к планированию, использование креативных идей выступают в качестве предпосылок успешной ИВ, которые могут быть реализованы, а могут и остаться «благими намерениями», погребенными бюрократической рутинной.

Одной из важных особенностей управления ИВ является систематическая необходимость принятия решений в условиях недостаточности, неопределенности или неточности информации. При этом следует учитывать значимость человеческого фактора, способность участников информационного противоборства к адаптации, развитию и обучению. Для этого рассматриваемая система должна способствовать максимальному использованию всех видов ресурсов. Это позволит получать более адекватные оценки собственного потенциала, потенциала объекта воздействия, лучше прогнозировать, планировать, регулировать и стимулировать отдельные процессы ИВ. Бесспорно, анализ, оценка и прогнозирование должны рассматриваться комплексно, во взаимосвязи с процессами планирования и контроля стратегий и тактик информационной войны. Для результативного сбора сведений и проведения анализа система ИВ должна иметь единый информационный язык, каналы постоянного пополнения и обновления данных, т.е. обладать свойством интеллектуальности. Это может стать конкурентным преимуществом, так как позволит более оперативно реагировать на новые вызовы [6, с. 59].

## **Инструменты информационных войн**

Со времен Аристотеля при исследовании коммуникации выделяют следующие ее элементы: адресант, сообщение и адресат. Однако для того, чтобы коммуникативный акт состоялся, необходима способность адресата к распознаванию и интерпретации полученной информации, включающей многочисленные символы и смыслы. Подобное положение проблематизирует коммуникацию, так как взаимодействующие психофизиологические системы вследствие некорректности выбора могут не понять друг друга или отправить/воспринять сообщение со значительными искажениями. Наличие подобных уязвимостей открывает широкое поле для управления и манипулирования. Исходя из того, что в рамках ИВ происходит адресация от одного или нескольких ко многим, то следует рассмотреть, как именно осуществляются подобные управленческие воздействия, и какие феномены будут оказывать на них наибольшее влияние.

Одним из инструментов управления и манипулирования массовым сознанием является так называемое клиповое мышление. Причина его возникновения связана со способностью человеческого мозга к сенсориализации под воздействием информационных перегрузок. В такой ситуации логико-понятийный анализ оказывается затруднительным из-за избытка информации, которую человек не в состоянии обработать. Верификация данных, анализ аргументов, сопоставление фактов оказываются за пределами наших возможностей, когда новости постоянно

обновляются, а все новые и новые данные поступают ежесекундно. Феномен клипового мышления является ответом человеческого мозга на бесконечный поток информации, результатом действия механизмов, которые позволяют экономить ограниченные познавательные ресурсы за счет выстраивания реальных или мнимых ассоциативных связей, что позволяет ориентироваться в больших массивах данных или создает иллюзию такой ориентации [7].

Однако дело не только в обработке информации, но и в ее фиксации. Так, Ф. Гиренок правомерно отмечает эмоциональность клипового мышления. Речь идет о способности мозга лучше запоминать события, связанные с различными потрясениями. Поэтому зачастую клиповое мышление характеризуется как фрагментарное, поверхностное знание: «клип — это часть, которая не отсылает к целому... заставляет сознание не продумывать мысли, монтировать их... быть не мыслителем, а режиссером мысли» [7, с. 42]. Как следствие, в сознании человека образуется калейдоскопическая картина из сюжетов, слабо связанных между собой, но образующих единую нерелевантную картину мира [8]. Ситуация усугубляется инфраструктурой цифрового пространства, когда человек находится между Сциллой в виде цифрового пузыря и Харибдой в виде цензуры.

Феномен *цифрового пузыря* стал социотехническим решением проблемы перенасыщения информационного пространства. В этой связи следует напомнить, что, по мнению Н. Лумана, одной из главных проблем коммуникации является ее «невозможность», для преодоле-

ния которой необходимо комплексное выполнение следующих требований: психофизические системы могли понимать друг друга; агенты коммуникации установили контакт во времени и в пространстве; коммуникативный акт достиг успеха [2]. Поэтому «успех» коммуникации он правомерно связывает с функционированием символически генерализованных медиа — механизмов, повышающих вероятность примыкания к коммуникационным актам, т.е. мотиваторов участия в коммуникации и средств распространения информации, которые делают возможным передачу сообщения [9]. В контексте цифрового поворота акцент делается именно на средства распространения коммуникативного успеха. Они порождают новый тип взаимодействия — через платформы, главная роль которых связана с инфраструктурными решениями распространения коммуникаций [10]. Именно они предопределяют, как будет распространяться коммуникация. Сегодня в большинстве случаев потребители не могут воспринять и провести сортировку всего потока информации. Эту задачу выполняют алгоритмы обработки и фильтрации контента, который может заинтересовать пользователя. Так создаются цифровые пузыри: платформы собирают данные о пользователях, чтобы предоставлять им еще больше интересующей их информации, но она только подтверждает существующие у них убеждения, снижая разнообразие и исключая альтернативные взгляды и подходы [11]. Это несколько затрудняет проведение мероприятий ИВ, но одновременно предоставляет многочисленные возможности.

В свою очередь феномен *цензуры* связан с созданием дополнительных барьеров, призванных не допустить коммуникативный успех или прервать его. Наиболее значимыми видами барьеров являются следующие.

Технические — опосредованы с неполадками в оборудовании, ограничениями в доступе к средствам коммуникации, низким качеством связи и т.п.

Социокультурные и языковые — возникают при общении людей из разных социокультурных групп или говорящих на разных языках, что обусловлено различиями в нормах поведения, обычаях, традициях, словарном запасе и т.п.

