

Дата поступления рукописи в редакцию: 27.09.2025 г.
Дата принятия рукописи в печать: 10.10.2025 г.

DOI: 10.24412/2076-1503-2025-9-68-73

ПЕТРОВА Лилия Евгеньевна,
старший преподаватель кафедры
социально-гуманитарных дисциплин,
Владимирский филиал РАНХиГС при Президенте РФ,
e-mail: lika0801@yandex.ru

БЕЛЯЕВ Данил Сергеевич,
студент, Владимирский филиал РАНХиГС
при Президенте РФ,
e-mail: dbelyaev33@gmail.com

ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПЕРИОД ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ: АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные проблемы применения технологий информационно-психологического воздействия в ходе избирательного процесса. Определены специфические черты и основные технологии информационно-психологического воздействия. Отдельное внимание уделяется роли современных средств массовой информации, медиа и социальных сетей в формировании электорального поведения. В работе рассматривается деструктивная роль данного вида воздействия на электорат как со стороны кандидатов, так и со стороны внешних политических сил, заинтересованных в дестабилизации политического процесса. Тезисы подтверждены практикой избирательных кампаний в России, США, странах Латинской Америки и др. Сформулированы направления защиты избирательных прав граждан от деструктивного информационно-психологического воздействия.

Ключевые слова: технологии, информационно-психологическое воздействие, избирательная кампания, выборы, электорат, средства массовой информации, пропаганда, агитация, фейки, избирательный процесс.

PETROVA Lilia Evgenievna,
Senior Lecturer at the Department of Social and Humanitarian Disciplines,
Vladimir branch of RANEPA under the President of the Russian Federation

BELYAEV Danil Sergeevich,
student, Vladimir branch of RANEPA
under the President of the Russian Federation

TECHNOLOGIES OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL IMPACT DURING THE ELECTION CAMPAIGN: ACTUAL ASPECTS

Annotation. The article discusses the current problems of using information and psychological influence technologies during the electoral process. It identifies the specific features and main technologies of information and psychological influence. Special attention is paid to the role of modern mass media, media, and social networks in shaping electoral behavior. The article examines the destructive role of this type of influence on the electorate, both from candidates and from external political forces interested in destabilizing the political process. The thesis is supported by the practice of electoral campaigns in Russia, the United States, Latin American countries, and others. The directions for protecting citizens' electoral rights from destructive information and psychological influence have been formulated.

Key words: technologies, information and psychological influence, election campaign, elections, electorate, mass media, propaganda, agitation, fakes, and the election process.

Выборность органов власти в Российской Федерации является практическим воплощением одного из важнейших принципов конституционного устройства – народовластия. Залогом успеха в ходе конкурентного избирательного процесса для кандидата или партии является правильное позиционирование своей политической программы, как отражения потребностей и предпочтений целевых электоральных групп. В избирательной системе Российской Федерации законодательно установлен агитационный период, прекращающийся в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования [17]. Предвыборная агитация включает призывы голосовать за или против определённой кандидатуры, выражение предпочтения кандидатам или выдвинувшим их политическим движениям (партиям), публичное описание возможных последствий избрания или не избрания кандидатов, распространение сведений о не связанной с профессиональными и служебными обязанностями деятельности кандидатов, а также иные действия, цель которых состоит в формировании положительного или отрицательного образа кандидата в глазах электората. Несмотря на строгую нормативную регламентацию предвыборной агитации в России, избиратели могут оказаться под влиянием деструктивного информационно-психологического воздействия, часто выходящего за рамки закона. Проблема обостряется в контексте развития цифровых форм предвыборной агитации, а также при усилении иностранного вмешательства в избирательные процессы внутри страны. Сегодня защита политических прав и свобод российских граждан требует противодействия деструктивному информационно-психологическому влиянию как со стороны внутренних политических сил, так и извне.

Традиционно двумя базовыми инструментами формирования электорального поведения являются пропаганда и агитация. Цель пропаганды состоит в формировании эмоционально положительного или отрицательного (по отношению к конкуренту) мнения о кандидате, движении или партии, политической идеологии и т.д. Агитация направлена на призыв (побуждение) объекта к конкретным действиям, например, голосовать за определённую кандидатуру или против нее. Так электоральное поведение формируется в процессе агитационного воздействия на индивидов, чьи мировоззренческие установки формируются под влиянием пропаганды. Политическая пропаганда сочетает в себе 2 общих метода воздействия на мировоззрение объекта:

- убеждение (предполагающее открытость и состязательность, использование аргументации и логически обоснованных доказательств);

- внушение (вызывающее к некритическому восприятию информации) [10].

