СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

Гавра Дмитрий Петрович, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: d.gavra@spbu.ru

Науменко Ксения Андреевна, аспирант кафедры связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ksnsun@mail.ru

РОССИЙСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ МИССИЯ В БЕРГАМО В БОРЬБЕ С ПАНДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСА: ОТРАЖЕНИЕ В МЕДИАДИСКУРСЕ ИТАЛИИ[1]

В статье представлены результаты исследования отражения в медиадискурсе Италии российской гуманитарной миссии «Из России с любовью» в Бергамо в апреле 2020 г. — в период пандемии COVID-19. Авторы анализируют, насколько итальянские медиа смогли отойти от парадигмы блокового информационно-психологического противостояния в условиях совместной борьбы против общей эпидемической угрозы. Выявлены базовые версии негативной интерпретации российской гуманитарной миссии. Показано, что оценки миссии в общенациональных медиа и в социальных сетях различаются. Научная новизна работы в том, что авторы на примере локального эпизода рассматривают, как конструируется логика глобального информационного противостояния. Метод проведения исследования подразумевает использование мониторинговых систем, автоматизированный сбор и обработку релевантных упоминаний и реконструкцию профиля медиадискурса на основе этой информации.

Ключевые слова: *COVID-19, медиасистема Италии, медиадискурс Италии, российская гуманитарная миссия, имидж России, информационные противостояния, мониторинговые системы.*

Dmitrii P. Gavra, Doctor of Sociology, Professor, Head of the Chair of Public Relations in Business, St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: d.gavra@spbu.ru

Ksenia A. Naumenko, PhD student of the Chair of Public Relations in Business, St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: ksnsun@mail.ru

RUSSIAN HUMANITARIAN MISSION IN BERGAMO IN THE FIGHT AGAINST THE CORONAVIRUS PANDEMIC: REFLECTION IN THE ITALIAN MEDIA DISCOURSE

The article presents the results of a study of the reflection in the Italian media discourse of the Russian humanitarian mission «From Russia with Love» in Bergamo in April 2020 during the Covid-19 pandemic. The authors analyze how far the Italian media were able to move away from the paradigm of block information and psychological confrontation in the context of a joint struggle against a common epidemic threat. The basic versions of the negative interpretation of the Russian humanitarian mission are revealed. It is shown that the attitude to the mission in the national media and on social networks varies. The scientific novelty of the paper is that the authors use the example of a local episode to consider how the logic of global information confrontation is constructed. The research method involves the use of monitoring systems, automated collection and processing of relevant references and reconstruction of the media discourse profile based on this information.

Key words: *Covid-19, Italian media system, Italian media discourse, Russian humanitarian mission, image of Russia, information confrontations, monitoring systems.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2020.77107

Введение

В контексте мировой политики период после 2014 г. может быть охарактеризован как начало нового геополитического противостояния. Обещанного Фукуямой в конце XX столетия «конца истории», когда весь мир объявлялся движущимся по светлому пути евроатлантической цивилизационной модели, обеспечивающей преодоление глобальной конфликтности при патерналистском лидерстве «обобщенного Запада», не случилось. Самостоятельная политика значимых игроков, прежде всего Китая, России, Ирана и тех государств, которые на них ориентировались, вернули доктрину сдерживания в евроатлантическую повестку дня. Россия в этой повестке занимает значительное место. Представленные в медиатекстах прямые или завуалированные обвинения в агрессив-

ности, экспансионизме, нарушениях демократических свобод, вмешательстве в выборы и т. д. и т. п., как и во времена холодной войны, формируют в массовом сознании соответствующий образ России и россиян[2] (Федорова, Сабурова, Николаева, 2016). Этот образ весьма далек от образа партнера, члена общей семьи европейских народов, и даже образа честного конкурента, исповедующего собственные ценности. Он ближе к тому, что принято называть образом врага или агрессора (Салахова, Грачева, 2016: 135; Соловьева, 2011: 153). Существенный вклад в формирование этого образа вносят новые члены евроатлантического альянса, элиты которых во внутриполитических целях продолжают эксплуатировать тему тоталитарного советского прошлого, коммунистической диктатуры и т. п. В работе с информацией о России используется богатый инструментарий информационно-психологических противостояний прошлого века, адаптированный к возможностям цифровых технологий и сетевого общества. Медиаресурсам, как традиционным, так и цифровым, в этих процессах традиционно отводится важнейшая роль. Модели формирования повестки дня, о которых писали, скажем, Маккомбс (McCombs, 1981) и Шоу (McCombs, Shaw, 1972), продолжают воспроизводиться в текущих медиапрактиках. Парциальные повестки, создаваемые в локальных сетевых сообществах в макродискурсах глобальных проблем войны и мира, международных отношений, безопасности, все равно ориентируются на «большую повестку», задаваемую элитами и транслируемую ведущими национальными медиа, прежде всего информационными агентствами, телевидением и качественной прессой, представленными, разумеется, и в онлайн-среде. Таким образом, к началу 2020 г. принятый в евроатлантическом сообществе медиаобраз России как чужой, недружественной, опасной страны в основных своих чертах сложился (Громова, 2016: 64; Ведерникова, 2019; Абрамова, 2019).

2020 год принес человечеству новый вызов – пандемию коронавируса, перед лицом которой, казалось бы, даже геополитические соперники должны были сплотиться, отодвинув на второй план свои разногласия. В этот период некоторые страны начали помогать тем, у кого складывалась самая тяжелая эпидемиологическая ситуация, – не только союзникам, но и представителям противостоящих блоков.

Так, в частности, случилось в марте–мае 2020 г., когда Российская Федерация направила в охваченную эпидемиологической ка-

тастрофой итальянскую провинцию Ломбардию гуманитарную миссию в составе отряда военных медиков, так как именно там сложилась на тот момент самая тяжелая во всей Европе ситуация.

Россия оказывает гуманитарную помощь одному из членов НАТО – крайне интересный кейс для медиаисследователя. Ситуация в Италии тяжелая, помощи союзников недостаточно: они решают свои проблемы. Помощь оказывают российские военные. Важно, что к началу гуманитарной медицинской миссии сложившийся имидж России в итальянском медиадискурсе далек от позитивного[3] (Радькова, 2017: 93). Еще десять лет назад Филипацци Манфреди в своей работе «Россия в итальянской печати искаженный и «отреставрированный» образ» (2010) говорит о том, что в англосаксонских странах, а также вообще на Западе наблюдается стойкая тенденция выставлять Россию в негативном свете. И это понятно, продолжает автор, поскольку в существенной мере детерминировано геополитической и блоковой принадлежностью сторон. В результате возникают вопросы, как итальянские медиа освещали российскую гуманитарную миссию, насколько действенны уже во многом сформированные негативные стереотипы.

Италия нам интересна и еще по ряду причин. Это пример европейского государства, с одной стороны включенного в процессы блокового геополитического противостояния, а с другой – развивающего экономические и культурные связи с Россией и не имеющего значимого исторического архетипического или эмоционального негативного потенциала в отношениях с РФ.

Цель нашего исследования, таким образом, выявить на локальном примере российской гуманитарной миссии в охваченном коронавирусом Бергамо в марте–мае 2020 г., смогла ли общая проблема и логика сотрудничества в борьбе с пандемией вытеснить логику блокового противостояния и информационной конфронтации. И еще более конкретный вопрос: смогла ли российская гуманитарная дружественная миссия хоть в какой-то мере переформатировать преимущественно негативное отражение России в итальянских медиа? При том что, как показывают исследования наших коллег, нельзя сказать, что в итальянском медиадискурсе Россия отражается исключительно в «черных красках»[4] (Топорова, 2019: 46). В целом работ о современном имидже России в итальянском медиадискурсе немного. Наиболее значимые и объективные – представляющие разные точки зрения – принадлежат уже упоминавшемуся Ф. Манфреди (2010) и С. М. Гавриловой (2015). Если Манфреди говорит об иска-

женном отображении России в итальянских медиа, то Гаврилова исходит из того, что антироссийский дискурс в итальянских медиа выражен в существенно меньшей степени, чем в медиа «новых европейцев» или в СМИ Великобритании. Она пишет о том, что в политическом дискурсе Италия стремится поддерживать Россию и призывает к пересмотру жесткой антироссийской политики (2015: 127).

Наша гипотеза, о которой далее мы скажем более подробно, связана с тем, что паттерны информационно-психологического противостояния, подозрений и недоверия в целом по отношению к России продолжили воспроизводиться даже в условиях совместной борьбы со смертельно опасным вирусом. Именно поэтому для анализа мы привлекаем также теоретическую базу, связанную с информационными противостояниями.

Статья структурирована следующим образом. В первом разделе мы даем краткую характеристику медиасистемы Италии, затем представляем обзор релевантных работ, посвященных информационным противостояниям. В следующем разделе предложена методика эмпирического исследования и далее приведены его результаты.

Информационные противостояния: краткий обзор

И. Н. Панарин (2003), В. А. Македонская и В. М. Шестова (2011) пишут об эволюции информационных противостояний и пропаганды, опираясь при этом на исследования эволюции СМИ. Пропаганда как инструмент ведения информационно-психологических войн и оказаниия информационного влияния находится также в поле зрения В. Г. Крысько (1999), А. В. Литвиненко (2000) и Т. Б. Паулсен (2002).

А. Манойло, А. И. Петренко и Д. Б. Фролов (2003) предложили теоретико-методологическую основу государственной информационной политики, систематизировали объекты и субъекты информационного противоборства и описали некоторые методики информационных операций в условиях информационно-психологической войны, при этом они акцентировали внимание на участии СМИ в тайных операциях. А. П. Алексеев и И. Ю. Алексеева в статье «Информационная война в информационном обществе» подчеркивают, что «в случаях, когда речь идет о войне информационной, слово «война», как правило, употребляется в переносном смысле. Считается, что информационная война, где главным

средством <...> является информация, существенно отличается от войны как таковой своим «бескровным» характером» (2016: 7).