Административные — связаны с официальными правилами и процедурами, которые затрудняют коммуникацию между людьми/группами. Они могут возникать в различных сферах, начиная с международных отношений и заканчивая государственным управлением и бизнесом. Примерами выступают сложные процедуры докладов и отчетов, ограничения на доступ к информации, формализация иерархических структур и т.п. Указанные барьеры приводят к замедлению или прерыванию потока информации, затрудняют достижение целей коллективного взаимодействия. Чаще всего их связывают с деятельностью государственного аппарата, хотя исследования в данной области указывают на не менее значимую роль корпораций, IT-компаний и платформ [10; 12].

В социально-политическом научном дискурсе нет консенсусного определения цензуры. Однако в общем случае, можно выделить два основных смысловых аспекта

данной дефиниции. Во-первых, аксио-этическое ядро, включающее в себя ценности и нормы поведения, связанные с пониманием того, что является должным и правильным. Во-вторых, идеи ограничения и блокировки информации в том случае, когда она не соответствует аксиологическим и этическим стандартам [12; 13]. Часто это происходит на цифровых платформах, которые усложняют или блокируют доступ к определенным массивам информации, что может быть использовано в манипулятивных целях. В современных всевозрастающих потоках данных пользователь может дезориентироваться и забыть о некоторых из них, вследствие сложностей доступа. Кроме того, зачастую происходит переход пользователя из одного информационного потока в другой, который может быть осуществлен незаметно для него.

Таким образом, цензура и цифровые пузыри выступают инфраструктурными ограничениями коммуникационных процессов, повышающими уязвимость пользователей и открывающими возможности для проведения ИВ.

Кроме того, необходимо учитывать взаимодействие с другими членами общества: индивиды объединяются в тематические сообщества, клубы и группы по интересам, в рамках которых обмениваются информацией. Одним из наиболее заметных способов ее распространения в последние десятилетия стал мем. Данное понятие было введено в научный оборот Ч. Докинзом, рассматривавшим его в качестве культурного гена, специфической единицы передачи культурной информации [14, с. 156]. На сегодняшний день смысловое

поле мема существенно расширилось и неразрывно связано с цифровой эпохой [15]. Он все еще остается культурным геном, однако трансформировался в смысловой каркас, нагружаемый каким-либо содержанием в зависимости от контекста. Мемы ситуативны, постоянно меняются, открыты для трансформации, не имеют однозначного содержания, то есть могут быть использованы разными, зачастую конфликтующими сторонами, и представляют собой феномен культуры участия (экономического, политического, этнического, религиозного и т.д.).

Одним из факторов, повлиявших на столь широкое распространение мемов, стала их вирусность [16]. Мемы просты и понятны, несут в себе четкую мысль, а вместе с тем легко копируются, за счет чего постоянно и столь стремительно завоевывают все новые и новые «территории» общественного сознания. Практически каждое сообщество имеет свои мемы, за счет которых формируется коллективная идентичность, позволяющая отличить «своих» от «чужих». Мемы представляют с собой новый язык медийной коммуникации [17], а вместе с тем, могут быть использованы как средство формирования информационной повестки, определяя умонастроения людей, так как они интегрированы в повседневность пользователя, который сам копирует, распространяет, а также генерирует новые, реализуя аутопоэзис информационной повестки. ИВ современности движутся образами, символами, клипами, квинтэссенцией чего и выступают мемы [15], что предопределяет их значимость.

Другим направлением использования мемов является культурная

экспансия. Современные технологии позволяют преодолевать языковые и культурные барьеры, что дает возможность распространения мемов и их перехода в новые области в качестве культурных генов, трансформирующих базовую матрицу ценностей других сообществ, усиливающих или уменьшающих их внутренние противоречия. Это способствует формированию наднациональной/надсообщностной идентичности, которая позволяет интегрировать в информационную повестку новых пользователей из других культур, стран и регионов.

Как и ранее, значимый вклад в формирование образов общественного сознания приносят кинематограф, все виды художественных искусств, а также генерируемый инфлюэнсерами контент, прежде всего, развлекательного и научно-популярного характера. В рамках ИВ они выполняют следующие функции: непосредственного формирования образов и ценностных ориентиров; создания информационного шума, переключающего внимание целевой аудитории с нежелательных новостей и образов за счет многоканальной подачи противоречивой информации, «отбивающей» желание анализировать произошедшее.

Особый вклад в формирование массового сознания вносит кинематограф. Массовое кино, рассчитанное на среднестатистического обывателя, затрагивает его интересы, проблемы, выступает инструментом сублимации трудностей и неудач. Но вместе с тем, через кинопродукцию формируется картина мира, представления о должном и правильном, «нормальном» образе жизни, потребительских предпочте-



ниях, моделях и образах поведения, достойных или недостойных подражания. Фильмы являются эффективными инструментами управления массовым сознанием. Они эмоционально «цепляют» зрителей, тем самым минуя стадию рационального мышления, сразу конструируют или трансформируют картину мира обывателей. Многие исследователи отмечают силу кинопропаганды, которая внедряет в общественное сознание идеи, маскируя их под различные развлечения [18].

Показательным примером воздействия фотоискусства на массовое сознание стала публикация в 2004 г. изображения американского морского пехотинца Дж.Б. Миллера с грязным лицом, сигаретой во рту и взглядом, направленным вдаль. Само по себе изображенное на фото — типичная обыденность. Однако СМИ растиражировали его и представили в качестве «новой иконы войны в Ираке» [19; 20]. Фиксация и усиление представлений о «хорошем американском солдате» были направлены на формирование образа сильного, стойкого и мужественного человека из маленького городка, который добровольно отправился на чужбину отстаивать интересы родины. После публикаций в СМИ значительное число представительниц прекрасного пола начали интересоваться личной жизнью Миллера, прежде всего, на предмет наличия у него супруги [20]. Это наглядно демонстрирует интеграцию фотоискусства в повседневность обывателей, преобразовывающую их интересы и потребности.