Информационно-психологическое воздействие представляет собой качественно новый уровень работы с электоратом. А.Я. Касюк определяет информационно-психологическое воздействие как влияние на индивидуальное или общественное сознание, вызывающее трансформацию психики, изменение взглядов, мнений, отношений и пр. Отличие от пропаганды видится в преобладании метода внушения [5]. М.М. Ерофеев также справедливо отмечает эмоциональную и морально-психологическую направленность информационно-психологических технологий, позволяющую использовать их в дестабилизирующих общество информационно-психологических операциях [2].

Таким образом, информационно-психологическое воздействие в широком смысле представляет собой целенаправленное влияние на сознание индивида или общественное сознание целевых социальных групп с целью трансформации психологических и мировоззренческих составляющих личности [9], изменения аффективных состояний и активизации тех или иных поведенческих моделей. Специфика информационно-психологического воздействия заключается в его направленности на эмоциональное и поверхностно-образное восприятие [11]. Аспект «информационности» приобрёл особенное значение сначала с развитием средств массовой информации (далее по тексту – СМИ), а затем и с популяризацией интернета [18].

Под технологиями информационно-психологического воздействия следует подразумевать совокупность соответствующих методов и средств. Как было отмечено выше, хотя информационно-психологическое воздействие может апеллировать к рациональному восприятию, основным его методом является эмоциональное внушение. Базовыми средствами воздействия являются слово, речь и невербальные средства коммуникации, приобретающие форму текстов, аудио и видеоматериалов и т.д., как результат деятельности агентов информационного влияния. К агентам влияния по отношению к объекту информационного воздействия можно отнести следующее:

1. Традиционные СМИ и агитации: печатные (листовки, газеты, журналы, книги, брошюры, плакаты и т.д.), телевидение, радио, интернет.
2. Социальные медиа, социальные сети, видеохостинги, стриминговые сервисы, интернет-форумы и т.д.
3. Информационные и аналитические агентства.
4. Межличностное общение: взаимодействие внутри электората, встречи кандидата с

избирателями, публичные выступления и пресс-конференции, митинги и собрания.

5. Таргетированная реклама в интернете [7].

Таким образом, технологии информационно-психологического воздействия приобретают форму внушения через целенаправленную деятельность СМИ, социальных медиа и отдельных лиц. Цель предвыборной информационной кампании состоит в формировании определённого медийного образа, направленного на целевые группы среди электората. В условиях борьбы за поддержку электората в предвыборной агитации неизбежно будут проявляться манипулятивные аспекты, имеющие деструктивный характер по отношению к справедливости избирательного процесса и соблюдению активных избирательных прав граждан.

Современные информационные технологии, используемые в предвыборной агитации, с одной стороны, позволяют частично нивелировать различия в финансовых ресурсах кандидатов, а с другой – открывают новые способы деструктивного информационно-психологического воздействия [4]. Сегодня наиболее распространёнными способами являются различные формы психологических манипуляций и распространение «фейковой» информации.

Информационно-психологические манипуляции предполагают неявное, скрытое воздействие на субъект с целью побудить его к определённым действиям или подвести к необходимым выводам [5]. Один из наиболее распространённых способов манипулирования позицией избирателей – создание образа врага и противопоставления себя данному образу. Образ наделяется чертами, подвергаемыми осуждению целевым электоратом. В США политических оппонентов «клеят» поборниками диктатуры и социализма. В Европе распространено клише «агент России» по отношению к политикам-евроскептикам (таким как Марин Ле Пен, Алис Вайдель, Роберт Фицо и др.). Специфическая функция данного вида манипуляции состоит в смещении акцентов с фактических общественно значимых проблем и программных предложений кандидатов на малозначимые детали. Манипуляции также часто сопровождаются распространением фейков и дезинформации.

Создание и первичное распространение фейковой информации предполагает целенаправленное введение в заблуждение с помощью частично или полностью недостоверной информации под видом достоверной [8]. Сфера применения фейков достаточно обширна: от искажённого и некорректного преподнесения, в целом, достоверной информации (с помощью подмены контекста, смещения эмоциональных акцентов)

до распространения полностью сфабрикованной ложной информации, часто мимикрирующей под официальные заявления и государственные правовые акты и документы [15].

