

---

---

# СОЦИОЛОГИЯ

DOI: 10.34020/2073-6495-2020-4-184-201

УДК 316

## К ВОПРОСУ О МЕТОДАХ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ

**Некрасов С.В.**

Институт социально-политических исследований  
Федерального научно-исследовательского социологического центра  
Российской академии наук  
E-mail: sv\_79@inbox.ru

Статья посвящена актуальному и закрепленному в рамках нормативных государственных документов аспекту национальной безопасности страны – манипуляции общественным сознанием и методам воздействия на него. В основном содержательном контенте статьи рассматривается как сам процесс манипуляции сознанием, при котором используются скрытые методы социально-психологического воздействия, так и сами инструментальные методы. В рамках различных междисциплинарных национальных научных исследований по данной проблематике (социология, психология, политология, право и т.д.) выделены ключевые методы, такие как: принуждение, внушение (суггестия), убеждение, пропаганда, агитация, стереотипизация (программирование) и проблематизация. Отмечается, что содержательно и по типу воздействия методы взаимозаменяют, дополняют друг друга и включают в себя множество различных видов и приемов. Также «озвучивается» тот факт, что в современном научно-исследовательском «поле» нет единой объединенной их типологии (классификации). Автором в рамках дальнейшей актуализации данного направления научных исследований, его тематического продолжения, а также объединения наиболее распространенных, но разрозненных в научной литературе методов воздействия на общественное сознание предлагается их структурное объединение в единый визуальный конструкт – схему.

*Ключевые слова:* современная социальная реальность, национальная безопасность, методы воздействия на общественное сознание, общество, манипуляция.

## ON THE METHODS OF INFLUENCING COLLECTIVE CONSCIOUSNESS

**Nekrasov S.V.**

Institute of Socio-Political Research of Theoretical and Applied Sociology  
of the Russian Academy of Sciences  
E-mail: sv\_79@inbox.ru

This article deals with the aspect of national security including mind control and methods of influence on collective consciousness, which appears to be relevant and enshrined in the regulatory state documents. The main content of the article considers both the pro-

cess of mind control by which the hidden methods of socio-psychological influence are used and the instrumental methods themselves. Various interdisciplinary national scientific studies on this issue (sociology, psychology, political science, law, etc.) identified the key methods such as coercion, suggestion, conviction, propaganda, agitation, stereotyping (programming) and problematization. It is noted that the methods in their content and by type of influence are complementary and substitutable, and include variety of types and techniques. One also mentions the fact that there is no single integrated typology (classification) of these methods in modern scientific research field. Further broadening this line of scientific research and its thematic continuation, and integrating the most widespread but divided methods of influence on collective consciousness in the academic literature, the author proposes a structural integration of these methods into a single visual scheme.

*Keywords:* modern social reality, national security, methods of influence on collective consciousness, society, manipulation.

...Получение знания об инструментах и приемах манипуляции сознанием является правом человека. Если такое знание станет доступным, то станут возможны и действия по защите против манипуляции. ...Манипуляторы будут изобретать новые инструменты и приемы, но это уже будет нелегкая и дорогостоящая борьба, а не подавление безоружного и незащищенного населения. Сам переход к подобной борьбе будет означать важный поворот в судьбе нашего общества, а может быть, и всего человечества.

*С.Г. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием*

**Введение: актуальность теоретического изучения методов воздействия на общественное сознание.** Становление новой социальной реальности России напрямую коррелирует с динамичным развитием научно-технического потенциала страны, интенсивным ростом новых технологий и глобальной информатизацией ключевых социальных процессов в обществе. На фоне данных процессов активно развивается современное информационное пространство, а следовательно, повышаются риски манипулирования массовым сознанием и популяризации общественно опасных идей, возникающих в том числе в целях деформации вектора развития сознания современного общества<sup>1</sup>.

*Подобная взаимообусловленность современных тенденций на уровне социальной реальности России и социума детерминирует актуальность, значимость и социально-научную целесообразность теоретического рассмотрения существующих методов воздействия на общественное сознание.*

*Актуальность изучения методов подтверждается спецификой их инструментального характера и функционирования, оказывающего влияние (созидательное/разрушительное) на ключевые ценностные и духовно-нравственные «...установки, мотивации и диспозиции современного общества» [10, с. 24], являющиеся фундаментальной основой «...как*

<sup>1</sup> Под общественным сознанием будем понимать «...не простую совокупность индивидуальных сознаний, а целостное образование, обладающее внутренней структурой, которая включает в себя различные уровни (теоретическое, обыденное сознание, идеология, общественная психология) и формы сознания (политическое, правовое, этическое, эстетическое, научное, религиозное, философское)» [4, с. 52].

конструирования людьми самой социальной реальности России<sup>2</sup>, так и формирования желательного/нежелательного направления ее развития». *Влияние данных методов на конструирующий потенциал общества становится определяющим и ставит фундаментальные задачи перед научным сообществом и государственными органами власти по их изучению и контролю*, что нашло свое закрепление и в ключевом нормативном документе страны, регулирующем сферу национальной безопасности. В Стратегии национальной безопасности России *актуализирована защита подвергающихся обозначенному методологическому воздействию сфер (культурных, духовно-нравственных ценностей и т.д.)*, на основе которых социум создает желательную для себя и безопасную современную социальную реальность.

*Изучение методов воздействия на общественное сознание и их контроль на личностном уровне воздействия приобретает особое звучание в системе управления и безопасности современной социальной реальности России.* Воздействие методами на совокупное общественное сознание, обладающее выраженными интегративными качествами и состоящее из индивидуальных сознаний, *актуализирует процесс управления сознанием и на локальном личностном уровне.* Речь идет о (созидательном/негативном) воздействии на сознание каждого человека, что снижает/увеличивает возможности рационального восприятия им информации и способствует повышению уровня индивидуальной управляемости/самостоятельности как части общественного сознания. В этом контексте, с точки зрения социологической парадигмы, поддержание безопасности сознания на личностном уровне является целью совокупной безопасности общественного сознания. А безопасность личности становится основой для актуализации общественной безопасности [33].

*Отдельного научного исследования на перспективу требует важнейший процесс формирования системы адекватных мер противодействия обозначенному воздействию путем выявления источников соответствующих угроз, трансформирующихся механизмов их воздействия на общественное сознание, определение и обоснование адекватных способов защиты общества.*

*В рамках бифуркационных процессов социальной реальности России целесообразно вести речь о необходимости «научного управления» [10] ею с учетом важности дальнейшего изучения методов воздействия на общественное сознание.* Данные методы имеют свои характеристики, закономерности функционирования, набор точных и протестированных правил, о которых нужно иметь целостное научно обоснованное представление во избежание их разрушительного воздействия на реальность. Социально-научный контекст проблематики прослеживается в обязательном наличии адекватного научного анализа как среды, так и индивидов, на которых осуществляется методологическое воздействие, поскольку всегда требуются разные типы влияния для разных типов сред, а также социологическое измерение полученных результатов и анализ полученных эффектов.