Значимым инструментом ИВ может выступать «заполнение эфира» развлекательной информацией.

Во-первых, она хорошо привлекает внимание. Во-вторых, позволяет отвлечься от потока негативных новостей и сконцентрироваться на чем-то более приятном. Исследования показывают, что многие пользователи, находясь в потоках негативной и агрессивной информации, зачастую отдают предпочтение научно-популярному и развлекательному контенту. По словам респондентов, это позволяет частично избавиться от тревожности и постоянного страха за свое будущее [21]. В-третьих, транслируемые в развлекательных материалах мемы и нарративы в большинстве случаев не подвергаются критическому анализу и хорошо усваиваются.

Кроме того, важную роль в управлении ИВ играют посредники. При рассмотрении классической коммуникации сообщение напрямую переходит от одного ее участника к другому. Однако в условиях цифровизации еще большую роль начинают играть посредники, роль которых не ограничивается распространением сообщения, а включает в себя в его расшифровку, толкование и оценку. В предельно общем виде можно выделить два типа посредников. Первый — инфраструктурный, который отвечает за средства распространения коммуникативного успеха (цифровые платформы). Второй — символический, реализующий смысловое посредничество между участником коммуникации и сообщением [22]. Появление последнего стало возможным благодаря использованию технологий Веб 2.0 (3.0), включающим в себя веб-сайты, сервисы, блокчейны и платформы, которые улучшают интерактивность, социальную функци-

ональность и совместное использование информации. Участники могут не только сами использовать площадки для создания и распространения контента, но и задействовать в этом ресурсы других, а также искусственный интеллект. Указанные технологии обеспечивают возможности по созданию профилей, групп, комментариев, оценке и обсуждению контента. Реализация этих функций делает сайты, мессенджеры и платформы более интерактивными. Теперь каждый пользователь способен в большей мере управлять информационной повесткой за счет создания контента на основе уже имеющегося, а также оставляя комментарии, которые оказывают влияние на других пользователей.

Символические посредники используют несколько способов для воздействия на участников ИВ. Во-первых, доказательство как способность приводить системную аргументацию, подтверждающую истинность тезиса, основываясь на логических доводах. Во-вторых, убеждение как способность внушать собеседнику уверенность в истинности какого-либо суждения, воздействуя не только логическими доводами, но и эмоциями. В-третьих, уговаривание как способность переубеждения, посредством воздействия исключительно на эмоциональное состояние собеседника, (наиболее эффективно в случае его эмоционального возбуждения) [23]. В-четвертых, внушение, связанное с принятием каких-то положений на веру, без критического осмысления. Оно основывается на психологическом давлении на оппонента, часто с апелляцией к авторитету. В-пятых, принуждение как способ заставить

человека изменить свои убеждения против его воли, сопровождающийся угрозами, демонстрацией силы и т.п. В результате собеседнику навязывается другая позиция, с которой он изначально был не согласен. При планировании и проведении ИВ вышеперечисленные способы воздействия в большинстве случаев комбинируются. В результате такого воздействия сторона, на которую было оно оказано, будет в дальнейшем распространять новые для нее взгляды, оказывая влияние на других участников коммуникации, актуализируя аутопоэтическое свойство системы ИВ. Однако это может иметь и негативные последствия, в случае если противоположная сторона будет активной. В этом случае произойдет поляризация настроений.

Как известно, методики переубеждения связаны не только с предоставлением участникам коммуникации истинной информации, но и с манипулированием, в том числе и с фальсификацией данных, распространением ложных сообщений и новостей, деятельностью ботоферм. В результате происходит «загрязнение» информационной среды [24], преобразование дискурса ИВ: изменяется массовость участников, повышается уровень их вовлеченности, происходят преобразования в концепции истины, снижаются требования к достоверности информации, акценты смещаются в сторону правдоподобности и использования эвфемизмов с целью сокрытия информации или дезинформации аудитории, происходит активное использование ярлыков для обозначения позиций «свой/чужой», в том числе с целью создания и поддер-

жания отрицательных образов, на основе которых формируется представление о «враге» [25].

### **Управление средой информационных войн**

Сегодня рассмотрение классической модели коммуникации («адресант — сообщение — адресат») расширяется за счет появления все новых ее элементов. Кроме вышерассмотренных посредников, необходимо выделить и среду распространения коммуникаций (СРК), представляющую собой пространство, в котором происходит передача сообщения. Она определяет, как и по каким каналам сообщение будет поступать к другим участникам, а также достигнет ли оно получателя или нет, то есть выступает инфраструктурой коммуникации. Важность СРК в контексте информационных войн заключается в том, она не только распространяет сообщение, но и преобразовывает его, а также в существенной мере влияет на восприятие. Поэтому одной из основных задач управления ИВ является блокировка воздействий противоположающей стороны на СРК.

Естественно, для успешной реализации этой задачи необходимо иметь и развивать собственные СРК. На сегодняшний день важнейшую роль играют платформы и социальные сети, в которых возможен контроль информационных потоков, цензурирование потенциально опасной информации, в том числе и путем ограничения доступа к ней [26]. Кроме того, необходимо сформировать систему кибербезопасности с целью недопущения и противодействия влиянию противника на информационную среду.

При этом СРК формирует символическое поле, которое способно оказывать влияние на действия участников коммуникации, а также содействовать кооперации социальных агентов и указывать, к каким именно целям им следует стремиться. В результате СРК предопределяет, какие ценности и нормы являются приемлемыми и желательными, а какие нет [27]. В случае «загрязненности» информационной среды открываются возможности для наших оппонентов по манипуляции аудиторией и распространению «иных» убеждений [28].

