

DOI: 10.31857/S0869049922040074
EDN: EYKAFK

Оригинальная статья / Original Article

«Информационные доминанты» как инструмент информационно-психологических войн

© Р.С. ВЫХОДЕЦ

Выходец Роман Сергеевич, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия), marketing812@mail.ru. ORCID 0000-0002-5910-9815

Противостояние между Западом и Россией в условиях специальной военной операции на территории Украины идет и в форме информационно-психологической войны. Запад обладает преимуществом в контроле над глобальными информационными носителями и контентом и как следствие широкими возможностями воздействовать на российское общественное мнение в своих интересах. В сложившихся условиях перед Россией в теоретической и практической плоскости встает вопрос об эффективном противоборстве в условиях преимущества противника в контроле над информационным пространством. Для ответа на этот вопрос предложен междисциплинарный подход, который сочетает методологию массовых коммуникаций и современные когнитивистские концепции. Предложено и обосновано понятие «информационная доминанта». При условии эмпирического подтверждения существования данного феномена и ряда его гипотетических характеристик открываются достаточно широкие возможности по эффективному противоборству в условиях преобладания контента противника в информационной повестке.

Ключевые слова: информационное противоборство, информационно-психологическая война, специальная военная операция, фрейминг, медиа фрейм, информационная повестка

Цитирование: Выходец Р.С. (2022) «Информационные доминанты» как инструмент информационно-психологических войн // Общественные науки и современность. № 4. С. 93–104. DOI: 10.31857/S0869049922040074, EDN: EYKAFK

“Information Dominants” as a Tool of Information and Psychological Warfare

© R. VYKHODETS

Roman S. Vykhodets, Saint-Petersburg State University (Saint-Petersburg, Russia), marketing812@mail.ru. ORCID 0000-0002-5910-9815

Abstract. The confrontation between the West and Russia in the context of the special military operation on the territory of Ukraine has also taken the form of information and psychological warfare. The West has an advantage in controlling global information carriers and content. As a result, it has broad opportunities to influence Russian public opinion in its interests. In these conditions, Russia faces – in the theoretical and practical plane – the issue of an effective information confrontation in the conditions of the adversary’s advantage in controlling the information space. To respond to this issue, an interdisciplinary approach is proposed that combines the methodology of mass communications and modern cognitive concepts. The concept of «information dominant» is proposed and justified. Provided empirical confirmation of the existence of this phenomenon and a number of its hypothetical characteristics, there are ample opportunities for effective information confrontation in conditions of the predominance of the adversary’s content on the information agenda.

Keywords: information confrontation, information and psychological warfare, special military operation, framing, media frame, information agenda

Citation: Vykhodets R. (2022). “Information Dominants” as a Tool of Information and Psychological Warfare. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost’*, no. 4, pp. 93–104. DOI: 10.31857/S0869049922040074, EDN: EYKAFK

Уже в начале специальной военной операции Российской Федерации на территории Украины по защите населения ДНР и ЛНР стало очевидным, что активные боевые действия на ограниченной территории стали частью комплексного противоборства России с коллективным Западом, которое 24 февраля 2022 г. вошло в активную фазу. В обострившемся противоборстве отчетливо обозначались несколько фронтов: военный, финансово-экономический и информационный.

Запад серьезно ограничен в применении военной силы в отношении России, а также несет издержки от собственных санкций и российских контрмер в финансово-экономической плоскости, которые подкрепляются зависимостью стран ЕС от поставок российских энергоносителей. Соответственно, значительную часть своих усилий данная сторона сосредоточила на информационной войне против России.

Обладая подавляющим преимуществом в контроле над глобальным медиaprостранством, страны Запада смогли сформировать необходимую для них антироссийскую информационную повестку, которая позволяет – по крайней мере, пока – поддерживать негативное общественное мнение по поводу российских действий и обосновывать перед собственным населением необходимость противодействовать России всеми доступными способами, неся при этом существенные потери.

В одной из своих знаменитых работ Дж. Най к «мягким» инструментам киберсилы силы государства отнес «кампании по изменению общественного мнения с помощью публичной дипломатии» [Nye 2011, 127]. Однако в рамках современных практик информационного противоборства становится все очевиднее «жесткий» характер подобного рода деятельности. С начала боевых действий западные СМИ и социальные сети наполнились

ярко выраженным русофобским содержанием, активно создаются и тиражируются фейки в отношении действий российских вооруженных сил на территории Украины, блокируются пророссийские каналы в YouTube и группы в социальных сетях. 11 марта 2022 г. американская компания Meta Platforms¹ подтвердила снятие ограничений в Facebook и Instagram на призывы к насилию в отношении российских военных. В ответ Роскомнадзор 14 марта 2022 г. заблокировал Facebook и Instagram на территории России.