---

<sup>2</sup> Под социальной реальностью будем дальше понимать «...не что иное, как объективизацию субъективной деятельности человека, который действует на основе укорененных в его сознании ценностных установок, мотиваций и диспозиций» [10, с. 24].

Речь идет и об активном использовании методов, как уже было отмечено выше, *на локальном личностном уровне*, где в условиях «информационной войны» человек выступает и в качестве субъекта, и в качестве объекта информационно-психологического воздействия, *так и на глобальном государственном уровне* в деструктивных информационно-коммуникационных технологиях, в военно-политических, социально-экономических целях и информационном противоборстве, заключенном во «...все большем влиянии на характер обстановки в глобальном информационном пространстве, обусловленном стремлением некоторых стран использовать информационные и коммуникационные технологии для достижения своих целей, в том числе путем манипулирования общественным сознанием и фальсификации истории» [33]. Процесс манипулирования сознанием с помощью данных методов стал своего рода регулятором социальной реальности и ее частью, влияющей на все сферы общественной жизни, ее локальный и глобальный уровни.

*Значимость изучения методов трудно переоценить и в условиях беспрецедентного совершенствования технологий информационно-психологического воздействия*, когда органами государственной власти и научным сообществом осуществляется перманентный учет порождаемых ими угроз и вызовов современной социальной реальности для их последующего включения в нормативные документы в рамках необходимости научного обеспечения этого процесса.

*Научные исследования по данной проблематике также становятся необходимым условием информирования общества, а следовательно, и условием сохранения его безопасности.*

*Актуальность и востребованность дальнейшего научного изучения обозначенной проблематики будет только возрастать, на перспективу потребуются не только теоретическое обобщение на междисциплинарном уровне, но и отдельное социально-философское осмысление.*

**К вопросу о методах воздействия на общественное сознание: особенности и основные характеристики.** *Изучение данного воздействия имеет свои особенности, связанные со сложностью и многогранностью самого феномена и, как следствие, междисциплинарным контекстом исследования.* «...Проблема находится в поле зрения разных областей знания (социологии, этики, политики, культурологии, психологии, права, философии и т.д.), поэтому так широк спектр рассмотрения различных аспектов ее влияния: от товарного фетишизма до психологии внушения, от особенностей воздействия на людей массовой культуры до применения социально-информационных технологий как средств манипуляции общественным мнением» [15, с. 4]. Исследования по обозначенной проблеме включают научный инструментарий смежных социально-научных дисциплин и, как правило, охватывают социально-психологический план, где методы воздействия на общественное сознание оказывают фундаментальное (созидательное/разрушительное) влияние на социальную реальность. Негативный контекст воздействия опасен и «...может привести к возникновению искаженного видения мира и, как следствие, к непредсказуемым действиям людей, что является угрозой для общественной безопасности и самосохранения общества в целом» [23, с. 3]. В этом плане формируется широкий

спектр деструкций, включающих в себя трансформацию принятых моральных норм, ценностей и идеалов, распространение насилия, жестокости и др., включающий «...скрытое психологическое воздействие отправителя сообщения на получателя с целью изменения его поведения и намерений. Поскольку получатель часто даже не догадывается о таком воздействии, то его поведение зачастую не совпадает с собственными желаниями и т.д.» [15, с. 4].

Специфика теоретического рассмотрения феномена имеет выраженную социальную обусловленность, связанную, как уже было отмечено выше, с изменениями в социальной реальности России. Данные изменения под влиянием научно-технического прогресса повлекли за собой совершенствование компьютерной техники, предоставили прямой доступ к сети Интернет и информационным источникам, что закономерно породило интенсивность информационных потоков в социуме, а также «...сформированные механизмы современной общественной памяти и построенная на их основе информационная среда создают условия для манипулирования всеми формами и уровнями общественного сознания с применением различных видов, способов и методов воздействия на чувства и волю человека с целью управления психикой и социальным поведением. По существу, манипулирование сознанием становится системным явлением, которое охватывает все сферы жизни и проявляется в многообразных формах» [23, с. 3].

Социологический подход к изучению данной проблемы обнаруживает разноречивость в дефинициях, что обусловлено следующим фактором – целью социологического подхода является определение закономерностей воздействия методов на общественное сознание, при этом объект воздействия обозначается как: «общественное сознание», «сознание масс», «ценностные ориентации», «психологические установки», «диспозиции» и т.д. В этой связи возникает вопрос о том, куда устремляются информационные потоки воздействия и само воздействие, что «сущностно» оказывается в центре стремления изменить/сохранить под контролем с точки зрения социологии.

В настоящее время теоретически осмыслены отдельные моменты методологии манипулирования сознанием, такие как «...использование пропаганды, элементов идеологического противоборства, исследовались механизмы формирования общественного мнения, способы и формы передачи манипулятивной информации, особенности информационной и психологической войны, технологии манипулирования и функционирование средств массовой информации (СМИ) и т.д.» [23, с. 3]. Но в современной науке еще не сложилось единой общепризнанной концепции манипулирования сознанием, а методы воздействия на общественное сознание находятся в постоянном развитии и модификации. Это говорит о том, что исследования по данной проблеме будут продолжаться. Однако интенсивность манипулятивного воздействия на сознание возрастает, затрагивая все сферы жизнедеятельности общества.

**Основные подходы к научной классификации методов воздействия на общественное сознание: национальный опыт исследования.** В обозначенных детерминационных рамках сложившейся социальной реальности России целесообразно вести речь о сугубо локальных национальных исследованиях по данной проблеме, нацеленных на изучение «...возможностей

воздействия созидательного/разрушительного на социальную реальность страны, управление ею через общественное сознание и, как следствие, содействие сохранению национальной безопасности страны» [5, с. 37].

Наиболее распространенные и разрозненные методы воздействия на общественное сознание рассматриваются в работах таких отечественных социально-гуманитарных исследователей и исследователей в сфере естественных наук, как Д.Н. Бахрах, С.Н. Кожевников, В.М. Бехтерев, В.Г. Крысько, С.А. Зелинский, Н.К. Михайловский, Б.Ф. Поршнев, П.С. Гуревич, В.А. Ядов, А.М. Цуладзе, Г.С. Мельник, А.А. Зиновьев, И.В. Лапшина, С.Г. Кара-Мурза, Г.А. Березина, Н.Н. Богомолова, Т.В. Науменко, И.Н. Панарин, И.Д. Фомичева, Е.Я. Дугин и др.