В условиях глобализации вместе с ростом количества пользователей и потоков сообщений, информационное пространство становится все менее контролируемым, а мир превращается в «глобальную деревню» [1; 29]. Однако вместо пространства всеобщего равенства и свободного обмена информацией, все чаще проявляются следы однополярности, ксенофобии и отношений центр–периферия, когда не имеющие собственных технологических решений государства впадают в зависимость от более развитых стран. Неслучайно, что для описания такого положения было предложено понятие «медиаимпериализм» [30], которое характеризуется зависимостью от иностранных СМИ, несбалансированностью информационных потоков, препятствующих развитию культурной автономии и сохранению идентичности и т.п. [31]. Наиболее эффективными способами противодействия медиаимпериализму являются блокирование, игнорирование, разоблачение манипуляций и фейковых новостей. При этом наличие и развитие собственных СРК дает не

только конкурентное преимущество, но и предоставляет инструменты для реализации информационной политики, решения проблем информационной безопасности и сохранения информационного суверенитета [32; 33; 34].

### Управление сообщением

Как правомерно отмечал М. Хайдеггер: «Язык есть дом бытия. В жилище языка обитает человек [35, с. 192]. Язык — это посредник между мышлением и бытием, которое объективно существует само по себе. Мышление же, напротив, неоднородно. Между тем, в большинстве случаев нас преследует установка классической теории, согласно которой истинно то, что соответствует действительности, а ложно то, что расходится с реальностью. Языку в такой концепции отводится роль посредника: в нем формулируется мысль.

Однако последующее развитие теории истины трансформировало вышеизложенный подход. Во многом это связано с деятельностью М. Фуко [36] и Ж. Бодрийяра [37], которые в наиболее радикальных интерпретациях вовсе оказались от «истинности», оставив за каждым человеком право на формирование собственной картины мира, своей личной истины. В постмодернизме истина утратила свою универсальность, истин стало много. В существенной мере тому способствовало расширение медиаполя, увеличение числа его участников, произошедшая глобализация. Преодоление двух базовых ограничений классической коммуникации позволило интегрировать в единое поле дискурса носителей различных аксиологических, религиозных, мировоззренче-

ских, культурных и идеологических установок. Взаимодействие в рамках классической теории истины оказывалось все более затруднительным ввиду нарастающих внутри СРК противоречий. Это открыло дорогу к «иному»: сформировало культуру толерантности, принятия «другого», его убеждений, ценностей и верований. Актуализировалась идея внутримедийного равенства и плюрализма [38]. Противоречащие друг другу мнения, концепции и идеологии с тех пор не имеют приоритета, то есть, нельзя определить, какая из них истинна, а какая — нет [39]. Все они отчасти помогают индивиду ориентироваться в потоках больших данных и находить свой смысл в жизни. Они все могут быть ошибочны, поэтому выбор «мировоззренческих фильтров» ложится исключительно на самого человека. Следствием такого подхода становятся постоянная смена парадигм, мировоззрений, слабость или отсутствие морально-нравственных ориентиров, утрата вечных ценностей [40].

В этой связи необходимо остановиться на анализе идеологий как важнейшем факторе ИВ. Так, классическое определение идеологии как ложного сознания можно найти в трудах Ф. Энгельса: «Идеология — это процесс, который совершает так называемый мыслитель, хотя и с сознанием, но с сознанием ложным. Истинные движущие силы, которые побуждают его к деятельности, остаются ему неизвестными...» [41]. Идеология — это фантазм, имитация мыслительной деятельности, которая призвана не показать реальное положение вещей, а сгладить имеющиеся противоречия, обеспечить воспроизводство рабо-

чей силы, легитимацию социального порядка и неравенства [42].

Развитие критики идеологии, например, во франкфуртской школе, модифицировало проблематику, сместив акцент с ее ложности на вопрос об автономном существовании реальности вне идеологических установок. Проблемы ИВ сегодня состоят не в том, что идеологии выступают кривым зеркалом реальности, искажающим ее содержание, а в том, что: «действительность как таковая не может существовать без «идеологической мистификации». Маска не просто скрывает действительное положение вещей — идеологическое искажение вписано в самую его суть» [43, с. 36]. Поэтому сегодня понимание идеологии как ложного или наивного сознания не в полной мере отражает актуальное положение идеологии, связанное с доминированием цинического модуса [44, с. 332]. Если ранее квинтэссенцией идеологи выступал тезис: «они не сознают этого, но они это делают», то сегодня в трактовке П. Слотердайка он трансформировался в следующий: «они отлично сознают, что делают, но тем не менее продолжают делать это» [43, с. 37]. Цинический модус делает невозможным критику идеологии, так как заранее учитывает дистанцию между ней и реальным положением дел, что становится главным конкурентным преимуществом, по отношению к классической идеологии, которую можно дискредитировать.

В результате цинические идеологии за последние несколько десятилетий вытеснили классические. Если в прошедшем веке господствовали три основных идеологии, то сегодня в политическом дискурсе их насчитываются десятки. Любую из них пользователь может выбрать,

исходя из собственных предпочтений: не идеология выбирает индивида и определяет его мировоззрение, а человек сам решает, какой идеологией пользоваться [45].

Релятивизм в идеологии, культуре, религии, истине, ценностях привел цифровое пространство в состояние хаоса, в котором представлено все многообразие человеческого знания, накопленного за всю историю человечества. В этой связи можно выделить два основных типа управления знанием в таких условиях. Первый связан с восстановлением больших идеологий, возвращением традиционных религий и ценностей. Такой подход эффективен в условиях консервативного дискурса. Второй — проявляется в ИВ современности и базируется на циническом модусе: в состоянии плюрализма и неопределенности реализуются модели управляемого хаоса. Объект управления в них лежит «по ту сторону знания», на доконцептуальном уровне. «План имманенции — это не мыслимый или потенциально мыслимый концепт, но образ мысли, ... посредством которого она сама себе представляет, что значит мыслить, обращаться с мыслью, ориентироваться в мысли» [46, с. 48–51]. Ими могут являться интуитивные установки, разделяемые большинством членов общества, на основе которых индивиды строят собственные идеологии, реализуя аутопоэзис ИВ.