Данные факты свидетельствуют о жестких чистках медиапространства от информационных ресурсов и контента противника с одновременным активным распространением собственных идеологических и оценочных конструктов. Возникают основания говорить о том, что разворачивается полномасштабная информационно-психологическая война. Как указывают некоторые исследователи, информационно-психологическое измерение «охватывает внутренний мир человека, его чувства, эмоции, мысли, мировоззрение, индивидуальное и общественное сознание» [Кефели 2020, 78]. В данном смысле главным объектом такой войны становится психика человека, а также существующая в государстве система формирования общественного мнения. Н.Г. Миронова, анализируя вопросы обеспечения безопасности в условиях информационного противоборства, использует термин «когнитивная война», основным объектом воздействия которой выступают культурное и ментальное «пространство» противника: индивидуальное, групповое и коллективное сознание; системы образования и воспитания; коммуникативная практика; социальные ценности; мировоззренческие, научные, конфессиональные представления, поддерживающие целостность социальных структур [Миронова 2021, 120].

Подобные теоретические тезисы подтверждаются и на уровне официальных документов. Например, 30 октября 2018 г. Парламентская Ассамблея Организации Договора о коллективной безопасности приняла постановление № 11-3.3 О проекте модельного закона ОДКБ «Об информационном противоборстве терроризму и экстремизму»², в котором главным объектом защиты в рамках информационного противоборства выступает «легитимная информационная среда» – психика должностных лиц, общественных деятелей и населения государства, существующие в нем системы принятия решений и формирования общественного сознания, а также законная информационная инфраструктура.

Очевидно, что информационно-психологическая война против России направлена на подрыв общественного консенсуса в отношении специальной военной операции на территории Украины и делегитимацию государственной власти, что в совокупности с неизбежным снижением уровня жизни в результате финансово-экономических санкций может привести к дестабилизации социально-политической обстановки.

По последним данным ФОМ, с признания независимости донбасских республик и начала боевых действий на территории Украины уровень доверия к Президенту среди населения России возрос с 60% до 71%, а недоверия снизился с 29% до 18%³. Сохраняется контроль над внутренним медиапространством, в котором преобладает контент, формирующий позитивное общественное мнение в отношении происходящих событий, однако следует учитывать высокий уровень цифровизации в России. Так, по оценкам международных экспертов, доля активных интернет-пользователей в России составляет 89%

¹ Компания Meta (ранее Facebook) признана экстремистской, и ее деятельность запрещена на территории России – прим. ред.

² МОДЕЛЬНЫЙ ЗАКОН ОДКБ «Об информационном противоборстве терроризму и экстремизму». Официальный сайт Парламентской Ассамблеи ОДКБ. (<https://paodkb.org/documents/modelnyy-zakon-odkb-ob-informatsionnom-protivoborstve-terrorizmu>).

³ Владимир Путин: оценки работы, отношение. Показатели работы президента и отношения к нему. 29 Июля 2022. Официальный сайт ФОМ. (<https://fom.ru/Politika/10946>).

населения, и 72,7% используют социальные сети. Наиболее популярными иностранными интернет-ресурсами – YouTube и Instagram – пользуются 80,2% и 51,6% всего населения страны соответственно⁴.

Несмотря на усилия Роскомнадзора по блокировке доступа внутри страны к интернет-ресурсам, которые власти считают площадкой для целенаправленного распространения антироссийской информации, на население России по-прежнему воздействует прозападная информационная повестка. Более того, активно удаляют пророссийский контент, а информационное пространство целенаправленно насыщают фейками о действиях России, значительную часть которых потребляет российское общество. А.В. Манойло в одной из своих работ обосновал, что фейковые новости воздействуют на формирование негативного общественного мнения, которое считается эффективным инструментом управления и одной из основных угроз национальной безопасности в информационной сфере [Манойло 2019].

В связи с вышеперечисленными факторами и в практической, и в теоретической плоскости встает вопрос: «Возможно ли эффективное информационное противоборство в условиях преимущества противника в контроле над информационным пространством?»

С учетом того, что речь идет о психике человека и особенностях восприятия информации, ответить на этот вопрос возможно, опираясь на современные достижения когнитивной науки и теории коммуникации.