Для более полного содержательного понимания проблемы воздействия необходимо обратиться к толкованию самого понятия. Итак, *манипуляция сознанием* представляет «...такой вид управления поведением личности, социальной группы, общества или планетарного социума, при котором используются скрытые методы социально-психологического воздействия на сознание людей в целях обеспечения частных, отличных от собственных, интересов отдельных лиц, соцгрупп, институтов, государственных и общественных структур, им противоречащих» [18, с. 586] или «...коммуникативное воздействие с помощью определенных методов, ведущее к актуализации у объекта воздействия мотивационных состояний (а вместе с тем и чувств, аттитюдов, стереотипов), побуждающих его к поведению, желательному (выгодному) для субъекта воздействия» [24].

К основным методам воздействия, устоявшимся в российских социально-научных исследованиях, можно отнести следующие: *принуждение, внушение (суггестия), убеждение, пропаганда, агитация, стереотипизация (программирование) и проблематизация*. Содержательно и по типу воздействия все эти методы тем или иным образом взаимозаменяют и дополняют друг друга. Кроме того, каждый метод включает в себя множество видов и приемов, используемых для воздействия на сознание группы людей или отдельную личность и манипулирование ими.

**Метод принуждения** как социальный феномен охватывает все сферы жизнедеятельности человека и носит многоаспектный характер. Разносторонность явления говорит о его распространенности в современном социуме. Данный вид воздействия предполагает влияние на человека или группу людей с помощью логики и эмоционального давления с элементами насилия. Может использоваться совокупно с сознательным преувеличением опасности, вызовом отрицательных эмоций и страха за себя и за других людей. Как правило, манипуляторами озвучиваются или воспроизводятся «наглядные примеры», где человек попадает в неприятную ситуацию, в соответствии с которой он испытывает страх.

В социологической парадигме используется активное и ситуационное принуждение. При *активном принуждении* «...действия подчиненных индивидов или социальных групп определяются применением или угрозой применения физической силы, а *ситуационное принуждение* означает, что людей вынуждают вести себя определенным образом ситуационные обстоятельства, то есть структура общества, а не индивиды» [1, с. 355]. Принуждение также рассматривается как «насилие над волей индивида или соци-

альной группы путем применения санкций» [17, с. 262]. По своим основным видам воздействия принуждение делится на большое количество видов (государственное, правовое, политическое, идеологическое, виртуальное, экономическое и т.д.). Но, с нашей точки зрения, все они являют суть целого от физического и психического принуждения.

Под *его физическим вариантом* следует понимать «...насильственное воздействие на организм человека, сводящееся к причинению боли или вреда здоровью, совершаемое с целью добиться совершения принуждаемым лицом определенного действия» [20, с. 176]. В качестве средств физического принуждения выступают воздействия, которые приводят к нарушениям физической целостности человеческого организма (избиение, применение оружия и т. п.), воздействию на физиологию человека (применение психотропных и сильнодействующих лекарственных средств и т. п.), а также ограничению физической свободы.

Под *психическим принуждением* понимается «...информационное воздействие на сознание человека, представляющее собой угрозу применения физического насилия к самому принуждаемому лицу или его близким» [20, с. 177]. Средствами психического принуждения выступают угроза и гипноз, с помощью которых принуждающий пытается запугать субъекта принуждения, тем самым добиваясь от него определенного поведения. Общей характерной особенностью для обоих видов принуждения является то, что тот или иной вид представляет собой общественно опасное деяние, незаконно совершающееся и имеющее цель воспрепятствовать свободе воли человека, заставить его совершить поступок, нежелательный для него самого.

**Внушение** как метод социально-психологического воздействия осуществляется путем навязывания мыслей и состояний на фоне их не критического (часто неосознанного) восприятия. Иными словами, внушение – это целенаправленное и неаргументированное воздействие на человека или группу людей. Внушение представляет собой «...словесное воздействие на волю, сознание человека с целью убедить его в чем-либо или вызвать какое-либо чувство» [27], или «...вид целенаправленного коммуникативного влияния на поведение и сознание человека (или группу людей), в результате которого человек (группа людей) вопреки имеющейся фактической информации (воспринимаемой, извлекаемой из памяти) признает существование того, что в действительности не существует, либо что-то делает вопреки своим намерениям или привычкам» [24]. Важнейшим компонентом внушения является «...воздействие на психическую сферу человека, связанное со снижением сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания, с отсутствием логического анализа и оценки в соотношении с прошлым опытом и данным состоянием субъекта» [28]. Как отмечалось выше, внушение ведет к некритическому осознанию действий со стороны объекта внушения и есть не что иное, как «...вторжение в сознание или прививание к нему идеи, происходящее без участия воли и внимания воспринимающегося лица и нередко даже без ясного с его стороны сознания» [25]. Оно осуществляется разными вербальными и невербальными средствами – словами, интонацией, мимикой, жестами, действиями суггестора. При внушении сначала воспринимается информация с готовыми

выводами, а затем на ее основе формируются мотивы и установки определенного поведения. Интеллектуальная (аналитико-синтезирующая) активность сознания человека либо отсутствует, либо ослаблена, а восприятие им информации, настроений, чувств, шаблонов поведения основывается на механизмах заражения и подражания [31].

Внушение бывает двух видов: *непосредственное* и *опосредованное* [13]. *Непосредственное внушение* достигается путем прямого вербального воздействия как прямая речь и сопровождается жестами, мимикой, интонацией, что усиливает ее воздействие, а при *опосредованном внушении* воздействие на объект внушения происходит вне личных контактов с помощью посредника или различных средств массовой информации (кино, радио, телевидение, пресса, наглядные средства и т. д.).