В таких условиях роль распространения знания отводится языку, который также изменился. Он больше не является «домом бытия», так как никакой истины нет, а выступает инструментом постправды, адаптируясь под решение конкретных задач ИВ. Наиболее наглядно та-

кая трансформация проявляется в период вооруженных конфликтов. Так, изучение дискурсивных практик СМИ в США в период Вьетнамской войны показывает, что такие слова как война, бомбардировки, шпионаж, незаконные поставки оружия и т.п., повсеместно заменялись на менее «заряженные» в эмоциональном и оценочном плане эвфемизмы как операция, воздушная поддержка, электронное наблюдение, гуманитарная помощь [47; 48].

### Выводы

Проведенное исследование позволяет заключить следующие.

Управление информационными войнами включает в себя анализ окружения, определение и систематическую актуализацию цели, разработку стратегии и тактики, реализацию запланированных мероприятий и оценку результатов с учетом адаптивности и интеллектуальности происходящих процессов.

При управлении участниками ИВ необходимо учитывать специфику их мышления и восприятия, особенности устройства сообществ

и их внутренних коммуникаций, а также механизмы манипулирования посредством воздействия на массовое сознание с помощью СМИ и художественных искусств. Такой подход предполагает развитие собственных СРК и информационной инфраструктуры, выстраивание системы информационной безопасности, главная роль которых свидится к минимизации влияния внешних акторов, распространению вовне собственных базовых нарративов, а также модерации соответствующих информационных потоков [49].

Исходя из этого, на уровне знаний целесообразно формирование собственной модели управления хаосом на доконцептуальных уровнях, выстраивание системы предельно абстрактной идеологии, способной интегрировать участников ИВ в заранее подготовленное информационное и смысловое поле. Это позволит создать новую повседневность, изменяющую жизнь людей за счет самовпроизводства отдельных элементов ИВ, обеспечивая достижение поставленных целей с минимальными рисками и максимальным эффектом.

### Список использованной литературы

1. Маклюен М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего / М. Маклюен. — Москва : Академический проект, 2022. — 443 с.
2. Луман Н. Невероятность коммуникации / Н. Луман // Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУ, 2000.
3. Аюрова А.М. Клиповое сознание как объект информационной войны: к постановке проблемы / А.М. Аюрова. — EDN [ZBUERF](#) // Kant. — 2019. — № 1. — С. 138–143.
4. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского / Т. Гоббс. — Москва : Мысль, 2001. — 478 с.
5. Манойло А.В. Управление психологической войной / А.В. Манойло. — DOI 10.7256/2305-560X.2013.3.6221. — EDN [QIZNOX](#) // Международные отношения. — 2013. — № 3. — С. 377–389.
6. Цыганов В.В. Информационные войны в бизнесе и политике: теория и методология / В.В. Цыганов, С.Н. Бухарин. — Москва : Академический Проект, 2007. — 336 с. — EDN [SUJTWL](#).
7. Гиренок Ф.И. Клиповое сознание / Ф.И. Гиренок. — EDN [VXNXDV](#). — Москва : Проспект, 2016. — 256 с.

8. Катунина Е.В. Клиповая культура: социально-психологические риски / Е.В. Катунина. — EDN [WIDGHX](#) // Таврические студии. Серия: Культурология. — 2015. — № 7. — С. 49–56.
9. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман. — Москва : Логос, 2005. — 275 с.
10. Срничек Н. Капитализм платформ / Н. Срничек. — Москва : Изд-во Высшей школы экономики, 2020. — 128 с. — DOI 10.17323/978-5-7598-2137-3.
11. Паризер Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? / Э. Паризер. — Москва : Альпина Бизнес Букс, 2012. — 304 с.
12. Горбатова Н.В. Цензура и информационная безопасность в современном мире политического измерения / Н.В. Горбатова. — EDN [OZQIDX](#) // Управленческое консультирование. — 2012. — № 2. — С. 12–18.
13. Зеленев М.В. Цензура: подходы к определению понятия / М.В. Зеленев. — EDN [QARAGP](#) // Ленинградский юридический журнал. — 2013. — № 1. — С. 94–103.
14. Dawkins R. The Selfish Gene / R. Dawkins. — Oxford : Oxford University Press, 1976. — 224 p.
15. Шомова С.А. «Война мемов»: новые повороты информационного противостояния / С.А. Шомова. — DOI 10.14515/monitoring.2019.5.12. — EDN [WZVQAOX](#) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2019. — № 5. — С. 250–269.
16. Martínez-Rolán X. The Use of Memes in the Discourse of Political Parties on Twitter: Analysing the 2015 State of the Nation Debate / X. Martínez-Rolán, T. Piñeiro-Otero. — DOI 10.15581/003.29.1.145-159 // Communication & Society. — 2016. — Vol. 29, No. 1. — P. 145–159.
17. Ross A. Digital Cultures of Political Participation: Internet Memes and the Discursive Delegitimization of the 2016 U.S Presidential Candidates / A. Ross, D. Rivers. — DOI 10.1016/j.dcm.2017.01.001 // Discourse, Context & Media. — 2017. — Vol. 16. — P. 1–11.
18. Xiujian Zh. Office of War Information and Hollywood Movie Propaganda BSU Bulletin / Zh. Xiujian. — DOI 10.18101/2304-4446-2021-2-96-103 // Economics and Management. — 2021. — No. 2. — P. 96–103.
19. Yates M. Mystery «Marlboro Man» Exudes Grit and Determination / M. Yates // The New York Sun. — 2004. — 11 November.
20. MacKenzie M. Iconic War Images and the Myth of the «Good American Soldier» / M. MacKenzie. — DOI 10.1177/17506352211059130 // Media, War & Conflict. — 2021. — № 16. — P. 1–17.
21. Синенко П.Д. Влияние современных российских телевизионных передач на молодежь (по материалам федеральных СМИ) / П.Д. Синенко, Д.А. Бакеева. — DOI 10.47475/2070-0695-2021-10203. — EDN [IXHWQQ](#) // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2021. — № 2. — С. 25–39.
22. O'Reilly T. What Is Web 2.0 / Т. O'Reilly // O'Reilly Media. — Available at: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
23. Шкондин М.В. Редакционная сфера и современные коммуникативные стратегии / М.В. Шкондин. — EDN [JXDHBV](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2005. — № 1. — С. 9–18.
24. Гуров Ф.Н. Опыт социально-философского осмысления проблемы «фейков» и «пузырей фильтров» в Сети / Ф.Н. Гуров. — EDN [ZYKHFZ](#) // Проблемы современного образования. — 2019. — № 3. — С. 9–20.
25. Павлова Е.К. Эмоционально-оценочная лексика в политическом дискурсе в условиях современной информационной войны / Е.К. Павлова. — EDN [ZMWNVV](#) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 11-2. — С. 129–131.
26. Манойло А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. — Москва : Горячая линия — Телеком, 2012. — 542 с. — EDN [PISZON](#).
27. Бузин В.Н. Особенности системного подхода к социальному управлению медиапространством в рамках коммуникологии / В.Н. Бузин. — EDN [TCUNOL](#) // Коммуникология. — 2014. — Т. 8, № 6. — С. 76–90.