Информационные противостояния между Россией и Западом рассматриваются в статье Хизбуллина, Ахмединой, Ростовой, Шилиной (Khizbullin, Akhmedina, Rostova, Shilina, 2017). Авторы отталкиваются от того, что противостояние обусловлено неравномерностью распределения углеводородных ресурсов по земному шару. Бубнова (2015) исходит из того, что это детерминировано цепью ошибок, допущенных Россией. Сюзанна Лофтус и Роджер Канет (Loftus, Kanet R, 2017), а также Барабаш с соавторами (Barabash et al., 2019) полагают, что противостояние основывается на разных представлениях о характере управления как на государственном, так и на международном уровнях. Озюменко (2017: 221) указывает на роль СМИ в информационных противостояниях и показывает, что средства массовой информации могут усугублять политические конфликты между народами, создавая негативные стереотипы противников и даже демонизируя их. Филатова и Болгов (Filatova, Bolgov, 2018) анализируют коммуникации Европейского Союза и НАТО в контексте современного информационного противостояния и массового распространения цифровой дезинформации.

Корпус исследований информационных противостояний в области технических наук представлен работами математиков, аналитиков и специалистов по безопасности. Так, в монографии Д. А. Губанова, Д. А. Новикова и А. Г. Чхартишвили (2010) дается обзор моделей влияния в социальных сетях. В ней рассматривается воздействие на целевую аудиторию лидеров мнений, блогеров, журналистов. В работах Д. А Губанова, Д. А. Новикова и А. Г. Чхартишвили (2009), В. В. Цыганова и С. Н. Бухарина (2007), М. В. Литвиненко и С. П. Расторгуева (2014) и в других подробно рассматривались модели информационного конфликта, планирование и реализация информационных операций. В трудах и монографиях И. М. Левкина (Левкин, Микадзе, 2015; Левкин, Борщенко, 2017) тщательно проработано информационно-признаковое моделирование угроз национальной безопасности. Наиболее близко к вопросам выявления характеристик информационного противостояния подходят исследования ученых, направленные на анализ социальных сетей, фейковых аккаунтов, ботов, фейковых новостей. Выделим среди них работы Чеонга и Ли (Cheong, Lee, 2010), Абдулы и Ву (Abdulah, Wu, 2011). В рамках научной школы в СПИИРАН сущест-

вует целый комплекс работ, посвященных *SNA* (анализ социальных сетей). Об этом пишут А. А. Чечулин, М. Коломеец, И. В. Котенко, Л. А. Виткова, О. Тушканова (Chechulin, Kolomeets, Kotenko, 2019; Vitkova, Kotenko, Kolomeets, Tushkanova, Chechulin, 2019). Вопросам информационной безопасности и защиты от информации, выявлению нежелательной активности в социальных сетях посвящены работы И. В. Котенко, И. В. Саенко и А. А. Чечулина (Котенко, Саенко, Чечулин, 2017), Л. А. Витковой, И. В. Саенко и О. Тушкановой (Vitkova, Saenko, Tushkanova, 2020).

Западная исследовательская традиция исследования информационных противостояний восходит к теоретикам пропаганды, скажем, к Лассвеллу (Lasswell, 1927), к социологам Франкфуртской школы (Horkheimer, Adorno, 1972). Отдельный и весьма актуальный исследовательский трек связан с прикладными разработками военных ведомств в области информационно-психологических операций. Здесь стоит упомянуть широко цитируемые определения базовых понятий в официальном документе – директиве 3600 Министерства обороны США от 21 декабря 1992 г.[5] Документ фиксирует намерение руководства Вооруженных сил Соединенных Штатов включить борьбу в информационной сфере в число стратегических приоритетов. В отчете *MR-661-OSD RAND Corporation* уже приведена дефиниция информационного противоборства на стратегическом уровне: «Strategic Information Warfare – использование государствами глобального информационного пространства и инфраструктуры для проведения стратегических военных операций и уменьшения воздействия на собственный информационный ресурс»[6]. Зарубежные исследователи рассматривают информационные и кибероперации как составную часть стратегических информационных войн.

Методика исследования

В рамках данного исследования мы остановились на применении мониторинговых систем. Использование новых методов анализа медиаполя позволяет нам реконструировать, как реализуется логика информационного противостояния в итальянском медиадискурсе. Кроме того, опираясь на модель «Информационного поведения», предложенную Томом Вилсоном (Wilson, 1999: a: 839–849; 1999 b: 249–270), мы также полагаем, что информационное поведение пользователей тесно связано с их информационными потреб-

ностями: с учетом различных информационных объектов пользователи формируют свое видение информационной повестки.

Выбор методики исследования предопределен кратковременностью периода: исследование проводилось непосредственно в момент оказания гуманитарной помощи в Италии, то есть с 20 марта по 30 апреля 2020 г. Поэтому возникла потребность сбора, обработки и анализа большого количества эмпирического материала в режиме, близком к реальному времени. В этом случае оказалось удобно использовать мониторинговые сервисы *IQBase*[7], *YouScan*[8] и *Brand Analytics*[9], которые предоставляют доступ к имеющимся в их распоряжении открытым базам данных физических и юридических лиц, а также к базам, загруженным с различных интернет-площадок. Системы аккумулируют данные не только СМИ, но и социальных медиа, видеохостингов и микроблогов, что значительно расширяет исследовательские возможности.

После пилотажного исследования авторы остановили свой выбор на мониторинговой системе для сбора и обработки информационной базы *SemanticForce* [10]. Выбор был обусловлен тем, что перед нами стояла задача сбора и анализа всех публикаций в медиа и социальных сетях на итальянском языке по определенным ключевым словам за период с 20 марта по 30 апреля 2020 г.

Платформа *SemanticForce* осуществляет мониторинг и анализ онлайн-медиа, в том числе различных социальных сетей, с целью анализа восприятия информации аудиторией, определения пользовательских предпочтений, выявления намерений о покупках и т. д. Основное отличие платформы от других в том, что ограничение на количество документов в одной рубрике отсутствует. При этом разработчики ограничили период сбора документов тремя месяцами, таким образом, не все упоминания индексируются системой.

Система предусматривает использование следующих технологий:

- *SemanticForce W3Monitor* – отслеживает изменения на любых ресурсах, включая сайты без *RSS*, фрагменты страниц, комментарии к публикациям и дискуссии на форумах.
- *ProfileForce* – позволяет отслеживать поведение автора упоминаний и его отношение к объекту мониторинга.
- Определение геолокации автора сообщения.
- Иерархическая визуализация сообщений. На платформе *SemanticForce* реализована специальная архитектура для хранения, поиска и визуализации комментариев, что по-

зволяет видеть их под исходной статьей или заметкой, к которой они изначально оставлялись.

На втором этапе были определены географические и лингвистические рамки исследования. Рубрика была настроена таким образом, чтобы система собрала все публикации на итальянском языке. Россия и Украина были исключены из региональной карты исследования, так как стояла задача собрать максимальное количество публикаций от жителей Италии. По этой же причине были исключены все публикации из российской социальной сети «ВКонтакте».

На третьем этапе было сформировано семантическое ядро исследования. При выявлении новых словосочетаний в итальянских СМИ они добавлялись в настройки рубрики, что позволило собрать максимальное количество публикаций, посвященных теме исследования.

Таблица 1

Семантическое ядро исследования

Итальянский	Перевод
Dalla Russia con amore	Из России с любовью
Gli aiuti russi in Italia	Помощь русских в Италии
carco militare dalla Russia	Военный груз из России
aiuti di Putin	Помощь Путина
Aiuti russi	Помощь русских
Emergenza Aiuti russi	Чрезвычайная помощь русских
aiuti di Mosca	Помощь Москвы
aiuti di Cremlino	Помощь Кремля
Aiuti da Russia	Помощь из России

На четвертом этапе был проведен контент-анализ 100% релевантных публикаций, выявлена соответствующая им тональность. Кодировка тональности определялась исходя из наличия слов, имеющих положительную/негативную эмоциональную коннотацию (табл. 2):

Таблица 2

Кодировка тональности

Позитивная тональность	**Перевод**
Amici	Друзья
Fratelli	Братья
Grazie	Спасибо
Gli aiuti russi e i ringraziamenti non sono a pagamento, a pagamento sono solo le diffamazioni!	Русская помощь бесплатна, платна только клевета.
Ho ricevuto su WhatsApp un invito a dissociarmi dagli aiuti russi e riconoscere che l'80% di questi era inutile. Inoltre sarei stato pagato ben 1000 € se dicevo a tutti che Repubblica e La Stampa fanno giornalismo e non becera propaganda.	Я получил в Вотсап предложение отмежеваться от российской помощи и заявить, что 80% ее бесполезны. Кроме того, мне бы заплатили 1 000 евро, если бы я сказал, что La Repubblica и La Stampa занимаются настоящей журналистикой, а не пропагандой.
Occupateci! Vi prego! Scegliete voi, colpo di stato, annessione, intervento umanitario, colonizzazione, esercitazione militare... Ma dateci Vladimir Vladimirovich!	Оккупируйте нас, выбирайте, что вам больше нравится: переворот, аннекция, гуманитарная интервенция, колонизация или военные учения. Только отдайте нам Владимира Владимировича!
Негативная тональность	**Перевод**
«Senza dubbio tra i militari inviati ci sono ufficiali del GRU».	«несомненно, что среди присланных военных есть офицеры ГРУ».
Non esagerare la strategia del russi e molto primitivo oggi ti da 1 cent ma domani vuole un milione indetro sé no iniziano bombardare 😂😂😂	Не переусердствуйте, стратегия русских очень примитивна. Сегодня они дают 1 цент, а завтра хотят обратно миллион и начинают бомбить.
So che un governo che minaccia un giornalista è un pericolo per la democrazia.	Я знаю, что правительство, которое угрожает журналисту, представляет опасность для демократии.
Dio, proteggi l'Italia dai russi, soffrono già del coronavirus COVID-19	Бог, защити Италию от русских, они уже и так страдают от коронавируса.

К сообщениям нейтральной тональности были отнесены публикации, не имеющие субъективной модальности или напрямую не относящиеся к тематике исследования:

Обсуждение сторонних тем. Например обсуждение старого фильма про Джеймса Бонда «Из России с любовью», которое было спровоцировано названием акции *Dalla Russia con Amore*. Пользователи социальных сетей предположили, что гуманитарная

миссия получила название в честь одноименного фильма 1969 г. из саги про Джеймса Бонда.