Внушение также осуществляется в соответствии со следующими критериями [31]:

– по способу *внушающего воздействия* (открытое (прямое), закрытое (косвенное). При *открытом (прямом) внушении* имеет место конкретная обозначенная цель и прямая направленность на конкретный объект воздействия. *Закрытое (косвенное) внушение* – это внушение со скрытой целью, не имеющей прямой направленности на истинного объекта воздействия;

– по *средствам воздействия* (контактное и дистантное). *Контактное внушение* нацелено на непосредственное общение с объектом воздействия (проведение индивидуальных и групповых бесед, митинги, собрания, информирование, вечера вопросов и ответов, различные культурно-развлекательные мероприятия). *Дистантное внушение* – это внушение на расстоянии с помощью различных средств массовой информации (устная и печатная, радио и телевидение); при этом у людей в сознании формируются нужные идеи, мнения, установки;

– по *интервалу времени между внушающим воздействием и ответной реакцией* (непосредственное и отсроченное). При *непосредственном внушении* ответная реакция объекта происходит сразу после восприятия внушающего воздействия. При *отсроченном внушении* происходит временной промежуток между воздействием и ответной реакцией объекта. Иными словами, создается установка на срабатывание внушения в будущем;

– по *длительности эффекта воздействия* (кратковременное и длительное). *Кратковременное внушение* характеризуется коротким промежутком эффективности воздействия. *Длительное внушение* сохраняет воздействие в течение длительного промежутка времени;

– по *содержанию воздействия* (специфическое и неспецифическое). При *специфическом внушении* объекту воздействия навязываются конкретные идеи, установки и мотивы с целью провоцирования у него определенной поведенческой реакции. *Неспецифическое внушение* провоцирует у объекта воздействия отрицательные психические состояния. У объекта воздействия формируются состояния беспокойства, депрессии или апатии; пробуждается чувство страха перед реальной или вымышленной опасностью [31].

Следующим методом воздействия на общественное сознание является **метод убеждения**, под которым следует понимать «...способ вербального (словесного) влияния, который включает в себя систему доводов, вы-



строенных по законам формальной логики и обосновывающих выдвигаемый индивидом тезис» [30] или «...воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Основу метода убеждений составляет отбор, логическое упорядочение фактов и выводов согласно единой функциональной задаче» [26]. Следует отметить, что при убеждении чаще всего воспринимается та информация, которая согласуется с имеющимися установками убеждающегося. В отличие от внушения, для убеждения необходимо наличие достоверных фактов и ясность сознания.

Убеждение подчас «...ориентировано на интеллектуально-познавательную сферу человеческой психики, суть которого состоит в том, чтобы с помощью логических аргументов добиться от человека внутреннего согласия с определенными умозаключениями, а затем на этой основе сформировать и закрепить новые установки или трансформировать старые в соответствии с поставленной целью» [31]. Основными средствами могут выступать: образ, тембр речи, жест, мимика, эмоционально-волевые состояния, ритм речи и действий.

Выделяют два способа убеждения – *прямое и косвенное* [7, с. 30]. *Прямой способ убеждения* реализуется, когда у индивида или группы людей имеется достаточно оснований для обдумывания сути информации, сосредоточение на аргументах при их неопровержимости и весомости. В данном случае вероятность убеждения высока. При *косвенном способе убеждения* внимание людей сосредоточено на признаках, которые «запускают механизм согласия» без серьезных размышлений. Когда внимание рассеяно, и нет склонности думать, то привычные и понятные суждения становятся более убедительными, нежели оригинальные и нестандартные. Убеждение включает четыре вида воздействия: *информирование, разъяснение, доказательство и опровержение*.

*Информирование* – это сообщение, побуждающее человека к деятельности. *Разъяснение* представляет собой эмоциональное словесное воздействие на группу людей или отдельную личность. *Доказательство* нацелено на выдвижение какого-либо тезиса и его аргументирование. При *опровержении* происходит «...критика устоявшихся взглядов и стереотипов поведения человека, разрушение и формирование его установок» [32].

Методами, коррелирующими с убеждением и содержательно продолжающими его в части формирования убеждений определенной направленности, выступают метод пропаганды и метод агитации.

**Метод пропаганды** представляет собой «...распространение и внушение взглядов, идей, мнений с целью позитивно или негативно настроить аудиторию (любого состава – от нескольких человек до масс и даже общества в целом) и стимулировать ее реакции в желательном направлении» [9, с. 366].

По степени воздействия на эмоционально-волевою сферу массового сознания и по пробуждению эмоций у людей пропаганда делится на *позитивную (конструктивную)* и *негативную (деструктивную)* [22, с. 100–101].

При *положительной (конструктивной) пропаганде* те или иные убеждения доводятся до адресата ясно с целью развития социального согласия и воспитания в рамках общепринятых норм и ценностей, т.е. действуют в ин-

тересах адресата, выполняя воспитательную и информационную функции, а при *негативной (деструктивной) пропаганде* те или иные убеждения навязываются по принципу «цель оправдывает средство».

Иными словами, деструктивная пропаганда нацелена на «...разжигание социальной вражды, обострение социальных конфликтов, содействие усилиям противоречий в обществе и пробуждению низменных инстинктов у людей, а также разобщение людей, при этом делая человека послушными воле пропагандиста» [11, с. 306]. Основная ее функция – «...создание иллюзорной, “перевернутой” системы убеждений, ценностей и взглядов» [22, с. 100–101].

По целевой направленности психологического воздействия пропаганды на массовое сознание выделяются ее различные виды [29]:

– *пропаганда созидания* убеждает людей в необходимости и целесообразности строительства общества нового типа и призывает их принять в этом участие;

– *пропаганда стойкости и героизма* призывает мужественно переносить все тяготы и лишения при строительстве общества нового типа, демонстрирует героизм, отважность и самопожертвование отдельных личностей, к которым надо стремиться;

– *пропаганда просвещения* информирует о тех или иных действиях правительства, политических деятелей, об экономической или военной мощи, пропагандирует определенный образ жизни, преподносит систему ценностей какого-либо общества как единственно правильную;

– *пропаганда разрушения* работает против идеологии враждебного государства, убеждает людей в безнравственности соперников, их ошибках и подчеркивает негативные черты чужих лидеров;

– *пропаганда разделения* способствует разжиганию национальных, социальных, религиозных, культурных и мировоззренческих противоречий;

– *пропаганда устрашения* направлена на устрашение и запугивание противников. Помимо психологического воздействия, может использовать и физическое в качестве наглядности;

– *пропаганда отчаяния* акцентирует тяжелое экономическое и социальное положение во враждебной стране, внушая населению, что до их нужд правительству нет дела, и оно не способно улучшить обстановку.

Последние пять видов пропаганды могут применяться не только против враждебного государства, но и против интересов собственной страны.

В зависимости от источника и подлинности используемой информации пропаганда делится на «белую», «серую» и «черную» [3].

«Белая» пропаганда обычно ссылается на официальные источники и использует проверенные данные, не маскируя свои цели.

При «серой» пропаганде ее источники информации не всегда указываются, используются как достоверные, так и недостоверные сведения, подтасовываются факты и мнения с целью навязать свои выводы и оценки.

