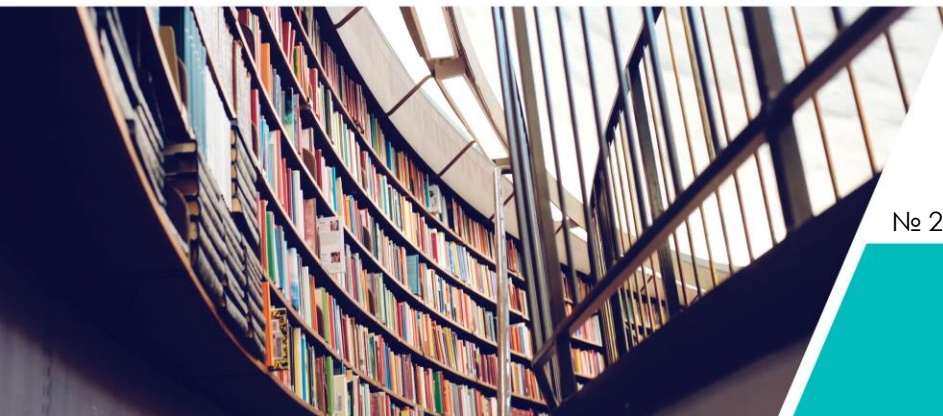


НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



№ 2 (14) 2020

В НОМЕРЕ:

Социология

- 22.00.04 — Социальная структура, социальные институты и процессы
- 22.00.08 — Социология управления

Психология

- 19.00.03 — Психология труда, инженерная психология, эргономика

Педагогика

- 13.00.08 — Теория и методика профессионального образования

Научный журнал "Социально-гуманитарные технологии"

Зарегистрирован ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации :

ЭЛ № ФС77-64254 от 25 декабря 2015 г.

Учредитель Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Технологический университет» (141070, Московская обл., г.Королев, ул.Гагарина, д.42) / 16+

Над выпуском работали

Паршина Ю.С.

Макаревич Е.В.

Адрес редакции:

141070, Королев,

Ул. Октябрьская, 10а

Тел. (495)543-34-31

e-mail: sgtjournal@mail.ru

www.sgtjournal.ru

23.06.2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ

22.00.04 Социальная структура, социальные институты и процессы
В.И.АНТОНЕНКО
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА И КОРОНАВИРУСА.....3

М.А. ТКАЛИЧ
ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ.....10

Е.К. ФЕДОРИЩЕВА, И.А. ГАРЕЕВА, К.В. КОСИЛОВ
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ В ОТНОШЕНИИ ЗДОРОВЬЯ У СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ.....15

22.00.08 Социология управления
У.А. КОГТЕВА
ТРАНСФОРМАЦИЯ НАВЫКОВ XXI ВЕКА ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....26

М.П. КЮРЕГЯН
ПРОБЛЕМА СТИЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....35

К.В. ЛАПШИНОВА, А.А. ПОДОЛЬСКАЯ
ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ.....44

ПСИХОЛОГИЯ

19.00.03 Психология труда, инженерная психология, эргономика
М.Н. БОРИСОВА, Е.О. ЕРМАКОВА
РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ СОТРУДНИКОВ (НА ПРИМЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «НПП ВЕКТОР»).....54

М.В. КАПРАНОВА
НОРМЫ И СТАНДАРТЫ АУДИТА ПЕРСОНАЛА В РАБОТЕ ПСИХОЛОГА.....61

М.В. КИБАКИН, Е.А. МАЛАХОВА
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ТЬЮТЕРСКИХ ПРОГРАММ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ И ВОВЛЕЧЕНИЯ В НАУЧНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИНВАЛИДОВ.....68

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ

К.В. Лапшинова, кандидат социологических наук,
доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королев, Россия.
А.А. Подольская, аспирант факультета социальных наук,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», Москва, Россия