Прикладные аспекты теории коммуникации

Принуждающее воздействие информационной повестки на индивидуальное восприятие событий и общественное мнение к настоящему времени хорошо изучено. Один из основателей теории «Повестки дня» М. МакКомбс в своей работе подчеркивал: «СМИ обладают способностью переносить значимость отдельных пунктов новостной повестки дня на повестку дня всей общественности» [McCombs 1994, 4]. Данное утверждение стало толчком для научной разработки гипотезы о том, что новостная повестка медиа определяет, как люди воспринимают происходящие события – в отличие от развлекательного медийного контента, где существует обратная связь: содержание развлекательной информации в большинстве случаев выступает редакторским ответом на запросы аудитории. В ряде исследований и экспериментов, проведенных в 70–80 гг. XX в., (наиболее известные среди них – исследования президентской кампании США 1976 г. [Weaver, Graber, McCombs, Eyal 1981] и эксперимент ученых из Йельского университета [Iyengar, Peters, Kinder 1982]) было четко установлено, что медийная повестка выступает причиной, а общественная (наиболее значимые для людей вопросы) – отсроченным во времени следствием.

В рамках установленной причинно-следственной связи принято выделять два взаимосвязанных уровня:

- первый уровень – перенос значимости тех или иных событий, преобладающих в информационных материалах СМИ, на приоритетное место в сознании человека;
- второй уровень – перенос значимости набора атрибутов, ассоциируемых в медиа с определенным событием, на конкретные характеристики образа этого события в сознании человека. [McCombs 1997].

Последний в научной литературе получил название «фрейминг» или «медиа-фрейм». Один из крупных теоретиков массовой коммуникации Дж. Танкард определяет медиа-

⁴ Digital 2022. Global Overview Report. We are Social. (<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/>).

фрейм как «центральную организующую идею для содержания новостей, которая предоставляет контекст и задает то, что собой представляет вопрос, посредством использования отбора, акцентирования, исключения, уточнения» [Гриффин 2015, 509]. Иными словами, смысловой ряд, в который помещают то или иное событие в информационном пространстве, определяет смысловое содержание его образа в сознании человека.

Следует подчеркнуть, что эмпирические исследования и эксперименты в рамках теории повестки дня проводили на материалах печатных СМИ и телевидения, поэтому испытуемые были ограничены редакторским подбором материалов, их объемом, позиционированием, а также соответствующим фреймингом, что и позволило сделать обоснованный вывод о прямой детерминации индивидуальной повестки дня человека повесткой дня СМИ.

Данный вывод во многом опровергал достаточно популярную гипотезу о селективной экспозиции Л. Фестингера, в соответствии с которой люди избегают информации, несовместимой с их убеждениями, и стремятся потреблять ту информацию, которая им соответствует [Festinger 1957, 84–97]. Исследования, подтверждавшие данную гипотезу, проводили также в основном на материалах печатных СМИ, т.е. в условиях серьезной информационной изоляции испытуемых. Немецкий психолог Д. Фрей проанализировал практически все исследования, касающиеся гипотезы селективной экспозиции, и обнаружил, что когда люди сталкиваются с противоречащей их убеждениям информацией, механизм селекции включается только в случаях, если они воспринимают такую информацию как угрозу [Frey 1986]. В остальных ситуациях зафиксированная тенденция была крайне мала, что не помешало гипотезе о селективной экспозиции приобрести широкую популярность.

Вместе с тем, в отношении новых медиа картина кардинально меняется. В начале 2000-х гг. исследователи из университета Иллинойс провели эксперимент, в котором сравнили воздействие повестки дня печатных и электронных СМИ. В результате выяснилось, что индивидуальная повестка испытуемых, которые читали *The New York Times*, приближалась к редакционной повестке, тогда как у читателей ее электронной версии данная связь выражалась гораздо меньше. Исследователи сделали вывод о том, что электронные СМИ обеспечивают пользователей большим выбором содержания и большим контролем над тем, какую информацию потреблять, что позволяет людям создавать персонализированную информационную среду, которая изолирует их от больших потоков другой информации [Althaus, Tewksbury 2002].

Результаты исследования, по сути, воскресили гипотезу Фестингера о селективной экспозиции уже применительно к новым медиа, которые позволяют пользователю самому формировать собственное индивидуализированное информационное окружение на основе своих убеждений и предпочтений. Кроме того, широкие возможности обратной связи, комментарии, оценки, рекомендации и пр. способствуют формированию персонализированного фрейминга, который содержит набор однообразных и повторяющихся смысловых атрибутов того или иного предмета или события.