28. Жадунова Н.В. Информационная война: загрязнение среды обитания современного человека / Н.В. Жадунова, Е.А. Коваль. — EDN [ZIGBCH](#) // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. — 2017. — № 3. — С. 44–54.
29. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. — Москва : КАНОН-пресс-Ц, 2003. — 464 с.
30. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В.В. Орлова. — Москва : РИП-Холдинг, 2003. — 168 с. — EDN [QTNZXD](#).
31. Оленев В.И. Катаклизмы «глобальной деревни» / В.И. Оленев. — EDN [TRLFZR](#) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. — 2015. — № 6-1. — С. 147–151.
32. Беспалов Д.Н. Информационная война и обеспечение безопасности / Д.Н. Беспалов, М.А. Казаков. — EDN [TFANIJ](#) // Вестник МГИМО Университета. — 2014. — № 6. — С. 82–87.
33. Кучерявый М.М. Государственная политика информационного суверенитета России в условиях современного глобального мира / М.М. Кучерявый. — EDN [TLQRUL](#) // Управленческое консультирование. — 2015. — № 2. — С. 8–15.
34. Бровко В.Ю. Особенности реализации информационного суверенитета государства в условиях нарастания гибридного противоборства / В.Ю. Бровко, Л.Н. Гарас. — EDN [LHVQK](#) // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. — 2021. — № 1. — С. 14–32.
35. Хайдеггер М. Время и бытие : статьи и выступления / М. Хайдеггер. — Москва : Республика, 1993. — 447 с.
36. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / М. Фуко. — Санкт-Петербург : А-сад, 1994. — 408 с.
37. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр. — Москва : Постум, 2015. — 239 с.
38. Пыхтина Т.Ф. Истина как социальная значимость (пути постмодернизма в трактовке познания) / Т.Ф. Пыхтина. — EDN [PCHIVV](#) // Вестник НГУЭУ. — 2012. — № 3. — С. 289–294.
39. Ратникова Е.В. Об истоках и особенностях постмодернистского плюрализма / Е.В. Ратникова. — EDN [QCKODJ](#) // Вестник Томского государственного университета. — 2013. — № 372. — С. 67–71.
40. Шестакова М.А. Индивидуальное мышление в контексте принципа плюрализма / М.А. Шестакова. — EDN [JWKOGN](#) // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. — 2005. — № 4. — С. 3–18.
41. Маркс К. Сочинения : в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. — Москва : Изд-во политической литературы, 1966. — Т. 39. — 713 с.
42. Маркс К. Сочинения в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс часть I. М. Изд-во политической литературы, 1968. — Т. 46. — 560 с.
43. Жижек С. Возвышенный объект идеологии / С. Жижек. — Москва : Художественный журнал, 1999. — 237 с.
44. Слотердайк П. Критика цинического разума / П. Слотердайк. — Екатеринбург : У-Фактория, 2009. — 798 с. — EDN [QWUKZB](#).
45. Жижек С. Щекотливый субъект: отсутствующий центр политической онтологии / С. Жижек. — Москва : Дело, 2014. — 528 с.
46. Делёз Ж. Что такое философия? / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. — Москва : Институт экспериментальной социологии, 1998. — 286 с.
47. Павлова Е.К. Языковые проблемы глобальной политической коммуникации и перспективы их решения посредством гармонизации национальных тезаурусов / Е.К. Павлова. — Москва : Прометей, 2007. — 218 с. — EDN [QOGONB](#).
48. Rohde J. The Last Stand of the Psychocultural Cold Warriors: Military Contract Research in Vietnam / J. Rohde. — DOI 10.1002/jhbs.20509 // J. Hist. Behav. Sci. — 2011. — No. 47. — P. 232–250.
49. Harknett R.J. Cyber Campaigns and Strategic Outcomes / R.J. Harknett, M. Smeets. — DOI 10.1080/01402390.2020.1732354 // Journal of Strategic Studies. — 2022. — No. 45. — P. 534–567.