Репосты без выражения индивидуальной точки зрения.

Результаты исследования

В ходе нашего исследования за период с 20 марта по 30 апреля 2020 г. системой было собрано 1210 упоминаний, связанных с активностью России в Италии. Количество упоминаний – в среднем 29 сообщений в день. При этом 372 – без указания географической привязки аккаунта – приходятся на «Твиттер», все публикации сделаны через систему закупки медийной рекламы *RTB*.

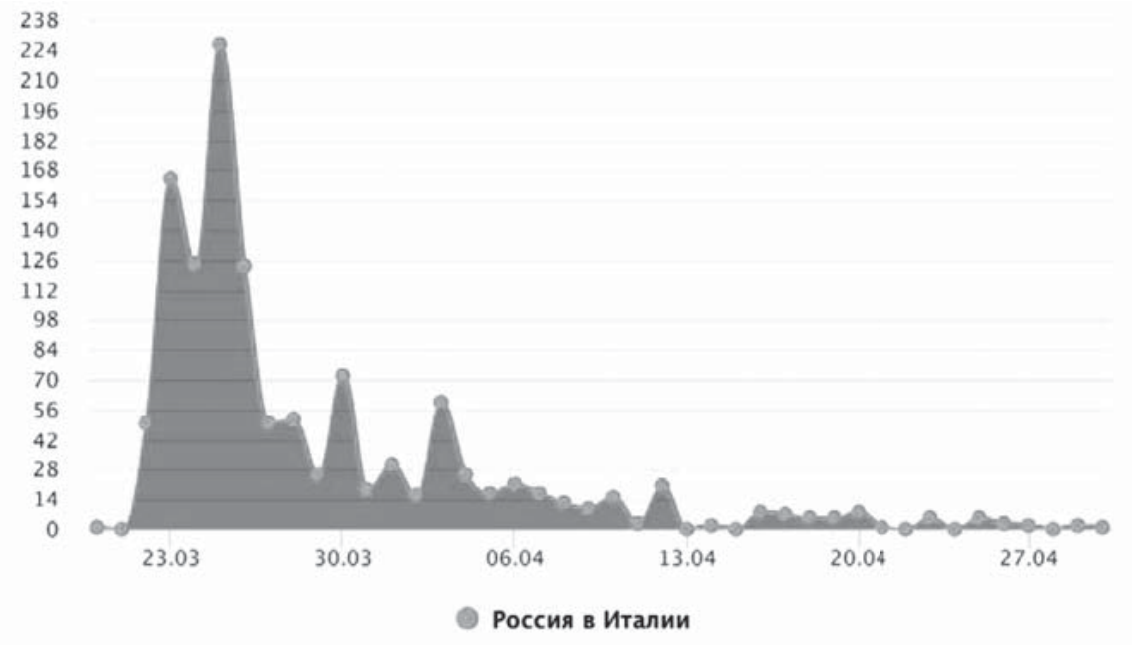


Рисунок 1. Динамика публикаций, посвященных гуманитарной миссии «Из России с любовью» в период с 20.03.2020 по 30.04.2020

Основной пик публикаций пришелся на начало гуманитарной миссии. Информация распространялась по двум направлениям – через классические медиа и через социальные сети.

Всего за весь период выявлено 84 публикации с негативной реакцией, из них 17 из Италии, 3 из США и у 61 публикации местонахождение источника не определено.

Анализ показал, что основная масса сообщений о российской гуманитарной миссии или обсуждений этого факта приходится на социальные сети и «Твиттер» (608 – социальные сети «Фейсбук»

и «Инстаграм», 427 – «Твиттер»). В традиционных медиа, в газетах, в том числе онлайн-версиях, и на телевидении системой выявлено 48 публикаций. Отметим, что мониторинговые системы как российской, так и зарубежной разработки выносят сообщения из «Твиттера» в отдельную категорию, так как анализ, опирающийся на простые количественные параметры, деформирует содержательную картину распределения значимого контента по типам медиа. Системы настроены таким образом, что при аналитике возможно отключить «Твиттер» как тип медиа.

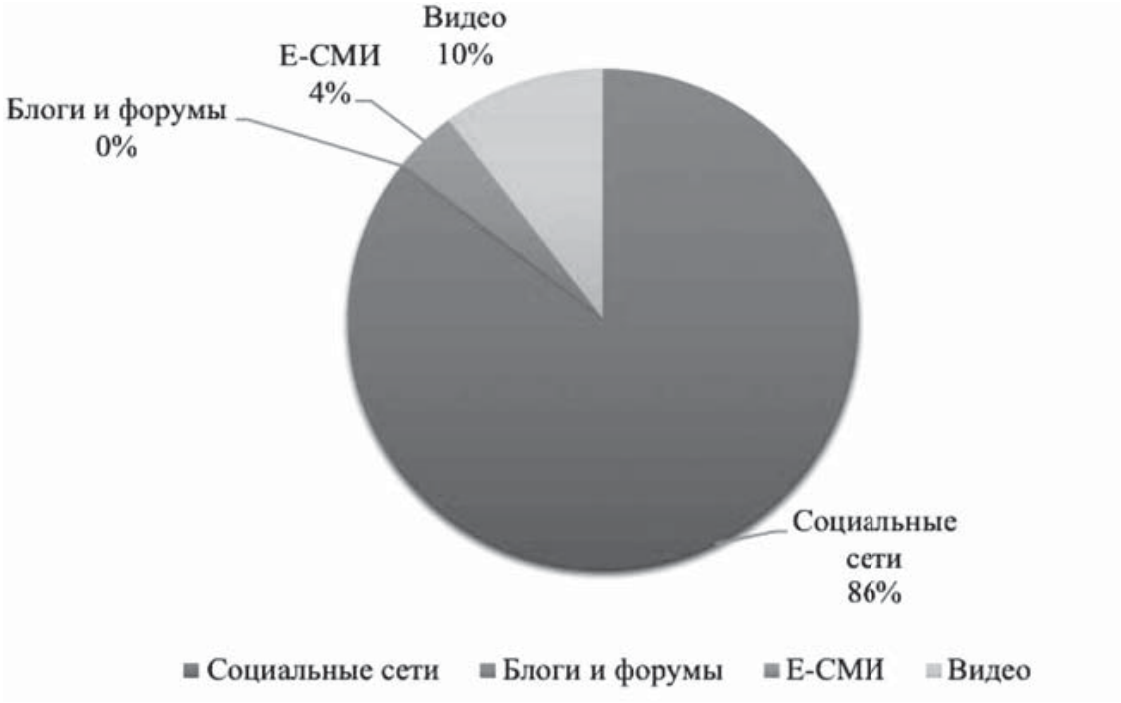


Рисунок 2. Распределение публикаций, посвященных гуманитарной миссии «Из России с любовью» в период с 20.03.2020 по 30.04.2020 по типам медиа

В общем объеме посвященных пандемии публикаций в ведущих общенациональных общественно-политических медиа публикации о российской миссии занимают менее 0,2%. Их общее количество, равно как и доля в общем новостном потоке о коронавирусе, позволяет сделать вывод о том, что сама тема российской гуманитарной миссии в условиях пика пандемии не входила в топ-листы повестки дня ведущих итальянских медиа.

Прежде всего, исследование показало, что ведущие итальянские медиа сразу предложили три интерпретации российской гуманитарной миссии, каждая из которых предполагала наличие у России своекорыстных намерений и попытку извлечь политические и про-

пагандистские выгоды. Это естественно укладывается в классическую логику информационно-психологических противостояний и работает на воспроизводство негативного образа России.

Обозначим эти интерпретации:

- никакой реальной пользы в борьбе с пандемией российская помощь не приносит, главная цель гуманитарной миссии – пропагандистская, направленная на продвижение позитивного имиджа РФ в глазах итальянцев;
- гуманитарная миссия нацелена на внесение раскола между союзниками – членами Евросоюза и НАТО;
- это не гуманитарная, а шпионская миссия, российские военные эпидемиологи приехали, чтобы собирать информацию о вирусе, методах борьбы с ним, а также информацию об итальянских и в целом европейских медицинских технологиях и эпидемиологических практиках.

Следует признать, что часть этих интерпретаций была внесена в публичный дискурс не журналистами или активными авторами социальных сетей, а официальными лицами – политиками и военными – как итальянскими, так и евроатлантическими. При этом все интерпретации нашли отражение на страницах классических медиа.

На основании проведенного исследования и присвоенной интонационной кодировки мы видим, что основной массив публикаций (82,5%) с негативной оценкой российской гуманитарной миссии приходится на следующие медиа:

- Ла Стампа[11]
- Ла Репубблика[12]
- Кода стори[13]
- Бреща. Коррьере делла Сера[14]
- Коррьере делла сера[15]
- Ла Лежже пер тутти[16]
- Иль фатто куатодиано[17]
- Метеовеб[18]
- Нотице геополитике[19]
- Иль Маттино[20]

Обратимся к реконструкции формирования дискурса гуманитарной миссии в публичном пространстве Италии. Первичная информации о том, что прибыла российская помощь, опубликована в социальной сети «Твиттер»[21]. Далее (30.03.2020) российский информационный ресурс «Спутник» (*Sputnik*) публикует статью

о том, что немецкие депутаты выступают против российской гуманитарной миссии в Италии, полагая, что помощь эта станет «ярким примером пропаганды, направленной на подрыв целостности ЕС»[22]. Эта информация соответствовала действительности. Именно политические акторы таким образом внесли в публичное пространство негативную версию. Публикация появилась на страницах ресурса «Спутник.Италия», быстро распространилась в социальных сетях и вызвала дискуссию. Часть пользователей социальных сетей высказывали поддержку и благодарность России. Но в то же время значительная часть пользователей указывала на то, что статья размещена на страницах российского «Спутника», который не может быть независимым. Таким образом, сформировался классический профиль информационного противостояния, в котором появилась вторая сторона – российское медиа, ориентированное на итальянскую аудиторию.