В последнее время активно развиваются основанные на технологиях искусственного интеллекта алгоритмы рекомендации контента. Исходя из так называемого профиля пользователя – ранее совершенных действий, покупок, просмотров определенной информации, оценок того или иного товара в сети и т.д. – алгоритм автоматически предлагает пользователю определенный информационный контент. Таким образом, человек оказывается в информационном «тоннеле», сформированном его прошлыми действиями и предпочтениями, т.е. происходит процесс «интерактивной селекции информационной повестки», главным генератором которой выступают убеждения, эмоции и потребительские предпочтения пользователя, автоматически зафиксированные в интернет-пространстве. В то же

время сохраняются все возможности модерации, позиционирования, редакторского подбора контента, что в совокупности с «умными» программными алгоритмами предоставляет дополнительные средства для манипуляции. В результате формируется ситуация, при которой все традиционные СМИ внутри страны могут транслировать официальную точку зрения, в то время как значительная часть общества находится в достаточно закрытой оппозиционной информационной среде.

Исходя из этих рассуждений, следует сделать вывод о том, что первые шаги в информационно-психологической войне между Россией и Западом, связанные с блокировкой информационных ресурсов и контента противника, верны. Данные действия, во-первых, позволяют сузить и структурировать в соответствии с собственными целями информационную повестку, и, во-вторых, ограничить возможности интерактивной селекции информации с нежелательным содержанием.

Однако Россия, в отличие от Запада, не обладает возможностями препятствовать распространению нежелательного информационного контента на наиболее популярных интернет-ресурсах (например, YouTube), тогда как США в этой сфере располагают более широкой свободой действий. Кроме того, существуют достаточно простые, эффективные и общедоступные технологии обхода блокировки интернет-ресурсов. Предпринятые в России жесткие меры в информационном пространстве могут дать лишь кратковременный положительный результат, и для эффективного информационного противоборства на длительном отрезке времени необходимы другие решения.

Чтобы не выбирать китайский путь введения жесткой цензуры в сети интернет и юридической ответственности за обход блокировок, отказа от анонимности пользователей в сети (а перспектива выбора именно такого пути в последнее время уже не кажется чем-то фантастическим), необходимо выработать новые способы эффективного информационного противоборства.

Как уже отмечалось выше, значительный потенциал, по крайней мере, для теоретического решения данной задачи накоплен в рамках когнитивной науки. Рассмотрим основные положения современной когнитивистики, которые имеют существенное значение для ответа на главный вопрос данного исследования.

Прикладные аспекты когнитивной науки

Современная когнитивная наука отталкивается от признания неразрывной связи между телом человека и его психикой. Упомянутый тезис основывается на данных о том, что в верхней стволовой части мозга, которая относится к числу древнейших, большинство стабильных аспектов функционирования тела, воспринимаемых психикой в виде соответствующих образов, представлено в виде карт (особых нейронных структур), которые, в совокупности с простейшими ощущениями (удовольствие, боль), связанными с состоянием тела, выступают первичными проявлениями сознания [Panksepp 1998, 47–49, 56–57]. Последнее служит своего рода регуляторным механизмом, сложившимся в процессе длительной эволюции. Его главная функция – сохранить жизненные функции организма и управлять ими. Дальнейшее развитие и усложнение сознания человека как особого состояния психики основано (но не исчерпывается) на биологическом принципе управления жизнью [Montague 2006].

Жизнь человеческого организма протекает в узком диапазоне множества факторов, которое У. Кэннон в 1932 г. обозначил понятием «гомеостаза» [Cannon 1932, 177–201]. Для того, чтобы удерживать организм в состоянии гомеостаза, эволюция создала регулирующий механизм, который наделен функцией подкрепления (вознаграждение или наказание)

определенного поведения, которое обеспечивает пребывание организма в необходимых для поддержания жизни пределах. Ученые обнаружили ядра мозга человека, которые производят и доставляют по всему телу химические вещества, тесно связанные с вознаграждением (удовольствием) и наказанием (болью): дофамин, серотонин, кортизол, окситоцин, вазопрессин и др. Таким образом, человеческий организм обладает врожденным регулятором своего гомеостатического состояния, который позволяет распределять химические стимулы вознаграждения и наказания в зависимости от соответствия поведения состоянию гомеостаза. Иными словами, в основе человеческой психики и сознания лежит биологическая ценность – стремление организма сохранить свою жизнь и управлять ею [Glimcher 2009].