Феномен информационной войны представляет собой одну из наиболее актуальных тем для социологического анализа. В фокусе данного исследования находятся проблемы информационной безопасности России в контексте отношения молодежи к информационной войне. Рассмотрены такие аспекты как: мнения молодого поколения о целях, средствах и методах информационной войны, влияние информационной войны непосредственно на жизнь респондентов. Сделан акцент на знание респондентами таких терминов как: «Окно Овертона», «Пятая колонна», «Мягкая сила». Обращено внимание на то, с какими способами подачи и характером информации чаще всего встречаются информанты, а также кто для них является авторитетом в вопросах о социально-политической ситуации в России. Эмпирической базой исследования является анкетирование, проведенное в марте 2020 года. Было опрошено 278 респондентов. Выборочную совокупность составили молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет, проживающие в Москве и Московской области. Авторами делается вывод о том, что большинство информантов осознают наличие информационной войны против России. Но далеко не всегда четко представляют, какие механизмы в ней задействованы. Наибольшей популярностью пользуются общественные деятели представляющие интересы оппозиции.

Информационная война, молодежь, агенты информационной войны, достоверность информации

PROBLEMS OF INFORMATION SECURITY OF RUSSIA IN THE CONTEXT OF YOUNG PEOPLE'S ATTITUDES TO THE INFORMATION WAR

K.V. Lapshinova, PhD in sociology, associate Professor of the
Department of Humanities and social Sciences,
State budgetary educational institution of
higher education of the Moscow region
"Technological University" ("MGOTU"), Korolev, Russia.
A.A. Podolskaya, PhD student, faculty of social Sciences,
National Research University
Higher School of Economics, Moscow, Russia

The phenomenon of information warfare is one of the most relevant topics for sociological analysis. The focus of this research is on the problems of information security in Russia in the context of the attitude of young people to information warfare. The following aspects are considered: the opinions of the younger generation about the goals, means and methods of information warfare, the impact of information warfare directly on the life of respondents. The emphasis is placed on the respondents' knowledge

of such terms as: "Overton Window", "Fifth column", "Soft power". Attention is drawn to the ways in which informants most often submit information and the nature of their information, as well as who is the authority for them in questions about the socio-political situation in Russia. The empirical basis of the study is a survey conducted in March 2020. 278 respondents were interviewed. The sample was made up of young people aged 18 to 35 years living in Moscow and the Moscow region. The authors conclude that most informants are aware of the existence of an information war against Russia. But it is not always clear what mechanisms are involved in it. The most popular are public figures representing the interests of the opposition.

Information war, youth, agents of information war, reliability of information

Благодаря развитию и совершенствованию новых информационных технологий приемы ведения современных войн становятся все более изощренными и опасными. Так, историк В. Э. Багдасарян выделил наиболее характерные черты войн современного типа. Оружием поражения в них являются средства трансляции информации. Цель – поражение сознания противника, поэтому такие войны часто называют не просто информационные, а информационно-психологические. Этот тип войн предполагает сетевую модель управления и распространяется глобально, захватывая весь мир. Автор отмечает, что наблюдается стирание границ между войной и миром, то есть война теперь ведется перманентно. В. Э. Багдасарян полагает, что в России на сегодняшний день ни на уровне государственного управления, ни на уровне научно-экспертного сообщества нет методологии понимания войн нового типа. «Война по-прежнему мыслится в рамках эпохи модерна» [1].

Поскольку новый тип войн направлен на поражение сознания противника, то, не случайно, этот вид противоборства назвали «информационной войной». Несмотря на то, что в современном социально-гуманитарном дискурсе тематика «информационной войны» не является редкой, тем не менее сам термин вызывает много вопросов. Так, известный специалист в области коммуникативных технологий Г. Г. Почепцов отмечает, что «термин «информационные войны» чисто публицистический или политический, даже военные его не употребляют». «Их термин — «информационные операции», есть еще «психологические операции». Словосочетание «информационные войны» не употребляют потому, что войны можно вести тогда, когда действительно идет война, тогда как операциями можно заниматься всегда» [7].

Иногда, в общественном дискурсе используют такие понятия, как «психологическая война», «психоисторическая война», «информационно-психологическая война» и др. Политолог А.В. Манойло полагает, что «информационно-психологическая война – это политический конфликт по поводу власти и осуществления политического руководства, в котором политическая борьба происходит в форме информационно-психологических операций с применением информационного оружия» [6, С. 73-80].