## References

1. Maklyuen M. *The Gutenberg Galaxy: The Making of the Typing Man*. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2022. 443 p.
2. Luman N. Incredible Communication. *Problems of Theoretical Sociology*, iss. 3. Sankt-Peterburg, Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet Publ., 2000.
3. Ayupova A.M. Clip Consciousness as an Object of Information War: To the Problem Statement. *Kant*, 2019, no. 1, pp. 138–143. (In Russian). EDN: [ZBUERF](#).
4. Gobbs T. *Leviathan, or Matter, the Form and Power of the Ecclesiastical and Civil State*. Moscow, Mysl' Publ., 2001. 478 p.
5. Manoilo A.V. Management of Psychological Warfare. *Mezhdunarodnye otnosheniya = International Relations*, 2013, no. 3, pp. 377–389. (In Russian). EDN: [QIZNOX](#). DOI: 10.7256/2305-560X.2013.3.6221.
6. Tsyganov V.V., Bukharin S.N. *Information Wars in Business and Politics: Theory and Methodology*. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2007. 336 p. EDN: [SUJTWL](#).
7. Girenok F.I. *Clip Consciousness*. Moscow, Prospekt Publ., 2016. 256 p. EDN: [VXNXDV](#).
8. Katunina E.V. Clip Culture: the Social and Psychological Risks. *Tavrisheskie studii. Seriya: Kul'turologiya = Taurida Studios. Series: Cultural studies*, 2015, no. 7, pp. 49–56. (In Russian). EDN: [WIDGHX](#).
9. Luman N. *Media Communication*. Moscow, Logos Publ., 2005. 275 p.
10. Srnichek N. *Capitalism of Platforms*. Moscow, Vysshei shkoly ekonomiki Publ., 2020. 128 p. DOI: 10.17323/978-5-7598-2137-3.
11. Parizer E. *Behind the Filter Wall. What Is the Internet Hiding from You?* Moscow, Al'pina Biznes Buks Publ., 2012. 304 p.
12. Gorbatova N.V. Censorship and Information Security in the Modern World of Political Dimension. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Management consulting*, 2012, no. 2, pp. 12–18. (In Russian). EDN: [OZQIDX](#).
13. Zelenov M.V. Censorship: Approaches to the Definition. *Leningradskii yuridicheskii zhurnal = Leningrad Law Journal*, 2013, no. 1, pp. 94–103. (In Russian). EDN: [QARAGP](#).
14. Dawkins R. *The Selfish Gene*. Oxford, Oxford University Press, 1976. 224 p.
15. Shomova S.A. The War of Memes: New Turns in Information Confrontation. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Monitoring of Public Opinion : Economic and Social Changes*, 2019, no. 5, pp. 250–269. (In Russian). EDN: [WZVAOX](#). DOI: 10.14515/monitoring.2019.5.12.
16. Martinez-Rolán X., Piñeiro-Otero T. The Use of Memes in the Discourse of Political Parties on Twitter: Analysing the 2015 State of the Nation Debate. *Communication & Society*, 2016, vol. 29, no. 1, pp. 145–159. DOI:10.15581/003.29.1.145-159.
17. Ross A., Rivers D. Digital Cultures of Political Participation: Internet Memes and the Discursive Delegitimization of the 2016 U.S Presidential Candidates. *Discourse, Context & Media*, 2017, vol. 16, pp. 1–11. DOI: 10.1016/j.dcm.2017.01.001.
18. Xiujuan Zh. Office of War Information and Hollywood Movie Propaganda BSU Bulletin. *Economics and management*, 2021, no. 2, pp. 96–103. DOI: 10.18101/2304-4446-2021-2-96-103.
19. Yates M. Mystery «Marlboro Man» exudes grit and determination. *The New York Sun*, 2004, November, 11.
20. MacKenzie M. Iconic War Images and the Myth of the «Good American Soldier». *Media, War & Conflict*, 2021, no. 16, pp. 1–17. DOI: 10.1177/17506352211059130
21. Sinenko P.D., Bakeeva D.A. Influence of Modern Russian Television Programs on Youth (Based on Materials to the Federal Media). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: the problem field of media education*, 2021, no. 2, pp. 25–39. (In Russian). EDN: [IXHWQQ](#). DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10203.
22. O'Reilly T. What Is Web 2.0 // O'Reilly Media. Available at: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
23. Shkondin M.V. Editorial Field and Modern Communicative Strategies. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2005, no. 1, pp. 9–18. (In Russian). EDN: [JXDHBV](#).

24. Gurov Ph.N. The Experience of Social and Philosophical Explanation of the Problem of "Fake" and "Filter Bubbles" on the Web. *Problemy sovremennogo obrazovaniya = Problems of Modern Education*, 2019, no. 3, pp. 9–20. (In Russian). EDN: [ZYKHFZ](#).

25. Pavlova E.K. Emotional and Evaluative Vocabulary in the Political Discourse Under Contemporary Information War. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*, 2017, no. 11, pp. 129–131. (In Russian). EDN: [ZMWNVV](#).

26. Manoilo A.V., Petrenko A.I., Frolov D.B. *State Information Policy in the Conditions of Information-Psychological Warfare*. Moscow, Goryachaya liniya Telekom Publ., 2012. 542 p. EDN: [PISZON](#).

27. Buzin V.N. The Systematic Approach to Social Media Space Management Within Communicology. *Kommunikologiya = Communicology*, 2014, vol. 8, no. 6, pp. 76–90. (In Russian). EDN: [TCUNOL](#).

28. Zhadunova N.V., Koval E.A. Information War: Environmental Pollution of Modern Man. *Gumanitarii: aktual'nye problemy gumanitarnoi nauki i obrazovaniya = Humanitarian: actual problems of humanities and education*, 2017, no. 3, pp. 44–54. (In Russian). EDN: [ZIGBCH](#).

29. Maklyuen M. *Understanding Media: Human External Extensions*. Moscow, KANONpress-Ts Publ., 2003. 464 p.

30. Orlova V.V. *Global News Networks in the Information Market*. Moscow, RIP-Kholding Publ., 2003. 168 p. EDN: [QTNZXD](#).