Биологическая ценность тесно связана с удовлетворением важных для жизни потребностей, а у человека – еще и с качеством такого удовлетворения, т.е. со стремлением организма занимать наиболее идеальное положение в диапазоне гомеостаза. Последний во многом определяется условиями среды, в которой находится организм, а также индивидуальным опытом. В результате человек в ходе эволюции и естественного отбора создал изощренные формы достижения наиболее благоприятного гомеостатического состояния в социокультурном пространстве. Вместе с тем биологическая ценность выступает фундаментом, на котором выстраивается механизм контроля над удержанием организма в границах гомеостаза – коррекции поведения в зависимости от рисков выйти за его пределы, а также прогнозирования возможных ситуаций. Прогноз в своих простейших формах имеет химическую основу. В частности, на основе репрезентаций внутреннего состояния, отражающих предыдущий опыт боли или удовольствия, о приближении положительного стимула или же угрозы мозг сигнализирует, вырабатывая соответствующие гормоны. Данный химический механизм мотивирует корректировку поведения для наиболее эффективного взаимодействия со стимулом или уклонением от него. На этой основе некоторые исследователи делают вывод о тесной связи между гомеостазом и тем, что именно человек воспринимает в качестве ценности [Parvizi, Damasio 2000].

По мере развития человеческой психики люди постепенно отдалялись от простых форм управления, связанных с физиологическим выживанием организма в окружающей среде, и переходили к более сложным, осозанным формам. Более того, дополненная сознанием психика позволила человеку существенно расширить границы гомеостаза, в котором примитивное выживание уступило место стремлению к благополучию и повышению качества жизни. В результате часть средств управления жизнью была вынесена за пределы человеческого организма в пространство социума и культуры, в котором начала формироваться сложная и многоуровневая система ценностей и стимулов определенных типов поведения. Тем не менее, по признанию ряда исследователей, в основе многих аспектов социокультурной жизни человека лежит биологическая ценность [Damasio 2018, 75].

Как отмечалось выше, для репрезентации окружающего мира и управления поведением мозг человека создает целую совокупность разнообразных карт, эмоций и ощущений, которые отображают состояние организма, свойства объектов окружающего мира, а также отношений между ними во времени и пространстве. Кроме того, такие карты связаны с памятью, что позволяет сознательно вызывать их в воображении, выстраивать в логические последовательности. Данная особенность определяет способность человека к планированию и прогностической деятельности, а также служит основой синтетического мышления. Детальному рассмотрению этих вопросов посвящены классические в среде нейрофизиологов работы Дж. Эдельмана [Edelman 1989] и Ж.-П. Шанже [Changeux 1997].

Существенную роль в мотивации поведения и управлении жизненными процессами играют эмоции (emotions) и ощущения (feelings). В психологии под эмоциями принято

понимать психические процессы, которые протекают в форме переживаний и отражают личную значимость – и оценку – внешних и внутренних ситуаций для жизнедеятельности человека [Маклаков 2016, 393]. Ощущения – это восприятие того, что происходит в теле и психике организма, испытывающего эмоции. Комплекс «эмоции-ощущения» включает в себя механизмы поддержания жизни и управления ею, оценки условий окружающей среды и потребностей организма, систему внутренних стимулов поведения. Он представляет собой сложные программы поведения, соответствующие определенному эмоциональному состоянию. Для данного исследования значение имеет тот факт, что не существует принципиальных физиологических различий между автоматическими эмоциональными программами, сформированными в ходе эволюции и естественного отбора – например, отвращение, страх, ярость – и формируемыми в социальной среде в результате научения: сострадание, восхищение, гордость, вина и пр. [Damasio, Grabowski, Bechara 2000].

В данном контексте показательны результаты классического эксперимента по изучению эмоций восхищения и сострадания, в результате которого исследователи пришли к выводу, что социальные эмоции, жестко детерминированные социокультурной средой и индивидуальным научением человека, имеют самую тесную связь с телом и, как уже отмечалось, с управлением жизнью [Immordino-Yang, McColl 2009].

Можно сделать вывод, что основные положения современной когнитивистики представляют собой достаточно эффективный методологический инструментарий, который позволяет преодолеть существующую в общественной науке теоретическую автономность и оторванность социальных и политических феноменов от базовых закономерностей функционирования организма человека и внутренних механизмов управления его поведением.

«Информационная доминанта»

Опираясь на приведенные данные, можно сделать несколько выводов. Социокультурная среда содержит в себе систему оценок и стимулов определенного типа поведения, принцип функционирования которых самым тесным образом связан с телом человека и врожденными внутренними механизмами управления жизненными процессами, а также поддержания гомеостаза. Восприятие современным человеком значительной части явлений и событий окружающей действительности опосредуется информационным пространством. Информационное пространство же выступает одним из основных измерений современных конфликтов и геополитической борьбы, а также становится инструментом информационно-психологических атак. Соответственно, логически встает вопрос о том, могут ли существовать такие информационно-смысловые конструкции, которые во-первых, активизировали бы механизмы селекции информации, во-вторых, «тормозили» нежелательный фрейминг и стимулировали формирование образа того или иного события с заданными атрибутами в сознании человека, и, в-третьих, были бы достаточно устойчивы в условиях преобладания в информационной повестке нежелательного контента.