Историк А.И. Фурсов считает, что психоисторическая война является одной из форм глобального управления. Она, в первую очередь, «распространяется на такую важную сферу как история, на знание и понимание прошлого, без чего невозможно знание и понимание настоящего и будущего». «Одна из линий борьбы за прошлое – фальсификация истории, в частности, отрицание существования скрытых субъектов глобального управления». По мнению А.И. Фурсова цель психоисторической войны – «разрушить организацию психосферы противника, посадив его на ложный информпоток, внедрив свои концепции его самости в пространстве и, главное, во времени и лишив его собственных смыслов и ценностей и навязав чуждые – разрушительные и парализующую волю к борьбе» [8]. А.И. Фурсов выделяет три уровня психоисторической войны: информационный (фальсификация фактов), концептуальный (затрагивает концептуальную интерпретацию фактов, т.е. развивается в сфере перехода от эмпирических обобщений к теоретическим) и метафизический / смысловой (война смыслов) [8]. В. Э. Багдасарян выделил почти такие же уровни,

полагая, что «борьба за историю ведется на информационном, концептуальном и парадигмальном уровне» [2, С. 33].

В феврале 2020 года авторами был проведен анкетный опрос с целью выяснить отношение современной молодежи к феномену информационной войны. Это исследование являлось продолжением, проведенных авторами ранее социологических исследований по вопросам политического поведения молодых людей [3, 4, 5]. Выборочная совокупность составила 278 респондентов (N=278). В исследовании приняли участие молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет (33,1% составили мужчины и 66,9% – женщины).

Один из первых вопросов, заданных респондентам, был о том, ведется ли информационная война в России. Около трети опрошенных (28,1%) считают, что она всегда ведется западными странами, так как им не нужна сильная Россия. Более трети участников опроса полагают, что информационная война имеет место быть в связи с политической и экономической нестабильностью последних лет (36,3%). Среди респондентов также было популярно мнение о том, что информационная война на самом деле ни что иное, как проправительственная пропаганда, целью которой является нагнетание обстановки и формирование образа врага в лице других стран (18,3%). Четверть опрошенных затруднились с ответом на вопрос 15,5%. И только 1,8% уверены, что для ведения информационной войны нет никаких причин (рис. 1).



Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Ведется ли в настоящее время против России информационная война?» (%)

Среди основных целей, которые преследует информационная война, респонденты называют стремление поставить Россию под внешний контроль других стран и ослабление нашей страны, с целью избавления от геополитического конкурента. Обе эти цели значимы для 44,2% опрошенных. Каждый третий (38,0%) полагает, что смена политических лидеров и группировок, является основной целью информационной войны против РФ. Также среди целей были названы такие как: ослабление России для вывоза из нее ресурсов (34,1%), изменение господствующей идеологии в обществе (25,7%), смена политического режима или формы правления (23,2%). Более подробная информация представлена на рисунке 2.

Особый интерес для нас представлял вопрос о тех действиях, которые, по мнению респондентов, наиболее популярны при ведении информационной войны. Около половины опрошенных (47,8%) считают, что это формирование негативного образа своей страны. Вторым по популярности ответом является подрыв авторитета государственных органов власти (42,8%). По мнению 36,3% респондентов еще одним действенным механизмом является провоцирование социально-экономических конфликтов. Необходимо отметить и такие действия, как стирание исторической памяти народа (34,2%) и разжигание межэтнических конфликтов (29,5%), подмена традиционных для страны ценностей (20,5%), разращение населения (22,7%), снижение уровня жизни населения

(21,9%). Респондентами были предложены и свои варианты ответа на этот вопрос: «Влияние на общественное мнение с двух сторон: на западе представляют Россию плохой, русским вбивают образ ничего не стоящей родной страны, из которой нужно бежать. Тот же инструмент использовался в период СССР», «Придаётся негативный окрас любой новости, связанной с Россией, любому решению российской власти» (рис. 3).



Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие цели, по-вашему мнению, преследуются теми, кто ведет информационную войну против РФ?» (%)



Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «На какие действия, по Вашему мнению, делается наибольший упор при ведении информационной войны?» (%)

Не менее важным был вопрос об агентах, с помощью которых в первую очередь ведется информационная война. Большинство опрошенных считают, что одним из главных агентов информационной войны выступает СМИ (газеты, интернет-каналы и т. д.), такого мнения придерживаются 60,1% информантов. Более трети респондентов говорят об ангажированных экспертах (31,9%). Тематические группы в социальных сетях отметили 28,3% участников опроса. Ряд информантов (26,4%) выделяет среди агентов информационной войны некоммерческие организации (НКО). К агентам информационной войны также были отнесены: чиновники и представители органов власти (25,7%), радикальные политические организации (25,4%), известные интернет-блогеры (23,9%), националистические движения (19,6%). Более подробная информация представлена на рисунке 4.



Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «По Вашему мнению, с помощью кого (каких агентов) в первую очередь ведется информационная война против России?» (%)

В нашем исследовании, задавался также вопрос о том, затрагивает ли информационная война непосредственно самих респондентов. Более половины опрошенных (60,1%) отрицательно ответили на данный вопрос. Каждый четвертый участник опроса (28,1%) придерживается противоположной точки зрения (рис. 5).

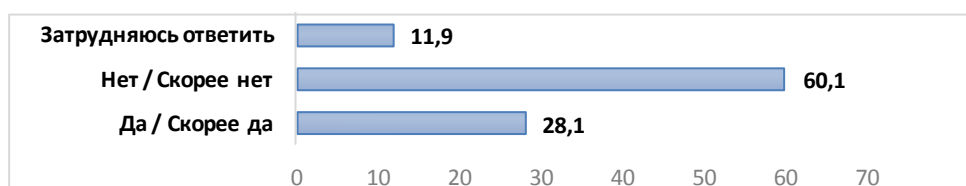


Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Затрагивает ли каким-либо образом информационная война лично Вас?» (%)

В рамках изучения темы не менее важным является мнение респондентов, о существовании заговора каких-либо сил против России (этнических, религиозных, экономических и др.). Около половины опрошенных (46,8%) положительно ответили на вопрос (сумма ответов «да» и «скорее да»). Отрицают данное положение 25,9% участников опроса (сумма ответов «нет» и «скорее нет»). Более подробная информация представлена на рисунке 6.

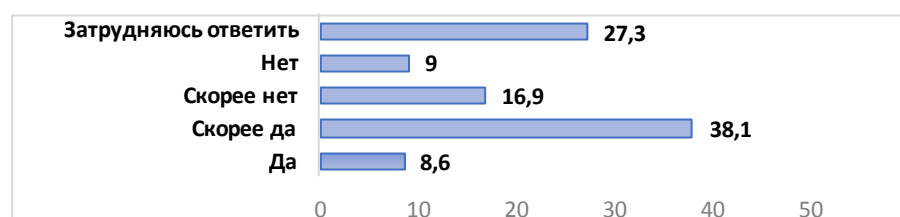


Рисунок 6 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Существует ли в настоящее время заговор каких-либо сил (этнических, религиозных, экономических и др.) против России?» (%)

В следующей части нашего исследования мы обратили внимание на знание респондентами ряда понятий, которые часто связывают с информационной войной. Так, было показано, что такое понятие, как «Окно Овертона», большинство молодых людей впервые слышат (64,4%). Около 20%

встречались с ним, но не знают его значения. Могут дать определение этого термина только 16,2% информантов.

С понятием «Мягкая сила» не встречались более половины респондентов (55,8%). Более 20% знают о нем, но затрудняются с точным определением (24,8%). И только 19,4% опрошенных, знают значение данного термина.

Что касается понятия «Пятая колонна», то около половины информантов совсем не знают о нем (49,3%), слышали о нем только 25,9%, примерно столько же могут дать точное определение (24,8%). См. таблицу 1.

Таблица 1 – Перечень понятий

	Да, я могу дать определение этому понятию	Я слышал это понятие, но что оно означает затрудняюсь ответить	Я впервые слышу это понятие
1. Окно Овертона	16,2	19,4	64,4
2. Мягкая сила	19,4	24,8	55,8
3. Пятая колонна	24,8	25,9	49,3

Согласно данным нашего исследования 45,7% участников опроса сталкивались с актами информационной войны в течение последних нескольких лет (сумма ответов «да» и «скорее да»). Отрицают данный факт 37,1% опрошенных (сумма ответов «нет» и «скорее нет»). Затруднились с ответом на вопрос 17,3% респондентов (рис. 7).