«Черная пропаганда» нацелена на сокрытие подлинных источников информации [31]. Иными словами, основана на ложном сообщении. Ее систематически применяют «бульварная» или «желтая пресса», а также экстремистские политические организации. Обычно для большей убедительности используется «...манипулятивная технология подмены информации

мнением либо прием изъятия из контекста. В этом случае подспорьем служат слухи, гиперболизация и эмоциональный резонанс» [21, с. 91].

Также можно выделить виды пропаганды [2, с. 50]:

– *по методам вовлечения масс в процесс пропаганды* – социологическая пропаганда (использование элементов повседневности с целью насаждения неосознаваемых людьми идеологий или политических предпочтений) и пропаганда средствами искусств (создание системы привязанности с помощью архитектуры, живописи, графики, скульптуры, плаката, кино, театра, музыки, литературы, журналистики);

– *по масштабу вовлечения аудитории* – ретиальная, т.е. сетевая, массовая (взаимодействие с широкой аудиторией и использование средств, рассчитанных на массовое воспитание), и аксиальная (взаимодействие со специально отобранной частью населения);

– *по форме существования* – прямая (явная) (использование публичных призывов, лозунгов, саморекламы) и неявная (косвенное влияние на людей с использованием иносказаний, метафор, скрытых намеков);

– *по способам распространения знаний и по формированию убеждений* – *устная* (опосредованная через технические устройства – радио, телевидение и непосредственная через живое общение – беседы, лекции, консультации, конференции и т.д.), *печатная* (газеты, журналы, брошюры и т.д.), *виртуальная* (интернет) [11, с. 307].

**Метод агитации** нацелен на «...распространение идей для воздействия на сознание, настроение, обществ, активность масс» [17, с. 6] или «...стремление убедить кого-либо в чем-либо, склонить кого-либо к чему-либо» [27]. Агитация является частью пропаганды, так как также преследует цель – управление массовым сознанием. Однако существуют и различия: если пропаганда нацелена на воздействие всего общества в целом, действует длительно и формирует целостное мировоззрение, то агитация воздействует адресно, связана с событием (например, выборами) и побуждает людей к действию [2, с. 51]. В агитационной деятельности приоритетными становятся только те элементы мышления, которые отвечают за побуждение людей к практической деятельности.

Средствами агитационного воздействия выступают: распространение агитпродукции (листовки, газеты, плакаты); распространение агитматериалов через различные СМИ; организация агитационных мероприятий (митинги, шествия, акции, пикеты); создание наружной агитации (уличные щиты, баннеры); телефонная агитация – рассылка агитационных сообщений; работа с инициативными группами [8, с. 70].

Агитационное воздействие «...стимулирует не критические мыслительные реакции, способствующие разрушению рациональных оснований сознания и формированию фанатизма, с помощью которых воспитываются террористы и самоубийцы, которые ради своих идей или целей способны поставить под угрозу не только собственную жизнь, но и жизни других людей» [12, с. 122]. Больше всего агитация проявляет себя в избирательных кампаниях как *предвыборная агитация* и в основном связана с властью и политикой.

**Метод стереотипизации (или программирования)** нацелен на формирование у людей определенных алгоритмов и стереотипов поведения.

Иными словами, это «...метод психологического воздействия на психику человека с целью создания алгоритмов его интеллекта и формирования стереотипов поведения» [14, с. 193]. В любом современном обществе программирование людей не только посредством средств массовой информации, но и отдельно взятым человеком или группой людей осуществляется путем внедрения в их сознание «...системы стереотипов – стандартов поведения, социальных мифов, политических иллюзий» [19, с. 37]. Процесс образования стереотипов (стереотипизация) осуществляется под воздействием бессознательной коллективной переработки, индивидуальной социокультурной среды и при целенаправленном идеологическом воздействии посредством СМИ. При стереотипизации происходит обращение к эмоциям, что приводит к блокированию у человека критического мышления и способности самостоятельно анализировать информацию. Вследствие этого с помощью стереотипов можно легко манипулировать общественным сознанием. Как было указано выше, эмоции способны «...отучать человека анализировать явления, критически их оценивать, приучают принимать их безоговорочно» [19, с. 39]. Стереотипы делятся [16, с. 55–56]:

- *по субъекту стереотипизации*: индивидуальные и коллективные;
- *по объекту стереотипизации*: антропостереотипы (стереотипы персонаний и социальные стереотипы), событийные, предметные (вещественные, понятийные);
- *по типу социальной группы как объекту стереотипизации*: гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, этнические/национальные, конфессиональные/религиозные, региональные, классовые, политические и т.д.;
- *по механизму формирования*: дедуктивные (усваиваются в процессе социализации как опыт) и индуктивные (основываются на единичном опыте общения с представителями другой культуры. Опасны высоким уровнем субъективизма и иллюзией знаний);
- *по условиям формирования*: интенциональные (конструируются при создании определенного имиджа – политика, образ врага и т. д.) и спонтанные (возникают субъективно без влияния каких-либо социальных интересов);
- *по объему влияния на общественное сознание и социальное бессознательное*: стереотипы картины мира, мировоззренческие стереотипы, стереотипы мышления, методологические, методические и технологические стереотипы и др.

Представленная типология стереотипов разнообразна, не является исчерпывающей, но отражает наиболее часто встречающиеся ее варианты.

Общепризнанно, что в современном обществе средства массовой информации играют большую роль в формировании стереотипов и наиболее устойчивое положение занимают гендерные, духовно-нравственные и этнические стереотипы.

**Метод проблематизации** – это привлечение внимания человека к определенным проблемам в жизни общества посредством различных средств массовой информации (устная и печатная, радио и телевидение).

Проблемы, освещаемые СМИ, порой не всегда бывают объективными, что ведет к искажению информации, не соответствующей реальной

картине мира. Происходит преувеличение значения одних проблем и уменьшение других. Метод проблематизации так же, как и метод стереотипизации, может быть направлен на «...выработку у людей конкретных триггеров (возбудителей, раздражителей) и реакций на них, что является частью формирования модели поведения человека и его установок» [8, с. 72].