Уже 01.04.2020 на страницах газеты «Ла Стампа» появляется «шпионская версия». Газета в статье «Помощь русских в Италии при коронавирусе, генерал Кикот и опасения по поводу действий военной разведки»[23] представляет результаты совместного расследования с «Кода Стори» (Coda Story), авторы – Я. Якобони (J. Iacoboni), Н. Антелава (N. Antelava) и Ч. Бутини (C. Butini). В расследовании утверждается, что российская миссия – это наполовину пропагандистская, наполовину разведывательная операция. Авторы ссылаются на Серджио Германи, который утверждает, что Москва использует вспышку *COVID*-19, «чтобы усилить антиевропейские настроения и создать впечатление, что ЕС рушится, чтобы усилить пропаганду и собрать разведданные в сердце НАТО»[24]. Как видим, здесь представлены все три негативные интерпретации. Материал носит явно конфронтационный характер. Можно только предполагать, что его автор, равно как и редактор, ставивший материал в печать, рассматривали его как своеобразную провокацию, предусматривающую реакцию российской стороны.

И реакция последовала, причем выстроенная также в логике информационно-психологического противостояния. Важно отметить, что это была реакция со стороны официального спикера Министерства обороны РФ генерала Игоря Коношенкова. На следующий день (02.04.2020) он опубликовал ответ в официальном сообществе Министерства обороны РФ в «Фейсбуке». Коношенков обвинил «Ла Стампа» в дискредитации российской миссии

и стремлении увеличить русофобские настроения, в конце привел русскую пословицу: «Не рой другому яму, сам в нее попадешь»[25].

Важно отметить, что пословица эта, будучи переведенной на итальянский язык и вырванной из контекста, вдруг приобрела особый угрожающий смысл: русский генерал угрожает закопать итальянского журналиста в яму. В результате один из авторов статьи Якобо Якобони оценил это высказывание как «чрезвычайную угрозу»[26]. На этом обмен информационными ударами не закончился, поскольку следом Министерство обороны Италии выступило с призывом соблюдать свободу прессы и не допускать использования неуместного тона в отношении итальянской прессы. Призыв опубликован на официальном сайте ведомства[27].

В ответ пришлось выступать российскому посольству. В этот же день (03.04.2020)» вышло интервью с послом России в Италии Сергеем Разовым на телеканале «Тиджиком24», принадлежащем корпорации «Медиасет», аффилированной с Сильвио Берлускони. Посол России в Италии комментирует ответ Игоря Коношенкова и разъясняет, что российская миссия носит только гуманитарный характер и действительно нацелена на помощь в сложной ситуации[28].

Вполне очевидно, что весь этот обмен информационными ударами продемонстрировал аудитории наличие противостояния, более того, он позволил итальянской стороне обвинить Россию в давлении на прессу.

Складывающаяся вокруг российской гуманитарной миссии ситуация вынудила высказаться даже председателя правительства Италии. 09.04.2020 «БиБиСи Ньюс» (*BBC News*) публикует интервью с Джузеппе Конте. Обратим внимание на характер работы журналиста в этом интервью: журналист прямо транслирует версию о том, что Москва извлекла выгоду из инициативы, добавив надпись «Из России с любовью» на оборудование. Потом в подтверждение этой мысли он, задавая вопрос премьеру, сообщает, что по российским телеканалам транслировался сюжет, в котором итальянец заменяет флаг ЕС на российский[29]. Джузеппе Конте одергивает журналиста, высказывая официальную позицию: «Простая инсинуация глубоко оскорбляет меня. Это оскорбление правительства Италии... а также Владимира Путина, который никогда не мечтал бы использовать это в качестве рычага». Но журналист уже сделал свое дело – не только вбросил версию, но и подтвердил ее убедительными, с его точки зрения, фактами.

На этом первый виток информационного противостояния можно считать оконченным. Но вскоре начинается второй. Уже 12.04.2020 авторитетная «Ла Репубблика» сообщает о распространении в мессенджере «Вотсап» таинственного сообщения с предложением «сказать что-то хорошее о российской гуманитарной помощи» в социальных медиа и заработать от 100 до 200 евро. Газета прямо не обвиняет Россию в покупке постов в социальных медиа, так как журналисты не смогли выяснить происхождение сообщения, но сам тон материала указывает на то, что это неблаговидное действие выгодно именно России. Посольство России в Риме опять вынуждено выступить с объяснениями и заявить, что это «мошенническая провокация»[30].

16.04.2020 в Брюсселе верховный командующий войсками НАТО в Европе американский генерал Тод Уолтерс встречается с журналистами[31]. На этой встрече журналист издания «Коррьера делла Сера» задает вопрос генералу, считает ли он угрозой присутствие российских военных в Италии, и получает вполне ожидаемый ответ. Генерал отвечает, что он уделяет пристальное внимание злокачественному влиянию России и держит все под контролем. Отметим, что именно итальянский журналист поднял эту тему, причем сразу же придал вопросу вполне определенный характер. Он не спрашивает о гуманитарной акции, о борьбе с эпидемией, не говорит о российских медиках. Он прямо использует угрожающее клише «российские военные в Италии». Генерал, как и следовало ожидать, охотно подхватывает эту тему. Ответ Тода Уолтерса широко цитировался в онлайн-версиях ведущих итальянских медиа. Скажем, *Corriere.it*[32] опубликовала новость о том, что Атлантический альянс «очень сосредоточен на российской помощи и на разведывательном характере миссии в Италии». Обратим внимание, что сам оборот «разведывательный характер российской миссии» добавлен журналистом. Таким образом, мы видим, что наиболее авторитетные итальянские газеты, такие как «Ла Стампа», «Ла Репубблика», «Коррьере делла сера», даже применительно к конкретной локальной гуманитарной акции продолжают воспроизводить логику конфронтации и обвинения России. В публичном дискурсе формируется параллель: российская гуманитарная миссия – это пропагандистская акция пополам со шпионской операцией.

Крайне важным результатом исследования является полярное несовпадение оценки России, ее гуманитарной миссии в традици-

онных медиа и в социальных сетях. Если позиция «больших традиционных медиа» была, как правило, негативной, то в социальных сетях имелся существенный разброс мнений – от позитивных до негативных, что свидетельствует о том, что применительно к рассматриваемому кейсу в общественном мнении Италии существуют разногласия.

Приведем распределение тональности по источникам без учета нейтральных упоминаний. Как видно из рисунка 3, основной поток позитивных откликов размещен в «Твиттере» и социальных сетях.

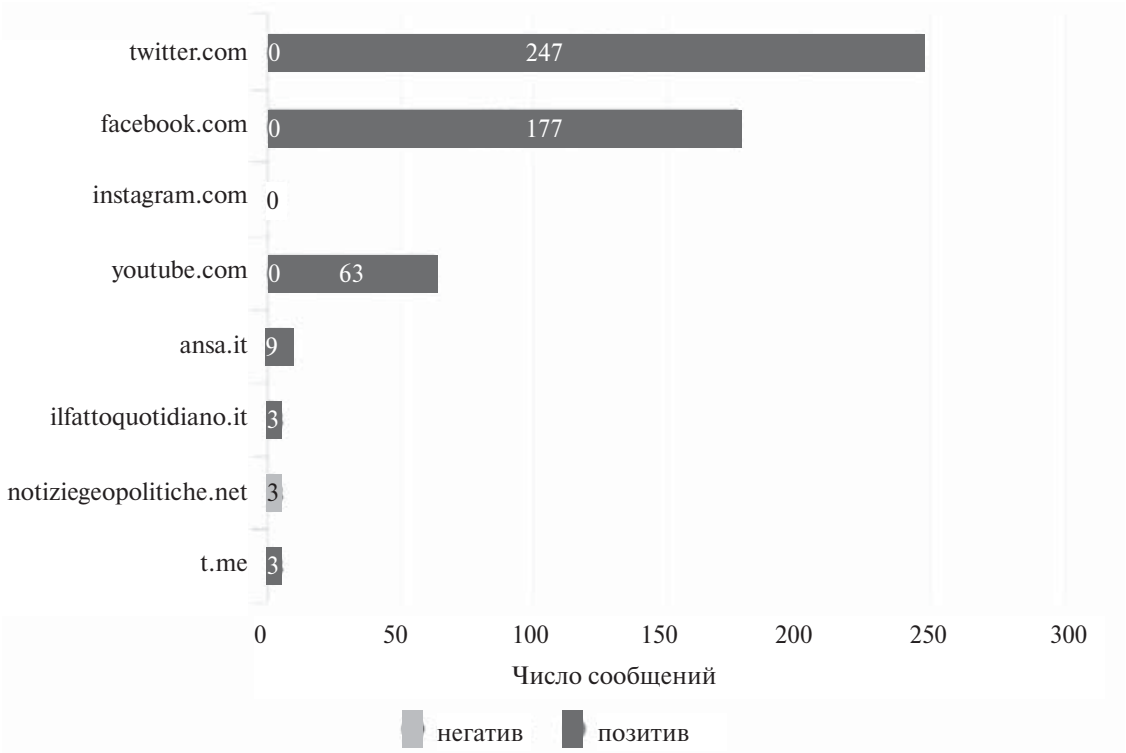


Рисунок 3. Распределение тональности публикаций, посвященных гуманитарной миссии «Из России с любовью» в период с 20.03.2020 по 30.04.2020 по источникам

В то же время нельзя не отметить, что наиболее выраженная положительная реакция на гуманитарную миссию исходила от русскоязычных пользователей социальных сетей, проживающих в Италии, и сообществ, посвященных Российской Федерации. В таблицах 3 и 4 приведены перечень и описание 10 ведущих авторов и сообществ. В топе источников позитивных отзывов и комментариев также присутствуют и чисто итальянские источники: скажем, страницы Джультто Кьеза, Маттео Сальвини, твиттер-сообщество сторонников независимой журналистики

https://twitter.com/raisenzaberlusc и страница в «Инстаграме» телеканала «Тиджиком24», принадлежащего медиаконцерну «Медиасет» *https://www.instagram.com/tgcom24/*. Отметим сразу характерную особенность архитектуры используемых мониторинговых систем: публичные страницы популярных деятелей относятся одновременно и к категории автора, и к категории сообщества. Описанная функция социальных сетей позволяет пользователям понять, что это не просто отдельная личность, а лидер мнений. Именно поэтому профиль «Наталья Стефаненко» приведен нами и в таблице 3, и в таблице 4.