Исходя из приведенных выше фактов и аргументов, с теоретической точки зрения на поставленный вопрос можно дать положительный ответ. Автор предлагает обозначить такую смысловую конструкцию термином «информационная доминанта».

В начале XX в. российский физиолог А.А. Ухтомский разработал теорию о доминанте, основные положения которой он впервые опубликовал в 1923 г. в работе «Доминанта как рабочий принцип нервных центров». Под термином «доминанта» Ухтомский понимал

«более или менее устойчивый очаг повышенной возбудимости центров, чем бы он ни был вызван, причем вновь приходящие в центры возбуждения служат усилению (подтверждению) возбуждения в очаге, тогда как в прочей центральной нервной системе широко разлиты явления торможения» [Ухтомский 2020, 23]. В результате многочисленных опытов с животными Ухтомский выявил, что в условиях наличия очага повышенного возбуждения в центральной нервной системе внешние стимулы, которые в нормальном состоянии приводят к возбуждению других участков головного мозга, способствуют усилению возбуждения в этом очаге, тогда как в других участках наблюдаются эффекты торможения.

Не претендуя на прямые аналогии с теорией Ухтомского, который рассматривал доминанту в качестве особого состояния центральной нервной системы, вызванного прежде всего внутренними стимулами, а лишь подчеркивая саму возможность наличия таких состояний, можно дать рабочее определение предложенному понятию.

Информационная доминанта – это основанная на эмоциях человека особая информационно-смысловая конструкция, которая способствует селективному восприятию внешней информации, подкрепляемому внутренними стимулами организма и/или социокультурной среды.

Некоторые авторы высказывают созвучные в теоретическом смысле идеи об использовании особых смысловых конструкций, основанных на общественном социокультурном опыте, в публичной политической практике. Например, А.А. Бартош в контексте анализа гибридных войн рассматривает стратегическую культуру в качестве одного из наиболее эффективных инструментов влияния на общественное мнение и консолидации общества. [Бартош 2019]. Тем не менее, следует отметить, что зачастую речь идет о достаточно общих идеологических конструкциях, апеллирующих либо к стратегическим целям национального развития, либо к социокультурному опыту, что затрудняет эмпирическую верификацию их влияния.

Предлагаемое понятие «информационной доминанты» автор рассматривает как теоретическую конструкцию среднего уровня, которая достаточно специализирована для прямой эмпирической проверки и в то же время обладает общностью, способной охватить весьма широкий круг явлений. Существование информационных доминант – гипотеза, которая удобна для критики, однако она подразумевает возможность поставить конкретные эксперименты – как для ее подтверждения, так и опровержения.

В контексте происходящего информационного противоборства коллективного Запада и России в качестве иллюстрации можно привести следующий пример. В российском медиа-пространстве присутствует разнообразие информационных сообщений, которые представляют широкий спектр мнений на происходящие события. На основе анализа контента и фрейминга можно сформулировать некоторое количество информационно-смысловых конструкций, например, «западные санкции наносят серьезный ущерб России, а также ухудшают социально-экономическую ситуацию в стране и благополучие каждого человека». Данная конструкция включает в себя информационные сообщения различного содержания, объединенные схожими смысловыми атрибутами. Однако следует подчеркнуть, что обобщающая формулировка может быть расширена либо сужена в зависимости от конкретной задачи при условии возможности ее дальнейшей верификации. Далее необходимо провести эмпирическое исследование (например, методом фокус-групп), чтобы установить, находит ли эта информационно-смысловая конструкция эмоциональный отклик с соответствующим подкреплением (индивидуальным или социокультурным) в сознании представителей целевой аудитории. Такой отклик, в соответствии с предложенной гипотезой, должен запускать процесс селекции информации и способствовать формированию индивидуальной информационной повестки с соответствующим

фреймингом. В случае подтверждения данных теоретически допустимых предположений можно констатировать феномен информационных доминант. Некоторые исследователи подчеркивают, что для современного геополитического противоборства характерна глобальная тенденция смещения военной опасности и военных угроз в информационное пространство, что диктует необходимость выработать эффективные инструменты информационного управления, одним из основных объектов которого выступают психология и психика человека [Шульц, Кульба, Шелков, Чернов 2015]. В данном смысле информационные доминанты можно рассматривать в качестве одного из компонентов системы информационного управления.