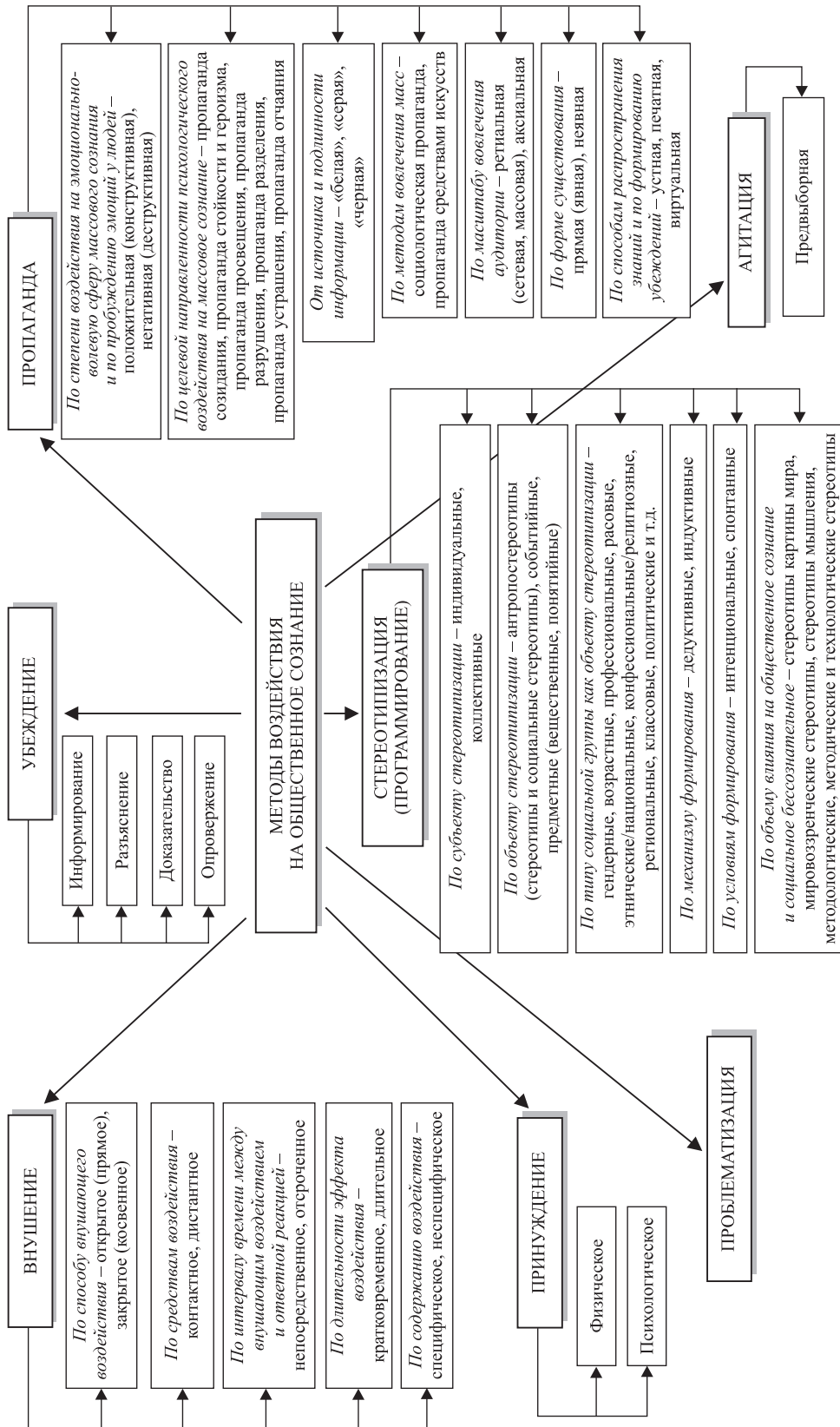
**Авторский конструкт: объединенная схема основных методов воздействия на общественное сознание.** Несмотря на имеющееся научное изучение и использование методов воздействия на практике, следует отметить, что в современном научно-исследовательском «поле» нет их единой объединенной типологии (классификации). Это обусловлено тем, что имеющиеся в современном арсенале воздействия методы постоянно модифицируются, появляются новые в соответствии с изменением и самого человека, и окружающего его современного техносоциального пространства.

В содержательном плане методы воздействия на общественное сознание изучаются с различных междисциплинарных социально-научных позиций, открывающих наиболее полный контекст феномена и во многом коррелирующих друг с другом. Как правило, научные исследования осуществляются в рамках конкретных задач и интересов, решаемых каждым исследователем в отдельности. В разном предметном поле также актуализируется определенный ракурс воздействия в зависимости от поставленных манипуляторами целей.

В рамках дальнейшей актуализации данного направления научных исследований, их тематического продолжения, а также объединения наиболее распространенных, но разрозненных в научной литературе методов воздействия на общественное сознание, целесообразно обратиться к их объединению и «встраиванию» в единый визуальный конструкт (см. рисунок<sup>3</sup>). Предложенная схема объединенных методов и их типологий в условиях отсутствия целостной научной классификации позволила соединить в общий содержательный контент междисциплинарные направления отечественных научных исследований (философский, психологический, социологический, политологический, правовой и т.д. аспекты проблематики) с учетом базовой социальной природы феномена. Содержательной основой схемы можно считать социально-психологические методы, в рамках научной специфики которых (социальная психология, психология личности) осуществляются наиболее значимые для исследования феномена научные разработки. Подобная детерминация обусловлена спецификой предметного поля, нацеленной на изучение общественного сознания, а также практик воздействия на сознание и манипуляции им.

Наглядное объединение существующих методов в единую структуру не может претендовать на исчерпывающий научный конструкт, но может служить теоретико-методологической основой для дальнейшей научно-исследовательской и педагогической работы.

<sup>3</sup> По материалам научных исследований А.И. Бастрыкина, В.Г. Крысько, И.Д. Ладанова, А.М. Цуладзе, М.В. Киселева, С.Г. Кара-Мурзы, Т.Н. Патрухиной, Д.А. Шламовой, Г.А. Борщевецкого, К.И. Мороз, О.А. Питько, С.Н. Федорченко, Л.В. Федорченко, Н.В. Сорокиной и др.



Основные методы воздействия на общественное сознание

Обозначенное теоретическое направление исследований содержит значительный научно-исследовательский потенциал, требующий его дальнейшего раскрытия.

**Заключение.** Получение исчерпывающих знаний об инструментах и приемах манипуляции сознанием является правом человека и основой его защиты, информационной свободы и правильной самоидентификации. Критическая степень важности данного направления подтверждается не только научными исследованиями, а также открытым циничным дискурсом, охватывающим зону нравственности и ценностных смыслов, сознательно попираемых в современном обществе; «...как только люди поймут основу своего я и самоидентифицируются, то управлять и манипулировать ими будет чрезвычайно тяжело. Как управлять, когда любое массовое управление имеет в себе элемент манипуляции, и когда все имеют возможность судить напрямую и обладать не препарируемой информацией через обученных аналитиков и СМИ, что заняты построением и сохранением страт...»<sup>4</sup>. Подобного рода «...социальные маркеры указывают на стратегическое направление сохранения национальной безопасности» [6, с. 13], а научные знания становятся гарантом эволюционного развития общества со свободным антропоцентричным мировоззрением.