Таблица 3

Топ-10 активных авторов по количеству упоминаний

Ссылка на автора	Описание
https://www.instagram.com/natasha_stefanenko	Популярная итальянская ведущая
https://twitter.com/raisenzaberlusc	Частный аккаунт. Объединяет сообщество тех, кто против Берлускони и за независимую журналистику
https://twitter.com/nikeskywalker	Журналист. Разделяет взгляды Джульетто Кьеза, в прошлом Московского корреспондента газеты «Л'Юнита» и «Ла Стампа»
https://twitter.com/luigidebiase	Журналист итальянской программы TG5 и с 2019 г. редактор информационного бюллетеня «Волга». Обозреватель по темам о России и Турции
https://www.facebook.com/375807339198816	Сообщество, посвященное России,– Russia Diversa (Россия разная)
https://twitter.com/cckki	Частный аккаунт в «Твиттере»
https://twitter.com/masszito	Частный аккаунт в «Твиттере»
https://twitter.com/massi_dubai	Частный аккаунт в «Твиттере», юрист, работает с теми, кто из России и «Новороссии». Противник НАТО
http://ansa.it/ansa.it	Информационное агентство Анса.ит
https://twitter.com/presidium__	Частный аккаунт в «Твиттере». Посты на русском и итальянском языках

Таблица 4

Топ-10 активных сообществ по количеству упоминаний

Ссылка на автора	Описание
https://www.instagram.com/natasha_stefanenko	Страница популярной итальянской ведущей Натальи Стефаненко русского происхождения
https://www.youtube.com/channel/UCA97hGD0SHQNIvXK8aEpxrw	Канал «Аланьюс» на «Ютубе» создает мультимедийный журналистский контент для издательских компаний
https://www.facebook.com/giuliettochiesa/	Публичная страница журналиста Джульетто Кьеза благоприятно настроенного в отношении РФ, в прошлом Московского корреспондента газеты «Л'Юнита» и «Ла Стампа». Ушел из жизни 20 апреля 2020 г.
https://www.facebook.com/putinteamitalia/	Группа поддержки Путина в Италии
https://www.facebook.com/Ambasciata-della-Federazione-Russa-in-Italia-%D0%9F%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE-%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8-%D0%B2-%D0%98%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B8-1523683317920282/	Страница посольства России в Италии
https://www.instagram.com/tgcom24/	Страница в «Инстаграме» телеканала TG24.com принадлежит медиаконцерну Берлускони «Медиасет».
https://www.facebook.com/375807339198816	Сообщество, посвященное России, – Russia Diversa (Россия разная)
https://www.facebook.com/Vincenzo.squarciafico.chef/	Индивидуальная страница бренд-шефа ресторанов в Москве и Санкт-Петербурге
https://www.facebook.com/groups/italiya/	Сообщество «Италия по-русски» – информационный портал русских в Италии и социальная сеть соотечественников в Италии
https://www.facebook.com/salviniofficial/	Публичная страница итальянского государственного деятеля и политика Маттео Сальвини

Заключение и дискуссия

Даже период пандемии, который, казалось бы, должен стимулировать потребность в надблоковой солидарности, сотрудничестве и взаимопомощи, не смог изменить негативный имидж России в медиадискурсе Италии. Гуманитарная акция, направленная на поддержку населения самого пострадавшего от коронавируса итальянского региона, была интерпретирована как пропагандистская, нацеленная на извлечение политического капитала или вообще шпионская. Журналисты ведущих итальянских газет, принадлежащих разным сегментам политического спектра, оказались близки в воспроизводстве негативных интерпретаций российской гуманитарной миссии. Тема бескорыстной помощи и благодарности за эту помощь оказалась отодвинута ведущими изданиями на второй план: прибытие и разворачивание российской гуманитарной миссии не попадало в топы общенациональной повестки дня. Многие материалы в общенациональных медиа транслировали негативную оценку российской миссии официальными лицами НАТО.

В ряде случаев итальянским медиа удавалось провоцировать эскалацию информационно-психологического противостояния через обмен информационными ударами с пресс-службами российских ведомств.

Важным результатом исследования является выявленное различие модальностей освещения российской гуманитарной медицинской миссии в Бергамо в общенациональных медиа и в социальных сетях. Если в общенациональных газетах подача информации о работе российских военных врачей носит скорее негативный характер, то в социальных медиа преобладают посты и комментарии позитивной направленности. Существенную часть этого позитивного информационного потока задают пользователи и сообщества, так или иначе связанные с Россией. Впрочем, среди самых активных авторов, дающих позитивные оценки, представлены и независимые пользователи и медиаресурсы. Это позволяет сделать вывод о том, что в общественном мнении Италии нет устойчивого однозначно негативного отношения к России.

Примечания

[1] Статья выполнена при поддержке:
- гранта РФФИ 19-311-90025 Аспиранты «Россия в медиадискурсе современной Италии в условиях информационного противостояния с Западом»;
- гранта РФФИ 20-011-00371 А Медиатизация локальных инцидентов как механизм мобилизации политического протеста в информационно-сетевом обществе;
- гранта Санкт-Петербургского государственного университета «Инновационные методологии обеспечения информационной безопасности Российской Федерации - 2020: этап 3» (М1_2018-3).

[2] *Ходанович С.* Образ России в зеркале западных СМИ // Россия сегодня. 2007. Май, 5. Режим доступа: https://inosmi.ru/world/20070503/234331.html (дата обращения: 16.09.2020).

[3] Vitale A. (2017) La propaganda come strumento di politica estera: il caso della Russia di Putin. *Istituto per gli studi di politica internazionale*. Available at: https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/la-propaganda-come-strumento-di-politica-estera-il-caso-della-russia-di-putin-16218 (accessed: 16.09.2020).

[4] Темный образ России на Западе: миф или реальность?// Крамола. 2019. Окт., 16. Режим доступа: https://www.kramola.info/vesti/vlast/tyomnyy-obraz-rossii-na-zapade-mif-ili-realnost (дата обращения: 16.09.2020).

[5] Directive 3600.01 (2013) *Department of Defense*, 2 May. P. 5. Available at: https://fas.org/irp/doddir/dod/d3600_01.pdf (accessed: 23.07.2020).

[6] Molander R. C., Riddile A. S., Wilson P. A. (1996) *Strategic Information Warfare: a new face of war*. Research Institute RAND. MR-661-OSD. P. 13. Available at: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monograph_reports/2005/MR661.pdf (accessed: 01.04.20). DOI: https://doi.org/10.7249/MR661

[7] IQBUZZ. Система мониторинга социальных медиа и СМИ. Режим доступа: http://www.iqbuzz.pro (дата обращения: 25.06.2020).

[8] YouScan. Система мониторинга социальных медиа и СМИ. Режим доступа: https://youscan.io (дата обращения: 25.06.2020).

[9] Brand Analytics. Система мониторинга и анализа упоминаний бренда в социальных сетях, форумах, блогах, сайтах отзывов, онлайн-СМИ. Режим доступа: https://br-analytics.ru/about (дата обращения: 25.06.2020).

[10] SemanticForce. Система мониторинга социальных медиа и онлайн-СМИ. Режим доступа: http://www.semanticforce.net/ru (дата обращения: 25.06.2020).

[11] «Ла Стампа». Режим доступа: https://www.lastampa.it/ (дата обращения: 27.07.2020).

[12] «Ла Репубблика». Режим доступа: https://www.repubblica.it/ (дата обращения: 27.07.2020).

[13] «Кода стори». Режим доступа: https://www.codastory.com/ (дата обращения: 27.07.2020).

[14] «Бреща. Коррьере дела сера». Режим доступа: https://brescia.corriere.it/ (дата обращения: 27.07.2020).

[15] «Коррьере дела сера». Режим доступа: https://www.corriere.it/ (дата обращения: 27.07.2020).

[16] «Ла ледже пер тутти». Режим доступа: https://www.laleggepertutti.it/ (дата обращения: 27.07.2020).

[17] «Иль фатто куатидиано». Режим доступа: https://www.ilfattoquotidiano.it/ (дата обращения: 27.07.2020).

[18] «Метеовеб». Режим доступа: http://meteoweb.eu/ (дата обращения: 27.07.2020).

[19] «Нотициегеополитике». Режим доступа: https://www.notiziegeopolitiche.net/ (дата обращения: 27.07.2020).

[20] «Иль маттино». Режим доступа: https://www.ilmattino.it/ (дата обращения: 27.07.2020).

[21] I virologi inviati da #Putin in #Italia hanno esperienza nel contrasto dell'Ebola e della peste suina (2020) *Agenzia Nova (Twitter)*, 22 March. Available at: https://twitter.com/agenzia_nova/status/1241673695493591041 (accessed: 27.07.2020).

[22] Coronavirus, eurodeputati Tedeschi cercano di lanciare campagna contro aiuti russi all' Italia (2020) *Sputnik*, 30 March. Available at: https://it.sputniknews.com/mondo/202003308917346-coronavirus-eurodeputati-tedeschi-cercano-di-lanciare-campagna-contro-aiuti-russi-all-italia/ (accessed: 27.07.2020).

[23] Iacoboni J., Antelava N., Butini C. (2020) Gli aiuti russi in Italia sul Coronavirus, il generale Kikot e I timori sul'intelligence militare in azione. *La Stampa*, 1 April. Available at: https://www.lastampa.it/topnews/primo-piano/2020/04/01/news/gli-aiuti-russi-in-italia-sul-coronavirus-il-generale-che-li-guida-e-i-timori-sull-intelligence-militare-in-azione-1.38664749 (accessed: 27.07.2020).

[24] Iacoboni J., Antelava N. (2020) The influence operation behind Russia's coronavirus aid to Italy. *Coda Story*, 2 April. Available at: https://www.codastory.com/disinformation/soft-power/russia-coronavirus-aid-italy/ (accessed: 27.07.2020).

[25] Пост официального представителя Минобороны России Игоря Конашенкова// Фейсбук Минобороны России. 2020. Апр., 2. Режим доступа: https://www.facebook.com/mod.mil.rus/photos/a.1492313031011448/2608708402705233/ (дата обращения: 27.07.2020).