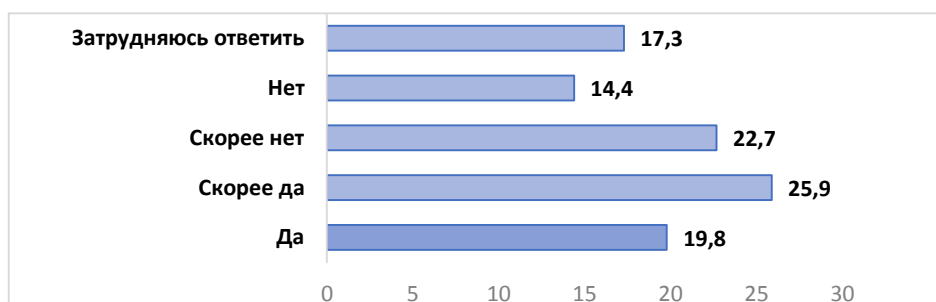


Рисунок 7 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Сталкивались ли Вы с актами информационной войны в течение последних нескольких лет?» (%)

В качестве примеров информационной войны респонденты указывали такие как: «Недопуск РФ на олимпиаду», «Телевизионные передачи про ситуацию на Украине», «Холодная война 1946-1991 гг.». Больше всего примеров касались международной обстановки («Вся эта заварушка с Крымом, что Россия – агрессор», «Украина и война на Донбассе», «Что Россия причастна к выборам в США»). Так же респонденты указывали на пропаганду в СМИ («Практически все новости направлены на формирование негативного отношения к зарубежным странам», «Представление России и событий в ней в преимущественно негативной форме», «Пропаганда через телевидение, газеты и другие СМИ ложной информации, всегда отрицательной, зачастую преувеличено, чтобы повысить беспокойство граждан»).

При рассмотрении нашей темы было очень важно понять, какие способы подачи информации в интернете, по мнению респондентов наиболее часто встречаются. Наиболее популярными ответами были: информация подается без контекста («информация вырвана из контекста») (54,2%), повторение одного и того же материала (53,4%), дробление информации, информация подается в урезанном виде (42,6%), при подаче информации упор делается на то, чтобы вызвать сильные эмоции (40,4%), отвлечение внимания на не очень важные новости (37,5%), ссылка на

непроверенные источники (37,5%), подача информации вместе с ее оценкой (35%), отсутствие ссылки на источник (34,3%), опора на авторитет известного человека или группы (21,7%). С открытой дезинформацией встречались 25,3% опрошенных. Также респонденты отметили такой вариант, как замалчивание (1,4%). Более подробная информация представлена на рисунке 8.

Мы также спросили у респондентов, с какими из способов при подаче информации чаще всего встречались респонденты при просмотре телевизора. Респонденты отметили следующие приемы: повторение одного и того же материала (49,5%), отвлечение внимания на не самые важные новости (48,4%), эмоциональная окраска событий (37,2%), урезанный вид информации (35,7%), подача фактов вместе с их оценкой (35,4%), отсутствие контекста (30,7%), прикрытие авторитетом известного человека при подаче информации (23,5%), открытая дезинформация (22%), ссылки на непроверяемые источники (22%), полное отсутствие ссылок (19,1%). Другие способы отметили 6,1% респондентов (рис. 9).



Рисунок 8 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «С какими способами подачи информации Вы наиболее часто встречаетесь в интернет-пространстве?» (%)



Рисунок 9 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «С какими способами подачи информации Вы наиболее часто встречаетесь при просмотре телевизора?» (%)

Если говорить о доверии респондентов к новостным источникам, то более половины молодежи не доверяют никаким (51,4%). Около трети респондентов доверяют российским официальным СМИ (27,7%), оппозиционным – 16,9%. Зарубежные СМИ привлекают 13,3% информантов. Другого ответа придерживаются 6,8% опрошенных. Среди них были такие ответы как: «читаю все

для полноты картины», «я использую все источники, чтобы иметь "среднюю температуру по больнице"». См. рис. 10.