### Литература

1. *Аберкромби Н.* Социологический словарь / пер. с англ. Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер; под ред. С.А. Ерофеева; 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. 620 с.
2. *Борщевский Г.А.* Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство «Юрайт», 2018. 267 с.
3. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: ООО «ГД Алгоритм», 2015. 640 с.
4. *Карпова С.Г.* К вопросу о национальной безопасности страны: информационное воздействие СМИ на современное общество // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 4. С. 51–57.
5. *Карпова С.Г., Пинчук А.Н., Некрасов С.В.* Исторический и современный контекст становления концепта национальной безопасности страны как отражение динамики социальной реальности России: актуальное направление развития // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2019. № 3. С. 31–40.
6. *Климовицкий С.В., Карпова С.Г.* Социально-психологическое измерение коррупции. М.: ИСПИ РАН, 2013. 19 с.
7. *Майерс Д.* Социальная психология. 7-е изд. СПб.: Питер, 2005. 794 с.
8. *Морозов К.Е., Питько О.А.* Психологические механизмы воздействия пропаганды СМИ // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2018. № 2 (31). С. 69–73.
9. Новая философская энциклопедия: в 4 т. Т. III / Ин-т философии РАН; Нац. общ.-науч. фонд; науч.-ред. совет: предс. В.С. Степин, заместители предс.: А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин, уч. секр. А.П. Огурцов. М.: Мысль, 2010. 692 с.
10. Новая социальная реальность: системообразующие факторы, безопасность и перспективы развития. Россия в техносциальном пространстве: коллективная монография. М.; СПб.: Нестор-История, 2020. 208 с.

---

<sup>4</sup> Выступление Г.О. Грефа на Петербургском международном экономическом форуме 22.06.2012 г.

11. *Патрухина Т.Н., Шламова Д.А.* Пропаганда: сущность научной дефиниции, подходы к классификации // Молодой ученый. 2015. № 3 (83). С. 305–307.
12. *Петрунин Ю.Ю. и др.* Политические коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. А. И. Соловьева. М.: Аспект Пресс, 2004. 332 с.
13. *Потеряхин А.Л.* Психология управления. Киев: Изд-во «Астропринт», 1999. 432 с.
14. *Сащенко А.Д.* Методы психологического воздействия СМИ на аудиторию // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2012. № 2. С. 191–196.
15. *Сладкова О.Б.* Манипулирование общественным сознанием в информационном обществе // Обсерватория культуры. 2006. № 6. С. 4–12.
16. *Сорокина Н.В.* Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации: монография. М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2014. 265 с.
17. Социологический энциклопедический словарь / на русском, английском, немецком, французском и чешском языках; ред.-коорд. – акад. РАН Г.В. Осипов. М.: Издательская группа ИНФРА-М, 1998. 488 с.
18. Социологическая энциклопедия: в 2 т. Т. 1 / Национальный общественно-научный фонд; рук. науч. проекта Г.Ю. Семигин; гл. ред. В.Н. Иванов. М.: Мысль, 2003. 694 с.
19. Техника дезинформации и обмана / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Мысль, 1978. 246 с.
20. Уголовное право России. Практический курс: учеб.-практ. пособие: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / под общ. ред. А.И. Бастрыкина; под науч. ред. А.В. Наумова; 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Волтерс Клувер, 2007. 808 с.
21. *Федорченко С.Н., Федорченко Л.В.* Антисоветская пропаганда нацистской Германии // Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки. 2015. № 2. С. 87–93.
22. *Цуладзе А.* Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. 336 с.
23. *Шипова А.В.* Манипулирование сознанием и его специфика в современном обществе: автореф. дис... канд. филос. наук. Ставрополь, 2007. 25 с.
24. Большой психологический словарь / под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. [Электронный ресурс]. URL: <https://psychological.slovaronline.com/> (дата обращения: 20.04.2020).
25. *Бехтерев В.М.* Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Издание К.Л. Риккера, 1908. [Электронный ресурс]. URL: <http://psylib.org.ua/books/behtv01/index.htm> (дата обращения: 20.04.2020).
26. *Головин С.Ю.* Словарь практического психолога. Минск: Харвест, 1998. [Электронный ресурс]. URL: <https://986.slovaronline.com/> (дата обращения: 20.04.2020).
27. *Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.efremova.info/> (дата обращения: 20.04.2020).
28. *Зелинский С.А.* Современные психотехнологии манипулирования // Информационный ресурсный центр «Пси-фактор». [Электронный ресурс]. URL: <https://psyfactor.org/lib/zln13.htm> (дата обращения: 20.04.2020).
29. *Киселев М.В.* Психологические аспекты пропаганды // Информационный ресурсный центр «Пси-фактор». [Электронный ресурс]. URL: <https://psyfactor.org/propaganda7.htm> (дата обращения: 20.04.2020).
30. Краткий психологический словарь / сост. Л.А. Карпенко, А.В. Петровский, М.Г. Ярошевский // Наука. Искусство. Величие. [Электронный ресурс]. URL: <http://med.niv.ru/doc/dictionary/short-psychology/index.htm> (дата обращения: 20.04.2020).
31. *Крысько В.Г.* Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text19/007.htm> (дата обращения: 20.04.2020).



32. *Ладанов И.Д.* Умение убеждать // Официальный сайт ЧОУ ИПП. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iprnou.ru/article.php?idarticle=003224> (дата обращения: 20.04.2020).
33. Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 г. N 683 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации». [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_191669/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191669/) (дата обращения: 20.04.2020).