[26] Cockerell I. (2020) Veiled threats and WhatsApp bribes accompany Russia's aid to Italy. *Coda Story*, 17 April. Available at: https://www.codastory.com/disinformation/followup-russia-coronavirus-aid-italy/ (accessed: 27.07.2020).

[27] *Nota congiunta del Ministero della Difesa e del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale* (2020) 3 April. Available at: https://www.esteri.it/mae/it/sala_stampa/archivionotizie/comunicati/2020/04/nota-congiunta-del-ministero-della-difesa-e-del-ministero-degli-affari-esteri-e-della-cooperazione-internazionale.html (accessed: 27.07.2020).

[28] Coronavisrus, il support russo all'Italia (2020) *Mediaset. TG 5*, 3 April. Available at: https://www.mediasetplay.mediaset.it/video/tg5/coronavirus-il-supporto-russo-allitalia_F310153701374C07?fbclid=IwAR3iNYNKtf3iwzVUx-q-qD8xVkgUtzGDowBZ2YtIk5gCUBhjaZDSBV3jGfQ (accessed: 27.07.2020).

[29] Lowen M. (2020) Coronavirus: EU could fail over outbreak, warns Italy's Giuseppe Conte. *BBC NEWS*, 9 April. Available at: https://www.bbc.com/news/amp/world-europe-52224838 (accessed: 27.07.2020)

[30] Tonacci F. (2020) "200 euro se ringrazi la Russia per gli aiuti": quello strano arruolamento su WhatsApp. *La Repubblica*, 12 April. Available at: https://www.repubblica.it/esteri/2020/04/12/news/russia_propaganda_a_pagamento-253794264/?refresh_ce (accessed: 27.07.2020).

[31] Press Briefing with General Tod Wolters, U.S. European Command (USEUCOM) Commander and NATO Supreme Allied Commander Europe (2020) *U.S. Department of State*, 16 April. Available at: https://www.state.gov/special-briefing-via-telephone-with-general-tod-wolters-u-s-european-command-useucom-commander-and-nato-supreme-allied-commander-europe/ (accessed: 27.07.2020).

[32] Ippolito I. (2020) Il generale Nato: "Preoccupati per gli aiuti russi all'Italia". *Corriere della Sera*, 17 April. Available at: https://www.corriere.it/esteri/20_aprile_16/todd-wolters-generale-nato-gli-aiuti-russi-il-coronavirus-un-influenza-maligna-bf61e04e-801b-11ea-8804-717fbf79e066.shtml (accessed: 22.07.2020).

Библиография

Абрамова А. В. Проблема формирования и распространения негативного образа России американскими СМИ // Россия в глобальном мире: новые вызовы и возможности. 2019. С. 94–104.

Алексеев А. П., Алексеева И. Ю. Информационная война в информационном обществе // Вопросы философии. 2016. № 11. С. 5–14

Бубнова Н. Охлаждение в российско-западных отношениях // Международные процессы. 2015. Т. 13. №. 4. С. 135–152. DOI: 10.17994/IT.2015.13.4.43.10

Ведерникова М. И. Имидж России в Европе после присоединения Крыма // Российская государственность в социальном измерении: теории, идеологии, практики. 2019. С. 90–97.

Волкогонов Д. А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. М.: Воен. изд-во, 1983.

Гаврилова С. М. Россия и Италия сегодня: положительный опыт сотрудничества // Вестн. Дип. академии МИД России. Россия и мир. 2015. №. 4. С. 127–138.

Громова Т. Н. Структура медиаобраза России: внешнеполитический аспект // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. №. 4 (21). С. 62–67.

Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Модели репутации и информационного управления в социальных сетях // Управление большими системами: сборник трудов. 2009. №. 26-1. С. 10.

Зиновьев А. А. Эволюционный перелом двадцатого века и новые функции учреждений разведки // Информационные войны. № 2 (26). 2013. С. 71–73.

Котенко И. В., Саенко И. Б., Чечулин А. А. Защита от нежелательной и вредоносной информации в глобальных информационных сетях // Информационно-психологическая и когнитивная безопасность: кол. моногр. / под ред. *И. Ф. Кефели, Р. М. Юсуповой*. СПб.: Аврора, 2017. С. 207–229.

Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / под общ. ред. *А. Е. Тараса*. Мн.: Харвест, 1999.

Левкин И. М., Борщенко В. В. Информационные свойства геополитического пространства // Геополитика и безопасность. 2017. № 4 (40). С. 39–45.

Левкин И. М., Микадзе С. Ю. Добывание и обработка информации в деловой разведке. СПб.: Университет ИТМО, 2015.

Литвиненко А. В. Специальные информационные операции и пропагандистские кампании // Киев: Высшая школа, 2000.

Македонская В. А., Шестова В. М. Информационно-психологическое воздействие немецко-фашистской пропаганды на вооруженные силы СССР и население временно оккупированных территорий РСФСР в годы Великой Отечественной войны // Безопасность информационных технологий. 2011. Т. 18. №. 3. С. 102–108.

Манойло А., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Горячая линия–Телеком, 2003.

Манфреди Ф. Россия в итальянской печати: искаженный и «отреставрированный» образ // Политическая лингвистика. 2010. №. 4.

Озюменко В. И. Медийный дискурс в ситуации информационной войны: от манипуляции – к агрессии // Вестн. РУДН. Сер.: Лингвистика. 2017. Т. 21. №. 1.

Панарин И. Н. Информационная война и мир. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2003.

Паулсен Т. Б. Харизматическая пропаганда как инструмент манипулирования обществом: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2002.

Радькова Т. В. Формирование образа России в итальянских СМИ // Российская школа связей с общественностью: ежегодный альманах. 2017. № 10. С. 84–94.

Расторгуев С. П., Литвиненко М. В. Информационные операции в сети Интернет / под общ. ред. *А. Б. Михайловского*. М.: АНО ЦСОиП, 2014.

Салахова А. Г.-Б., Грачева К. Л. Лингвистический анализ манипулятивных средств воздействия СМИ в период информационных войн (на материале прессы Германии) // Политическая лингвистика. 2016. №. 6. С. 132–138

Соловьева А. С. Негативный образ России (на примере американского издания the New York Times) // Политическая лингвистика. 2011. №. 4. С. 152–156.

Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / под ред. *Д. А. Губанова, Д. А. Новикова, А. Г. Чхартишвили*. М.: Изд-во физ.-мат. лит-ры, 2010.

Топорова К. Л. Тема России в повестке дня ежедневной прессы Италии // Вестн. науки и образования. 2019. №. 9–2 (63). С. 41–46.

Федорова К. И., Сабурова Н. В., Николаева С. В. Реализация речевой агрессии: стратегия дискредитации и стратегия манипулирования в англоязычных СМИ // Вестн. Северо-Восточн. фед. ун-та им. М. К. Амосова. 2016. №. 5 (55).

Цыганов В. В., *Бухарин С. Н.* Информационные войны в бизнесе и политике: Теория и методология. М.: Академический проект, 2007.

Abdullah, S., Wu X. (2011). An epidemic model for news spreading on twitter. In *2011 IEEE 23rd international conference on tools with artificial intelligence*. Pp. 163–169. DOI: 10.1109/ICTAI.2011.33

Barabash V. V. et al. (2019) The confrontation between the Eastern and Western worldviews in the conceptual space of the information war against Russia: the genesis and evolution of the terminological apparatus. *Amazonia investiga* 8 (19): 246–254.

Cheong M., Lee V. (2010) Twittering for Earth: A Study on the Impact of Microblogging Activism on Earth Hour 2009 in Australia. In N. T. Nguyen, M. T. Le, J. Świątek (eds.) *Intelligent Information and Database Systems ACIIDS 2010. Lecture Notes in Computer Science, vol. 5991*. Berlin; Heidelberg: Springer. Pp. 114–123. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-642-12101-2_13

Filatova O., Bolgov R. (2018) Strategic communication in the context of modern information confrontation: EU and NATO vs Russia and ISIS. In *Proceedings of the 13th International Conference on Cyber Warfare and Security ICCWS*. Pp. 208–219.

Horkheimer M., Adorno T. W. (1972) *Dialectic of Enlightenment*. New York: Seabury Press.

Khizbullin F., Akhmedina G., Rostova A., Shilina S. (2017) Hydrocarbon resources as an object of geopolitical confrontation between Russia and the West. *Central Asia & the Caucasus* 18 (2).

Kolomeets M., Chechulin A., Kotenko I. (2019) Social networks analysis by graph algorithms on the example of the VKontakte social network. *Journal of Wireless Mobile Networks, Ubiquitous Computing, and Dependable Applications* 10 (2): 55–75.

Lasswell H. D. (1927) *Propaganda Technique in the World War*. Ravenio Books.

Loftus S., Kanet R. E. (2017) Growing confrontation between Russia and the West: Russia's Challenge to the Post-Cold War Order. In *The Russian Challenge to the European Security Environment*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 13–36. DOI: 10.1007/978-3-319-50775-0

McCombs D. (1981) *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*. New York.

McCombs M., Shaw D. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass-Media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176–187. DOI: https://doi.org/10.1086/267990

Vitkova L., Kotenko I., Kolomeets M., Tushkanova O., Chechulin A. (2019) Detection of bots in social networks based on the analysis of topological and statistical features. In *4th International Scientific Conference "Intelligent information technologies for industry" (IITI'19), December 2-7, 2019, Ostrava-Prague, Czech Republic*. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. Springer.

Vitkova L., Saenko I., Tushkanova O. (2020) An Approach to Creating an Intelligent System for Detecting and Countering Inappropriate Information on the Internet. In *Proceedings of the 13th International Symposium on Intelligent Distributed Computing (IDC 2019), October 7-9, 2019, Saint-Petersburg*. Cham: Springer Pp. 244–254. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-32258-8_29.

Wilson T. D. (1999 a) Models in information behaviour research. *Journal of documentation* 55 (3): 249–270. DOI: https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145

Wilson T. (1999 b) Exploring models of information behaviour: the 'uncertainty'project. *Information Processing & Management* 35 (6): 839–849.