Среди наиболее популярных СМИ были отмечены РИА Новости (44%), РБК (28,5%), новостной портал «Lenta. Ru» (25,3%), вести.ru (25,3%), Медуза (20,2%), ТАСС (17%), BBC news (13%).

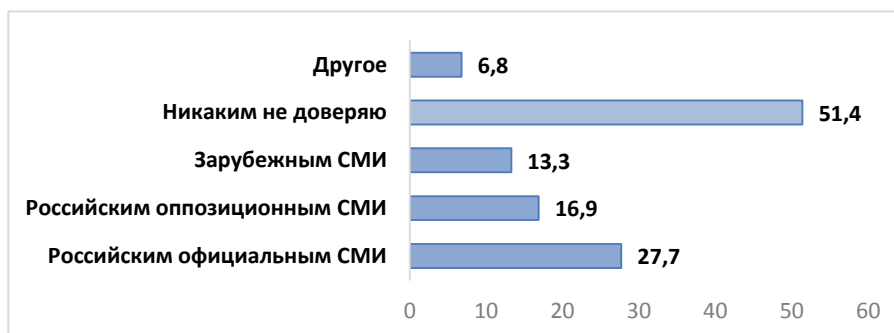


Рисунок 10 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каким новостным источником Вы больше доверяете?» (%)

В современном социуме все большую популярность среди молодежи приобретают социальные сети. Большинство респондентов пользуются сетью ВКонтакте для получения информации (71,6%). Второй по популярности является Instagram (58,3%), Twitter используют 11,2% респондентов. Facebook популярен только у 8,6% опрошенных. Социальная сеть Одноклассники наименее популярна (6,1%).

Интересным было понять есть ли у молодых людей перед глазами какие-либо общественные деятели (блогеры, журналисты историки и т. д.), чью точку зрения на события в России они разделяют. Наиболее популярными у молодого поколения являются Алексей Навальный, Юрий Дудь, Илья Варламов, Михаил Ходорковский, Евгений Понасенков и др.

Один из вопросов нашего исследования касался уровня компетентности интернет-блогеров, рассказывающих о политической и социально-экономической ситуации в России. Половина опрошенных, пришли к выводу, что в основном интернет-блогеры, не очень компетентны в вопросах социально-политической и экономической ситуации в России, а просто высказывают свою личную субъективную точку зрения (50%). Почти каждый четвертый участник опроса (24,1%) полагает, что среди интернет-блогеров в основном преобладают образованные и критически мыслящие люди. О некомпетентности данной категории лиц говорит 21,9% респондентов.

В нашем исследовании было важно понять, что заставляет респондентов усомниться в точности информации. Среди наиболее популярных причин недоверия к информации выступают такие как: поступление информации от непрофессионала в данной области (59,8%), недоверие к изданию, в котором опубликован материал (54,2%), отсутствие ссылки на официальный источник, из которого взята информация (54,2%). Интуиция также может подсказывать респонденту, что информация не достоверна (33,2%). Публикация информации в официальных проправительственных СМИ вызывает недоверие у 15,9% опрошенных, а совпадение информации с транслируемой по центральным тв-каналам – у 13,3% информантов. Для 11,4% опрошенных поводом к недоверию становится мнение их ближайшего окружения (рис. 11).



Рисунок 11 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Что Вас обычно заставляет усомниться в достоверности информации?» (%)

Наибольшее доверие к информации у респондентов возникает, если присутствуют ссылки на официальные источники (60,9%), имеет место получение информации от профессионала в данной области (55,8%), информация опубликована в авторитетном издании (52,9%). Более подробная информация представлена на рисунке 12.



Рисунок 12 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «По каким критериям Вы обычно определяете, что данной информации можно доверять?» (%)

Интересно, что около половины информантов почти каждый день встречаются в интернет-пространстве с информацией, содержащей критику российской действительности (47,8%), несколько раз в неделю – 21,6% респондентов, несколько раз в месяц – 10,4% опрошенных, несколько раз в год 3,6% участников опроса. Только 2,9% совсем не встречали информации подобного рода. Затруднились с ответом 13,7%.