### Bibliography

1. *Aberkrombi N.* Sociologicheskij slovar' / per. s angl. N. Aberkrombi, S. Hill, B.S. Terner; pod red. S. A. Erofeeva; 2-e izd., pererab. i dop. M.: ZAO «Izdatel'stvo «Jekonomika», 2004. 620 p.
2. *Borshhevickij G.A.* Svjazi s obshhestvennost'ju v organah vlasti: uchebnik i praktikum dlja bakalavriata i magistratury. M.: Izdatel'stvo «Jurajt», 2018. 267 p.
3. *Kara-Murza S.G.* Manipuljacija soznaniem. Vek XXI. M.: OOO «TD Algoritm», 2015. 640 p.
4. *Karepova S.G.* K voprosu o nacional'noj bezopasnosti strany: informacionnoe vozdejstvie SMI na sovremennoe obshhestvo // Gumanitarnye, social'no-jekonomicheskie i obshhestvennye nauki. 2020. № 4. P. 51–57.
5. *Karepova S.G., Pinchuk A.N., Nekrasov S.V.* Istoricheskij i sovremennij kontekst stanovlenija koncepta nacional'noj bezopasnosti strany kak otrazhenie dinamiki social'noj real'nosti Rossii: aktual'noe napravlenie razvitiya // Gumanitarnye, social'no-jekonomicheskie i obshhestvennye nauki. 2019. № 3. P. 31–40.
6. *Klimovickij S.V., Karepova S.G.* Social'no-psihologicheskoe izmerenie korrupcii. M.: ISPI RAN, 2013. 19 p.
7. *Majers D.* Social'naja psihologija / 7-e izd. SPb.: Piter, 2005. 794 p.
8. *Morozov K.E., Pit'ko O.A.* Psihologicheskie mehanizmy vozdejstvija propagandy SMI // Vestnik Priamurskogo gosudarstvennogo universiteta im. Sholom-Alejhema. 2018. № 2 (31). P. 69–73.
9. Novaja filosofskaja jenciklopedija: v 4 t. T. III / In-t filosofii RAN; Nac. obshh.-nauchn. fond; nauchno-red. sovet: preds. V.S. Stjopin, zamestiteli preds.: A.A. Gusejnov, G.Ju. Semigin, uch. sekr. A.P. Ogurcov. M.: Mysl', 2010. 692 p.
10. Novaja social'naja real'nost': sistemooobrazujushhie faktory, bezopasnost' i perspektivy razvitiya. Rossija v tehnosocial'nom prostranstve: kolektivnaja monografija. M.; SPb.: Nestor-Istorija, 2020. 208 p.
11. *Patruhina T.N., Shlamova D.A.* Propaganda: sushhnost' nauchnoj definicii, podhody k klassifikacii // Molodoj uchjonyj. 2015. № 3 (83). P. 305–307.
12. *Petrinin Ju.Ju. i dr.* Politicheskie kommunikacii: ucheb.posobie dlja studentov vuzov / pod red. A.I. Solov'jova. M.: Aspekt Press, 2004. 332 p.
13. *Poterjahin A.L.* Psihologija upravlenija. Kiev: Izd-vo «Astroprint», 1999. 432 p.
14. *Sashhenko A.D.* Metody psihologicheskogo vozdejstvija SMI na auditoriju // Izvestija Juzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2012. № 2. P. 191–196.
15. *Sladkova O.B.* Manipulirovanie obshhestvennym soznaniem v informacionnom obshhestve // Observatorija kul'tury. 2006. № 6. P. 4–12.
16. *Sorokina N.V.* Nacional'nye stereotipy v mezhkul'turnoj kommunikacii: monografija. M.: IC RIOR, NIC INFRA-M, 2014. 265 p.
17. Sociologicheskij jenciklopedicheskij slovar' / na russkom, anglijskom, nemeckom, francuzskom i cheshskom jazykah; red.-koord. – akad. RAN G.V. Osipov. M.: Izdatel'skaja gruppy INFRA-M, 1998. 488 p.
18. Sociologicheskaja jenciklopedija: v 2 t. T. 1 / Nacional'nyj obshhestvenno-nauchnyj fond; ruk. nauch. proekta G.Ju. Semigin; gl. red. V.N. Ivanov. M.: Mysl', 2003. 694 p.
19. Tehnika dezinformacii i obmana / pod red. Ja. N. Zasurskogo. M.: Mysl', 1978. 246 p.

20. Uголовное право Rossii. Prakticheskij kurs: ucheb.-prakt. posobie: ucheb. dlja studentov vuzov, obuchajushhhsja po special'nosti «Jurisprudencija» / pod obshh. red. A.I. Bastrykina; pod nauch. red. A.V. Naumova; 3-e izd., pererab. i dop. M.: Izdatel'stvo Volters Kluver, 2007. 808 p.
21. *Fedorchenko S.N., Fedorchenko L.V.* Antisovetskaja propaganda nacistskoj Germanii // Vestnik MGOU. Serija: Istorija i politicheskie nauki. 2015. № 2. P. 87–93.
22. *Culadze A.* Bol'shaja manipuljativnaja igra. M.: Algoritm, 2000. 336 p.
23. *Shipova A.V.* Manipulirovanie soznaniem i ego specifika v sovremennom obshhestve: avtoref. dis. ... kand. filos. nauk. Stavropol', 2007. 25 p.
24. Bol'shoj psihologicheskij slovar' / pod red. B.G. Meshherjakova, V.P. Zinchenko. SPb.: Prajm-Evroznak, 2007. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://psychological.slovaronline.com/> (data obrashhenija: 20.04.2020).
25. *BehtereV V.M.* Vnushenie i ego rol' v obshhestvennoj zhizni. SPb.: Izdanie K.L. Rik-kerera, 1908. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://psylib.org.ua/books/behtv01/index.htm> (data obrashhenija: 20.04.2020).
26. *Golovin S.Ju.* Slovar' prakticheskogo psihologa. Minsk: Harvest, 1998. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://986.slovaronline.com/> (data obrashhenija: 20.04.2020).
27. *Efremova T.F.* Novyj slovar' russkogo jazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyj. M.: Russkij jazyk, 2000. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://www.efremova.info/> (data obrashhenija: 20.04.2020).
28. *Zelinskij S.A.* Sovremennye psihotehnologii manipulirovanija // Informacionnyj resursnyj centr «Psi-faktor». [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://psyfactor.org/lib/zln13.htm> (data obrashhenija: 20.04.2020).
29. *Kisel'jov M.V.* Psihologicheskie aspekty propagandy // Informacionnyj resursnyj centr «Psi-faktor». [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://psyfactor.org/propaganda7.htm> (data obrashhenija: 20.04.2020).
30. Kratkij psihologicheskij slovar' / sost. L.A. Karpenko, A.V. Petrovskij, M.G. Jaroshevskij // Nauka. Iskusstvo. Velichie. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://med.niv.ru/doc/dictionary/short-psychology/index.htm> (data obrashhenija: 20.04.2020).
31. Krys'ko V.G. Sekrety psihologicheskoi vojny (celi, zadachi, metody, formy, opyt). [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/007.htm> (data obrashhenija: 20.04.2020).
32. *Ladanov I.D.* Umenie ubezhdat' // Oficial'nyj sajt ChOU IPP. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=003224> (data obrashhenija: 20.04.2020).
33. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 31.12.2015 g. N 683 «O strategii nacional'noj bezopasnosti Rossijskoj Federacii». [Jelektronnyj resurs]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_191669/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191669/) (data obrashhenija: 20.04.2020).