Notes

Brand Analytics. Sistema monitoringa i analiza upominaniy brenda v sotsial'nykh setyakh, forumakh, blogakh, saytakh otzyvov, onlayn-SMI [Brand Analytics. The System of Monitoring and Analysis of Brand References on Social Networks, Forums, in Blogs, on Review Sites and in Online Media]. Available at: https://br-analytics.ru/about (accessed: 25.06.2020).

Brescia Corriere della Sera. Available at: https://brescia.corriere.it/ (accessed: 27.07.2020).

Cockerell I. (2020) Veiled Threats and WhatsApp Bribes Accompany Russia's Aid to Italy. *Coda Story*, 17 April. Available at: https://www.codastory.com/disinformation/followup-russia-coronavirus-aid-italy/ (accessed: 27.07.2020).

Coda Story. Available at: https://www.codastory.com/ (accessed: 27.07.2020).

Coronavirus, eurodeputati Tedeschi cercano di lanciare campagna contro aiuti russi all' Italia (2020) [Coronavirus, MEPs Try to Launch a Campaign

Against Russia's Aid to Italy (2020)] *Sputnik*, 30 March. Available at: https://it.sputniknews.com/mondo/202003308917346-coronavirus-eurodeputati-tedeschi-cercano-di-lanciare-campagna-contro-aiuti-russi-all-italia/ (accessed: 27.07.2020).

Coronavirus, il support russo all'Italia (2020) [Coronavirus, Russian Support to Italy (2020)] *Mediaset. TG 5*, 3 April. Available at: https://www.mediasetplay.mediaset.it/video/tg5/coronavirus-il-supporto-russo-allitalia_F310153701374C07?fbclid=IwAR3iNYNKtf3iwzVUx-q-qD8xVkgUtzGDowBZ2YtIk5g-CUBhjaZDSBV3jGfQ (accessed: 27.07.2020).

Corriere della Sera. Available at: https://www.corriere.it/ (accessed: 27.07.2020).

Directive 3600.01 (2013) *Department of Defense*, 2 May. P. 5. Available at: https://fas.org/irp/doddir/dod/d3600_01.pdf (accessed: 23.07.2020).

Iacoboni J., Antelava N., Butini C. (2020) Gli aiuti russi in Italia sul Coronavirus, il generale Kikot e I timori sul'intelligence militare in azione [Russian Aid to Italy on Coronavirus, General Kikot and Fears of Military Intelligence in Action]. *La Stampa*, 1 April. Available at: https://www.lastampa.it/topnews/primo-piano/2020/04/01/news/gli-aiuti-russi-in-italia-sul-coronavirus-il-generale-che-li-guida-e-i-timori-sull-intelligence-militare-in-azione-1.38664749 (accessed: 27.07.2020).

Iacoboni J., Antelava N. (2020) The Influence Operation Behind Russia's Coronavirus Aid to Italy. *Coda Story* 2 April. Available at: https://www.codastory.com/disinformation/soft-power/russia-coronavirus-aid-italy/ (accessed: 27.07.2020).

I virologi inviati da #Putin in #Italia hanno esperienza nel contrasto dell'Ebola e della peste suina (2020) [Virologists Sent by #Putin to #Italy Have Experience in Combating Ebola and Swine Fever (2020)] *Agenzia Nova (Twitter)*, 22 March. Available at: https://twitter.com/agenzia_nova/status/1241673695493591041 (accessed: 27.07.2020).

Il Fatto Quotidiano. Available at: https://www.ilfattoquotidiano.it/ (accessed: 27.07.2020).

Il Mattino. Available ar: https://www.ilmattino.it/ (accessed: 27.07.2020).

Ippolito I. (2020), il generale Nato: "Preoccupati per gli aiuti russi all'Italia" [Ippolito I. (2020), the NATO General: "I'm Worried About Russia's Aid to Italy"]. *Corriere della Sera*, 17 April. Available at: https://www.corriere.it/esteri/20_aprile_16/todd-wolters-generale-nato-gli-aiuti-russi-il-coronavirus-un-influenza-maligna-bf61e04e-801b-11ea-8804-717fbf79e066.shtml (accessed: 22.07.2020).

IQBUZZ. Sistema monitoringa sotsial'nykh media i SMI [IQBUZZ. The System of Monitoring Social Media and Mass Media]. Available at: http://www.iqbuzz.pro (accessed: 25.06.2020).

Lowen M. (2020) Coronavirus: EU Could Fail over Outbreak, Warns Italy's Giuseppe Conte. *BBC NEWS*, 9 April. Available at: https://www.bbc.com/news/amp/world-europe-52224838 (accessed: 27.07.2020)

Khodanovich S. (2007) Obraz Rossii v zerkale zapadnykh SMI [The Image of Russia in the Mirror of Western Mass Media]. *Rossiya segodnya*, 5 May. Available at: https://inosmi.ru/world/20070503/234331.html (accessed: 16.09.2020).

La Legge per Tutti. Available at: https://www.laleggepertutti.it/ (accessed: 27.07.2020).

La Stampa. Available at: https://www.lastampa.it/ (accessed: 27.07.2020).

La Repubblica. Available at: https://www.repubblica.it/ (accessed: 27.07.2020).

MeteoWeb. Available at: http://meteoweb.eu/ (accessed: 27.07.2020).

Molander R. C., Riddile A. S., Wilson P. A. (1996) *Strategic Information Warfare: a New Face of War*. Research Institute RAND. MR-661-OSD. P. 13. Available at: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monograph_reports/2005/MR661.pdf (accessed: 01.04.20). DOI: https://doi.org/10.7249/MR661

Nota congiunta del Ministero della Difesa e del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (2020) [A Joint Note from the Ministry of Defense and the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (2020)] 3 April. Available at: https://www.esteri.it/mae/it/sala_stampa/archivionotizie/comunicati/2020/04/nota-congiunta-del-ministero-della-difesa-e-del-ministero-degli-affari-esteri-e-della-cooperazione-internazionale.html (accessed: 27.07.2020).

Notizie Geopolitiche. Available at: https://www.notiziegeopolitiche.net/ (accessed: 27.07.2020).

Post ofitsial'nogo predstavitelya Minoborony Rossii Igorya Konoshenkova [The Post of the Official Representative of Russia's Ministry of Defense Igor Konoshenkov (2020)] *Facebook Minoborony Rossii*, 2 April. Available at: https://www.facebook.com/mod.mil.rus/photos/a.1492313031011448/2608708402705233/ (accessed: 27.07.2020).

Press Briefing with General Tod Wolters, U.S. European Command (USEUCOM) Commander and NATO Supreme Allied Commander Europe (2020) *U.S. Department of State*, 16 April. Available at: https://www.state.gov/special-briefing-via-telephone-with-general-tod-wolters-u-s-european-command-useucom-commander-and-nato-supreme-allied-commander-europe/ (accessed: 27.07.2020).

SemanticForce. Sistema monitoringa sotsial'nykh media i onlayn-SMI [The System of Monitoring Social Media and Mass Media]. Available at: http://www.semanticforce.net/ru (accessed: 25.06.2020).

Tonacci F. (2020) "200 euro se ringrazi la Russia per gli aiuti": quello strano arruolamento su WhatsApp ["200 Euros if You Thank Russia for Its Aid": That Strange Enlistment on WhatsApp]. *La Repubblica*, 12 April. Available at: https://www.repubblica.it/esteri/2020/04/12/news/russia_propaganda_a_pagamento-253794264/?refresh_ce (accessed: 27.07.2020).

Temnyy obraz Rossii na Zapade: mif ili real'nost'? [The Dark Image of Russia: a Myth or Reality?] (2019) *Kramola*, 16 October. Available at: https://www.kramola.info/vesti/vlast/tyomnyy-obraz-rossii-na-zapade-mif-ili-realnost (accessed: 16.09.2020).

Vitale A. (2017) La propaganda come strumento di politica estera: il caso della Russia di Putin [Propaganda as a Foreign Policy Tool: the Case of Putin's Russia]. *Istituto per gli studi di politica internazionale*. Available at: https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/la-propaganda-come-strumento-di-politica-estera-il-caso-della-russia-di-putin-16218 (accessed: 16.09.2020).

Voennye mediki RF gotovy otpravit'sya v Italiyu na bor'bu s koronavirusom [RF Military Medical Workers Are Ready to Go to Italy to Fight Coronavirus]. *Informatsionnoe agentstvo Regnum*. Available at: https://regnum.ru/news/2891651.html (accessed: 14.09.2020).

YouScan. Sistema monitoringa sotsial'nykh media i SMI [YouScan. The System of Monitoring Social Media and Mass Media]. Available at: https://youscan.io (accessed: 25.06.2020).

References

Abdullah, S., Wu X. (2011) An Epidemic Model for News Spreading on Twitter. In *2011 IEEE 23rd international conference on tools with artificial intelligence*. Pp. 163–169. DOI: 10.1109/ICTAI.2011.33

Abramova A. V. (2019) Problema formirovaniya i rasprostraneniya negativnogo obraza Rossii amerikanskimi SMI [The Problem of Building and Disseminating a Negative Image of Russia by America Mass Media]. In *Rossiya v global'nom mire: novye vyzovy i vozmozhnosti* [Russia in the Global World: New Challenges and Opportunities]. Pp. 94–104. (In Russian)

Alekseev A. P., Alekseeva I. Yu. (2016) Informatsionnaya voyna v informatsionnom obshchestve [Information War in the Information Society]. *Voprosy filosofii* 11. (In Russian)

Barabash V. V. et al. (2019) The Confrontation Between the Eastern and Western Worldviews in the Conceptual Space of the Information War Against Russia: the Genesis and Evolution of the Terminological Apparatus. *Amazonia investiga* 8 (19): 246–254.