Таким образом, на поставленный автором вопрос о возможности эффективного информационного противоборства в контроле над информационным пространством в условиях преимущества противника в теоретическом плане можно дать положительный ответ. При эмпирическом подтверждении существования информационных доминант открываются широкие по формированию таких специфических информационно-смысловых конструкций, которые при использовании в информационно-психологическом противоборстве могут выполнять функции «фильтров» и «усилителей» информации с определенными атрибутами, тем самым противодействуя нежелательной селекции информации и фреймингу в условиях преобладания контента противника в информационной повестке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бартош А.А. (2019) Стратегическая культура как инструмент «мягкой силы» российской дипломатии // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. № 4. С. 19–31.
- Гриффин Э. (2015) Коммуникация: теория и практика. Х.: Гуманитарный центр. 688 с.
- Дамасио А.Я. (2018) Мозг и возникновение сознания. М.: Карьера Пресс. 384 с.
- Кефели И.Ф. (2020) Асфатроника: на пути к теории глобальной безопасности. СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС. 228 с.
- Маклаков А.Г. (2016) Общая психология. СПб.: Питер. 583 с.
- Манойло А.В. (2019) «Фейковые новости» как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. № 2. С. 37–45.
- Миронова Н.Г. (2021) О проблеме обеспечения когнитивной безопасности. On the Problem of Ensuring Cognitive Security // Экономика и управление: научно-практический журнал. № 1. С. 119–125. DOI: 10.34773/EU.2021.1.24.
- Ухтомский А.А. (2020) Учение о доминанте. М.: Юрайт. 310 с.
- Шульц В.Л., Кульба В.В., Шелков А.Б., Чернов И.В. (2015) Информационное управление в условиях глобализации и геополитического противоборства // Национальная безопасность. № 2. С. 202–243. DOI: 10.7256/2073–8560.2015.2.14622.
- Althaus S., Tewksbury D. (2002) Agenda Setting and the “New” News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of The New York Times // Communication Research. Vol. 29. Pp. 180–207.
- Cannon W.B. (1932) The Wisdom of the Body. New York: W. W. Norton & Company. 294 p.
- Changeux J.-P. (1997) Neuronal Man: The Biology of Mind. Princeton: Princeton University Press. 348 p.
- Damasio A., Grabowski T., Bechara A. et al. (2000) Subcortical and Cortical Brain Activity During the Feeling of Self-generated Emotions // Nature Neuroscience. Vol. 3. Pp. 1049–1056.
- Edelman G. (1989) The Remembered Present: A Biological Theory of Consciousness. New York: Basic Books. 346 p.

- Festinger L.A. (1957) *Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press. 312 p.
- Frey D. (1986) Recent Research on Selective Exposure to Information // In: *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 19. Ed(s): Berkowitz L. Orlando: Academic Press. Pp. 41–80.
- Glimcher P.W. et al. (2009) *Neuroeconomics: Decision Making and the Brain*. London: Academic Press. 1477 p.
- Immordino-Yang M.H., McColl A. et al. (2009) Neural Correlates of Admiration and Compassion // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 106. No. 19. Pp. 8021–8026.
- Iyengar S., Peters M., Kinder D. (1982) Experimental Demonstrations of the “Not-So-Minimal” Consequences of Television News Programs // *American Political Science Review*. Vol. 76. Pp. 848–858.
- McCombs M. (1997) New Frontiers in Agenda Setting: Agendas of Attributes and Frames // *Mass Communication Review*. Vol. 24. Pp. 4–24.
- McCombs M. (1994) News Influence on Our Pictures of the World // In: *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Ed(s): Bryant J., Zillmann D. New York: Routledge. 505 p.
- Montague R. (2006) *Why Choose this Book? How We Make Decisions*. New York: Dutton Adult. 335 p.
- Nye J.S. (2011) *The Future of Power*. New York: PublicAffairs. 300 p.
- Panksepp J. (1998) *Affective Neuroscience: The Foundations of Human and Animal Emotions*. New York: Oxford University Press. 466 p.
- Parvizi J., Damasio A. (2000) Consciousness and the Brainstem // *Cognition*. Vol. 79. Pp. 135–159.
- Weaver D., Graber D.A., McCombs M., Eyal C.H. (1981) *Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues, Images and Interests*. New York: Praeger. 227 p.