Что касается информации о различных достижениях России, то в интернет-пространстве подобную информацию около трети респондентов получают несколько раз в неделю (29,9%). Каждый четвертый видит подобные посты несколько раз в месяц (25,9%). Почти каждый день – 20,9% опрошенных, несколько раз в год – 8,6% респондентов, не встречались с такой информацией 3,6% информантов. Затруднились с ответом, 11,2% респондентов (рис. 13).

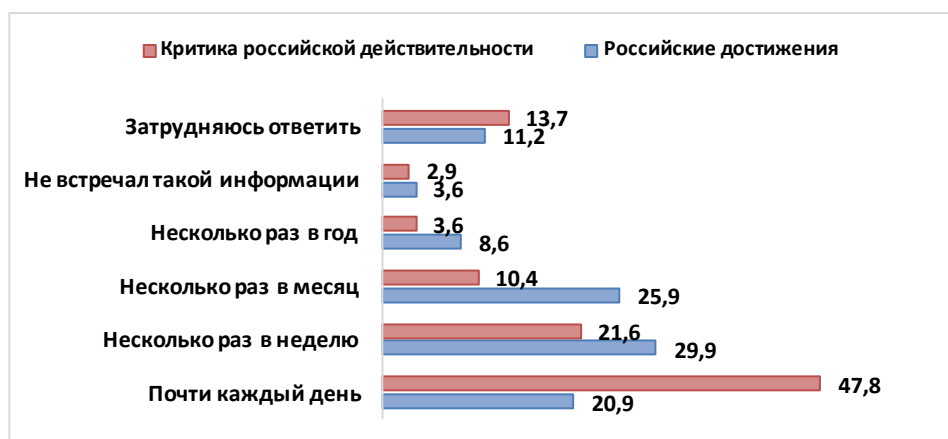


Рисунок 13 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как часто Вам в интернет-пространстве встречается информация, содержащая описание российских достижений в различных областях и критика российской действительности?» (%)

В целом можно сказать, о том, что большинство информантов осознают наличие информационной войны против России. Но, далеко не всегда четко представляют, какие механизмы в ней задействованы. Один из примеров информационной войны – это преобладание в сети Интернет информации с критикой российской действительности. Обращает на себя внимание, тот факт, что у молодых людей наибольшей популярностью пользуются общественные деятели представляющие интересы оппозиции.

Литература

1. Багдасарян В. Э. «Информационная война»: научиться мыслить в парадигме войн нового типа // Блог Багдасаряна. 5 июля 2013. <http://vbagdasaryan.ru/informatsionnaya-voyna-nauchitsya-myislit-v-paradigme-voyn-novogo-tipa/> (дата обращения: 14.03.2020).
2. Багдасарян В. Э. Великая Отечественная война в фокусе информационно-психологической войны против России // Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки. 2015. № 2. С. 25-35.
3. Лапшинова К. В. Протестный потенциал современной российской молодежи // Молодежь XXI века: образ будущего / Материалы научной конференции XIII Ковалевские чтения 14-16 ноября 2019 года. / Отв. редакторы: Н.Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков // СПб.: Скифия-принт. 2019. С. 196-197
4. Лапшинова К. В., Подольская А. А. Динамика политических настроений российской молодежи: сравнительный социологический анализ // Социально-гуманитарные технологии. 2019. № 3 (11). С. 23-32.
5. Лапшинова К. В., Подольская А. А. Отношение современной молодежи к революционным преобразованиям, имевшим место в истории России в XX веке: социологический анализ // Социально-гуманитарные технологии. 2019. № 4 (12). С. 27-34.
6. Манойло А. В. Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта. – Киев: Материалы V Международной научно-практической конференции «Информационные технологии и безопасность», вып. №8, 2005 г., С. 73-80.
7. Почепцов Г. Информационные войны: базовые параметры. // Пси-фактор. <https://psyfactor.org/psyops/infowar9.htm> (дата обращения: 15.03.2020).
8. Фурсов А. И. Психоисторическая война. // Изборский клуб. 2 января 2014. <https://izborsk-club.ru/2439> (дата обращения: 14.03.2020).