Bubnova N. (2015) Okhlazhdenie v rossiysko-zapadnykh otnosheniyakh [Alienation in Russian-Western Relations]. *Mezhdunarodnye protsessy* 13 (4): 135–152. DOI: 10.17994/IT.2015.13.4.43.10 (In Russian)

Cheong M., Lee V. (2010) Twittering for Earth: A Study on the Impact of Microblogging Activism on Earth Hour 2009 in Australia. In N. T. Nguyen, M. T. Le, J. Świątek (eds.) *Intelligent Information and Database Systems ACIIDS 2010. Lecture Notes in Computer Science, vol. 5991*. Berlin; Heidelberg: Springer. Pp. 114–123. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-642-12101-2_13

Fedorova K. I., Saburova N. V., Nikolaeva S. V. (2016) Realizatsiya rechevoy agressii: strategiya diskreditatsii i strategiya manipulirovaniya v angloyazychnykh SMI [Realization of Speech Aggression: Defamation Strategy and Manipulation Strategy in English-Language Mass Media]. *Vestn. Severo-Vostochn. fed. un-ta im. M. K. Ammosova* 5 (55). (In Russian)

Gavrilova S. M. (2015) Rossiya i Italiya segodnya: polozhitel'nyy opyt sotrudnichestva [Russia and Italy Today: Positive Experience of Cooperation]. *Vestn. Dip. akademii MID Rossii. Rossiya i mir* 4: 127–138. (In Russian)

Filatova O., Bolgov R. (2018) Strategic Communication in the Context of Modern Information Confrontation: EU and NATO vs Russia and ISIS. In *Proceedings of the 13th International Conference on Cyber Warfare and Security ICCWS*. Pp. 208–219.

Gromova T. N. (2016) Struktura mediaobraza Rossii: vneshnepoliticheskiy aspect [Structure of Russia's Media Image: the Foreign Policy Aspect]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* 4 (21): 62–67. (In Russian)

Gubanov D. A., Novikov D. A., Chkhartishvili A. G. (2009) Modeli reputatsii i informatsionnogo upravleniya v sotsial'nykh setyakh [Reputation and Information Management Models on Social Networks]. *Upravlenie bol'shimi sistemami: sbornik trudov* 26 (1): 10. (In Russian)

Gubanov D. A., Novikov D. A., Chkhartishvili A. G. (eds.) (2010) *Sotsial'nye seti: modeli informatsionnogo vliyaniya, upravleniya i protivoborstva* [Social Networks: Models of Information Influence, Management and Confrontation]. Moscow: Izd-vo fiz. -mat. lit-ry Publ. (In Russian)

Horkheimer M., Adorno T. W. (1972) *Dialectic of Enlightenment.* New York: Seabury Press.

Khizbullin F., Akhmedina G., Rostova A., Shilina S. (2017) Hydrocarbon Resources as an Object of Geopolitical Confrontation Between Russia and the West. *Central Asia & the Caucasus* 18 (2).

Kolomeets M., Chechulin A., Kotenko I. (2019) Social Networks Analysis by Graph Algorithms on the Example of the VKontakte Social Network. *Journal of Wireless Mobile Networks, Ubiquitous Computing, and Dependable Applications* 10 (2): 55–75.

Kotenko I. V., Saenko I. B., Chechulin A. A. (2017) Zashchita ot nezhelatel'noy i vredonosnoy informatsii v global'nykh informatsionnykh setyakh [Protection from Unwelcome and Harmful Information on Global Information Networks]. In I. F. Kefel', R. M. Yusupova (eds.) *Informatsionno-psikhologicheskaya i kognitivnaya bezopasnost'. Kollektivnaya monografiya* [Information and Psychological and Cognitive Security. A Collective Monograph]. St. Petersburg: «Avrora» Publ. Pp. 207–229. (In Russian)

Krys'ko V. G. (1999) *Sekrety psihologicheskoj vojny (celi, zadachi, metody, formy, opyt)* [Secrets of the Psychological War (Aims, Tasks, Methods, Forms and Experience]. Minsk: Harvest. (In Russian)

Lasswell H. D. (1927) *Propaganda Technique in the World War.* Ravenio Books.

Levkin I. M., Borshchenko V. V. (2017) Informatsionnye svoystva geopoliticheskogo prostranstva [Information Properties of the Geopolitical Space]. *Geopolitika i bezopasnost'* 4 (40): 39–45. (In Russian)

Levkin I. M., Mikadze S. Yu. (2015) *Dobyvanie i obrabotka informatsii v delovoy razvedke* [Obtaining and Processing Information in Business Intelligence]. St. Petersburg. (In Russian)

Litvinenko A. V. (2000) *Special'nye informacionnye operacii i propagandistskie kampanii* [Special Information Operations and Propaganda Campaigns]. Kiev: Vysshaja shkola Publ. (In Russian)

Loftus S., Kanet R. E. (2017) Growing Confrontation Between Russia and the West: Russia's Challenge to the Post-Cold War Order. In *The Russian Challenge to the European Security Environment*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 13–36. DOI: 10.1007/978-3-319-50775-0

Makedonskaja V. A., Shestova V. M. (2011) Informacionno-psihologicheskoe vozdejstvie nemecko-fashistskoj propagandy na vooruzhennye sily SSSR i naselenie vremenno okkupirovannyh territorij RSFSR v gody Velikoj Otechestvennoj vojny [Information and Psychological Influence of Nazi Propaganda on the Armed Forces of the USSR and the Population of Temporarily Occupied Territories of RSFSR During the Great Patriotic War]. *Bezopasnost' informacionnyh tehnologij* 18 (3): 102–108. (In Russian)

Manfredi F. (2010) Rossiya v ital'yanskoy pechati: iskazhennyy i «otrestavrirovannyy» obraz [Russia in the Italian Press: the Distorted and Renovated Image]. *Politicheskaya lingvistika* 4. (In Russian)

Manojlo A., Petrenko A. I., Frolov D. B. (2003) *Gosudarstvennaja politika v uslovijah informacionno-psihologicheskoj vojny* [State Policy in the Context of Information and Psychological War]. Moscow: Gorjachaja linija–Telekom Publ. (In Russian)

McCombs D. (1981) *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*. New York.

McCombs M., Shaw D. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176–187. DOI: https://doi.org/10.1086/267990

Ozyumenko V. I. (2017) Mediynyy diskurs v situatsii informatsionnoy voyny: ot manipulyatsii – k agressii [Media Discourse in the Context of the Information War: from Manipulation to Aggression]. *Vestn. RUDN. Ser.: Lingvistika* 21 (1). (In Russian)

Panarin I. N. (2003) *Informatsionnaya voyna i mir* [Information War and the World]. OLMA Media Grupp Publ. (In Russian)

Paulsen T. B. (2002) *Harizmaticheskaja propaganda kak instrument manipulirovanija obshhestvom*: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [Charismatic Propaganda as a Tool for Manipulating Society: extended abstract of PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Rad'kova T. V. (2017) Formirovanie obraza Rossii v ital'yanskikh SMI [Formation of the Image of Russia in Italian Mass Media]. *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu: ezhegodnyy al'manakh* 10: 84–94. (In Russian)

Rastorguev S. P., Litvinenko M. V. (2014) *Informatsionnye operatsii v seti Internet* [Information Operations on the Internet]. Moscow: ANO TsSOiP Publ. (In Russian)

Salakhova A. G.-B., Gracheva K. L. (2016) Lingvisticheskiy analiz manipulyativnykh sredstv vozdeystviya SMI v period informatsionnykh voyn (na materiale pressy Germanii) [A Linguistic Analysis of Manipulative Means of Media Influence During Information Wars (a Case Study of the German Press)]. *Politicheskaya lingvistika* 6: 132–138. (In Russian)

Solov'eva A. S. (2011) Negativnyy obraz Rossii (na primere amerikanskogo izdaniya the New York Times) [The Negative Image of Russia (a Case Study of

the American Newspaper The New York Times]. *Politicheskaya lingvistika* 4: 152–156. (In Russian)

Toporova K. L. (2019) Tema Rossii v povestke dnya ezhednevnoy pressy Italii [The Theme of Russia on the Agenda of the Italian Everyday Press]. *Vestnik nauki i obrazovaniya* 9-2 (63): 41–46. (In Russian)

Tsyganov V. V., Bukharin S. N. (2007) *Informatsionnye voyny v biznese i politike: teoriya i metodologiya* [Information Wars in Business and Politics: Theory and Methodology]. Moscow: Akademicheskiy Proekt Publ. (In Russian)

Vedernikova M. I. (2019) Imidzh Rossii v Evrope posle prisoedineniya Kryma [The Image of Russia in Europe after the Accession of Crimea]. In *Rossiyskaya gosudarstvennost' v sotsial'nom izmerenii: teorii, ideologii, praktiki* [Russian Statehood in a Social Dimension: Theories, Ideologies, Practices]. Pp. 90–97. (In Russian)

Vitkova L., Kotenko I., Kolomeets M., Tushkanova O., Chechulin A. (2019) Detection of Bots in Social Networks Based on the Analysis of Topological and Statistical Features. In *4th International Scientific Conference "Intelligent Information Technologies for Industry" (IITI'19), December 2–7, 2019, Ostrava-Prague, Czech Republic. Advances in Intelligent Systems and Computing*. Springer.

Vitkova L., Saenko I., Tushkanova O. (2020) An Approach to Creating an Intelligent System for Detecting and Countering Inappropriate Information on the Internet. In *Proceedings of the 13th International Symposium on Intelligent Distributed Computing (IDC 2019), October 7–9, 2019, Saint-Petersburg*. Cham: Springer Pp. 244–254. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-32258-8_29.

Volkogonov D. A. (1983) *Psikhologicheskaya voyna: Podryvnye deystviya imperializma v oblasti obshchestvennogo soznaniya* [Psychological War: Subversive Actions of Imperialism in the Area of Public Consciousness]. Moscow: Voen. izd-vo Publ. (In Russian)

Wilson T. D. (1999 a) Models in Information Behavior Research. *Journal of documentation* 55 (3): 249–270. DOI: https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145

Wilson T. (1999 b) Exploring Models of Information Behavior: the 'Uncertainty' Project. *Information Processing & Management* 35 (6): 839–849.

Zinov'ev A. A. (2013) Evolyutsionnyy perelom dvadtsatogo veka i novye funktsii uchrezhdeniy razvedki [The Evolutionary Breakthrough of the Twentieth Century and New Functions of Intelligence Bodies]. *Informatsionnye voyny* 2 (26): 71–73. (In Russian)

Поступила в редакцию
27.06.2020