REFERENCES

- Althaus S., Tewksbury D. (2002) Agenda Setting and the “New” News: Patterns of Issue Importance among Readers of the Paper and Online Versions of The New York Times. *Communication Research*. vol. 29, pp. 180–207.
- Bartosh A.A. (2019) Strategicheskaya kul'tura kak instrument «myagkoj sily» rossijskoj diplomatii [Strategic Culture as a Tool of “Soft Power” of Russian Diplomacy]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12. Politicheskie nauki*. no. 4, pp. 19–31.
- Cannon W.B. (1932) *The Wisdom of the Body*. New York: W. W. Norton & Company. 294 p.
- Changeux J.-P. (1997) *Neuronal Man: The Biology of Mind*. Princeton: Princeton University Press. 348 p.
- Damasio A., Grabowski T., Bechara A. et al. (2000) Subcortical and Cortical Brain Activity During the Feeling of Self-Generated Emotions. *Nature Neuroscience*. vol. 3, pp. 1049–1056.
- Damasio A. (2018) *YA. Mozg i vzniknovenie soznaniya* [Self Comes to Mind. Constructing the Conscious Brain]. Moscow: Kar'era Press. 384 p.
- Edelman G. (1989) *The Remembered Present: A Biological Theory of Consciousness*. New York: Basic Books. 346 p.
- Festinger L.A. (1957) *Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press. 312 p.
- Frey D. (1986) Recent Research on Selective Exposure to Information. In: *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 19. Ed(s): Berkowitz L. Orlando: Academic Press. Pp. 41–80.
- Glimcher P.W. et al. (2009) *Neuroeconomics: Decision Making and the Brain*. London: Academic Press. 1477 p.
- Griffin E. (2015) *Kommunikaciya: teoriya i praktika* [A First Look at Communication Theory]. Kharkov: Gumanitarnyj centr. 688 p.
- Immordino-Yang M.H., McColl A. et al. (2009) Neural Correlates of Admiration and Compassion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. vol. 106, no. 19, pp. 8021–8026.

Iyengar S., Peters M., Kinder D. (1982) Experimental Demonstrations of the “Not-So-Minimal” Consequences of Television News Programs. *American Political Science Review*. vol. 76, pp. 848–858.

Kefeli I.F. (2020) *Asfatronika: na puti k teorii global'noj bezopasnosti* [Asphatronics: On the Way to the Theory of Global Security]. Saint-Petersburg: IPC SZIU RANHiGS. 228 p.

Maklakov A.G. (2016) *Obshchaya psihologiya* [General Psychology]. Saint-Petersburg: Piter. 583 p.

Manojlo A.V. (2019) «Fejkovye novosti» kak ugroza nacional'noj bezopasnosti i instrument informacionnogo upravleniya [«Fake news» as a Threat to National Security and an Information Management Tool]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12. Politicheskie nauki*. no. 2, pp. 37–45.

McCombs M. (1997) New Frontiers in Agenda Setting: Agendas of Attributes and Frames. *Mass Communication Review*. vol. 24, pp. 4–24.

McCombs M. (1994) News influence on Our Pictures of the World. In: *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Ed(s): Bryant J., Zillmann D. New York: Routledge. 505 p.

Mironova N.G. (2021) O probleme obespecheniya kognitivnoj bezopasnosti [On the Problem of Ensuring Cognitive Security]. *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskij zhurnal*. no. 1, pp. 119-125. DOI: 10.34773/EU.2021.1.24.

Montague R. (2006) *Why Choose this Book? How We Make Decisions*. New York: Dutton Adult. 335 p.

Nye J.S. (2011) *The Future of Power*. New York: Public Affairs. 300 p.

Panksepp J. (1998) *Affective Neuroscience: The Foundations of Human and Animal Emotions*. New York: Oxford University Press. 466 p

Parvizi J., Damasio A. (2000) Consciousness and the Brainstem. *Cognition*. vol. 79, pp. 135–159.

Shulc V.L., Kulba V.V., Shelkov A.B., Chernov I.V. (2015) Informacionnoe upravlenie v usloviyah globalizacii i geopoliticheskogo protivoborstva [Information Management in the Context of Globalization and Geopolitical Confrontation]. *Nacional'naya bezopasnost'*. no. 2, pp. 202–243. DOI: 10.7256/2073–8560.2015.2.14622.

Uhtomskij A.A. (2020) *Uchenie o dominante* [The Dominant Doctrine]. Moscow: Yurajt. 310 p.

Weaver D., Graber D.A., McCombs M., Eyal C.H. (1981) *Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues, Images and Interests*. New York: Praeger. 227 p.

Информация об авторе

Выходец Роман Сергеевич, кандидат философских наук, доцент кафедры теории и истории международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета. Адрес: Университетская набережная, д. 7-9, Санкт-Петербург, 199034. E-mail: marketing812@mail.ru

About the author

Roman S. Vykhodets, Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Department of Theory and History of International Relations, Saint-Petersburg State University. Address: 199034, Russia, Saint-Petersburg, Universitetskaya nab., 7-9. E-mail: marketing812@mail.ru

Статья поступила в редакцию / Received: 18.03.2022

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 07.07.2022

Статья принята к публикации / Accepted: 14.07.2022