31. Olenev V.I. Cataclysms of "Global Village". *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kulturologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki = Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice*, 2015, no. 6-1, pp. 147–151. (In Russian). EDN: [TRLFZR](#).

32. Bepalov D.N., Kazakov M.A. Information Warfare, Threats and Information Security. *Vestnik MGIMO Universiteta = Bulletin of MGIMO University*, 2014, no. 6, pp. 82–87. EDN: [TFANIJ](#).

33. Kucheryavyi M.M. State Policy of Information Sovereignty of Russia in the Conditions of the Modern Global World. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Administrative Consulting*, 2015, no. 2, pp. 8–15. (In Russian). EDN: [TLQRUL](#).

34. Brovko V.Yu., Garas L.N. The Features of Consolidation of the 'Information Sovereignty' within the Framework of Growing Hybrid Confrontation. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskie nauki = Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*, 2021, no. 1, pp. 14–32. (In Russian). EDN: [LHVGQK](#).

35. Khaidegger M. *Time and Being: Articles and Speeches*. Moscow, Respublika Publ., 1993. 447 p.

36. Fuko M. *Words and Things. Archeology of the Humanities*. Saint Petersburg, A-cad Publ., 1994. 408 p.

37. Bodriiyar Zh. *Simulacra and Simulations*. Moscow, Postum Publ., 2015. 239 p.

38. Pykhtina T.F. Verity as a Social Weight (Postmodernism's Ways in Cognition Theory). *Vestnik NGUEU = Bulletin of the NGUEU*, 2012, no. 3, pp. 289–294. (In Russian). EDN: [PCHIVV](#).

39. Ratnikova Y.V. On Sources and Singularities of Postmodernist Pluralism. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*, 2013, no. 372, pp. 67–71. (In Russian). EDN: [QCKODJ](#).

40. Shestakova M.A. Individual Thinking in the Context of the Principle of Pluralism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 7: Filosofiya = Moscow University Bulletin. Series 7. Philosophy*, 2005, no. 4, pp. 3–18. (In Russian). EDN: [JWKOGN](#).

41. Marks K., Engel's F. *The Collected Works*. Moscow, Izdatel'stvo politicheskoi literatury Publ., 1966. Vol. 39. — 713 p.

42. Marks K., Engel's F. *The Collected Works*. Moscow, Izdatel'stvo politicheskoi literatury Publ., 1968. Vol. 46. — 560 p.

43. Zhizhek S. *Sublime Object of Ideology*. Moscow, Khudozhestvennyi zhurnal Publ., 1999. 237 p.

44. Sloterdijk P. *Criticism of the Cynical Mind*. Ekaterinburg, U-Faktoriya Publ., 2009. 798 p. EDN: [QWUKZB](#).

45. Zhizhek S. *A Delicate Subject: The Missing Center of Political Ontology*. Moscow, Delo Publ., 2014. 528 p.


46. Delez Zh., Gvattari F. *What is Philosophy?* Moscow, Institut eksperimental'noi sotsiologii Publ., 1998. 286 p.


47. Pavlova E.K. *Linguistic Problems of Global Political Communication and Prospects for Their Solution Through the Harmonization of National Thesauri.* — Moscow, Prometei Publ., 2007. 218 p. EDN: [QOGONB](#).

48. Rohde J. The last Stand of the Psychocultural Cold Warriors: Military Contract Research in Vietnam. *J. Hist. Behav. Sci.*, 2011, no. 47, pp. 232–250. DOI: 10.1002/jhbs.20509.

49. Harknett R.J., Smeets M. Cyber Campaigns and Strategic Outcomes. *Journal of Strategic Studies*, 2022, no. 45, pp. 534–567. DOI: 10.1080/01402390.2020.1732354.


### Информация об авторах

*Кушнир Андрей Михайлович* — доктор экономических наук, профессор, профессор департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, старший научный сотрудник, Институт гуманитарных технологий и социального инжиниринга, факультет социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финансовый университет), г. Москва, Российская Федерация, [ku7@bk.ru](mailto:ku7@bk.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-4318-0190>, SPIN-код: 6060-6820, ResearcherID: GLN-3210-2022.

*Кафтан Виталий Викторович* — доктор философских наук, профессор, профессор департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, главный научный сотрудник, Институт гуманитарных технологий и социального инжиниринга, факультет социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финансовый университет), г. Москва, Российская Федерация, [VVKaftan@fa.ru](mailto:VVKaftan@fa.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-1753-862X>, SPIN-код: 4599-8580.

### Authors Information

*Andrei M. Kushnir* — D.Sc. in Economics, Professor, Professor of the Department of Mass Communication and Media Business, Senior Research Fellow, Institute of Humanitarian Technology and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communication, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, [ku7@bk.ru](mailto:ku7@bk.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-4318-0190>, SPIN-код: 6060-6820, ResearcherID: GLN-3210-2022.

*Vitaly V. Kaftan* — D.Sc. in Philosophy, Professor, Professor of the Department of Mass Communication and Media Business, Chief Research Fellow, Institute of Humanitarian Technology and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communication, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, [VVKaftan@fa.ru](mailto:VVKaftan@fa.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-1753-862X>, SPIN-Code: 4599-8580.

### Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

### Для цитирования

Кушнир А.М. Особенности управления информационными войнами: очевидность и повседневность / А.М. Кушнир, В.В. Кафтан. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).525-543. — EDN [JCFSWO](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 3. — С. 525–543.

### For Citation

Kushnir A.M., Kaftan V.V. Features of Information Warfare Management: The Obvious and the Routine. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 3, pp. 525–543. (In Russian). EDN: [JCFSWO](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(3).525-543.