Выборы в России неоднократно сопровождались распространением полностью сфабрикованных материалов о нарушениях на избирательных участках в рамках дискредитации избирательной системы. Фейковая информация рассчитана на некритическое эмоциональное восприятие информации и призваны влиять на формирование общественного мнения по значимым вопросам. Переизбыток фейков, создающий сегодня общественное мнение на основе иррационального и субъективно-эмоционального восприятия, породил теоретическую концепцию «постправды» – состояния информационно-коммуникативной среды, когда эмоциональное восприятие информации (форма) довлеет над фактическим содержанием [3].

Распространение ложных сведений в ходе электорального противоборства часто используется для дискредитации личности оппонента. Президентская кампания в США 2024 г. показала, что сегодня в целях дезинформации можно сфабриковать не только текст или фото, но и видеозапись или голос кандидата. Современные нейросети и технологии дипфейков (англ. – deepfake) всё ещё не позволяют создать неотличимое от реальности видео, но и цель распространения фейковой информации – лишь поддерживать общий информационный фон, не нанося существенного репутационного ущерба самим распространителям фейков (по причине перегруженности современных медиа информацией любого качества) [19].

Технологии информационно-психологического воздействия могут использоваться как непосредственными субъектами избирательного процесса в стране, так и внешними силами с целью дестабилизации текущей политической системы, как составляющую гибридных войн. Внешнее (иностранное) вмешательство в избирательный процесс может принимать разные формы. В данной работе представляет интерес информационное вмешательство иностранных СМИ в процесс предвыборной агитации с нарушением соответствующего порядка, установленного национальным законодательством [1].

Внешнее вмешательство в выборы закономерно является угрозой как для обеспечения политических прав граждан, так и для демократических институтов, в целом. Факторами, сдерживающими внешнее вмешательство, являются развитость институтов демократии, субъектность гражданского общества и устойчивость правовой системы. Более всего внешнему вмешательству

подвержены развивающиеся страны: Африки, Ближнего Востока, Юго-восточной Азии, Латинской Америки. Цель иностранного вмешательства, как правило, заключается в продвижении лояльных политических сил и прокси (в рамках гибридных войн).

Так, например, уже неоднократно поступали официальные заявления из Венесуэлы о вмешательстве в избирательный процесс со стороны США и ряда соседних стран. Официальные представители самой Венесуэлы и дружественных ей государств региона (Кубы, Никарагуа, Боливии и др.) в 2024 г. заявляли об иностранном вмешательстве в поддержку Эдмундо Гонсалеса, кандидата от правых оппозиционных сил и противника боливарианского правительства [14].

Основные формы внешнего информационно-психологического вмешательства: финансирование оппозиционных СМИ (в том числе, по программам USAID) публичные призывы к насильственному свержению власти и уже ставшие обыденностью обвинения Национальной избирательной комиссии Венесуэлы в фальсификации результатов голосования, а также призывы провести повторное голосование, подкреплённые угрозами введения новых экономических санкций. Санкционный фактор также использовался оппозиционными силами с целью дискредитации социально-экономической политики правящей коалиции и дестабилизации общества.

В России, в процессе преодоления кризиса института выборов после 1990-х гг., была проведена существенная работа по ограждению избирательной системы от манипуляций сознанием избирателей и распространения фейков, особенно, в связи с попытками иностранного вмешательства. Информационное сопровождение выборов, включающее предвыборную агитацию, имеет определённые законом границы и связано с рядом ограничений и запретов.

Предвыборную агитацию следует отличать от информирования, которое не имеет целью побудить избирателя проголосовать за определённую кандидатуру. Агитация под видом информирования является правонарушением и может повлечь административную ответственность. Ограничения касаются недобросовестного использования в процессе агитации технологий фотомонтажа и видеомонтажа, а также нейросетей. Попытки введения избирателей в заблуждение с помощью поддельных изображений, аудио и аудиовизуальных материалов являются основанием для отмены регистрации в качестве кандидата. Недопустимыми признаются пропаганда экстремистской идеологии, злоупотребление свободой массовой информации (из положений ст. 4 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах

массовой информации»), использование информационных ресурсов, доступ к которым ограничен Роскомнадзором и др. [13]. В целом, законодатель стремится обеспечить равенство кандидатов, объективность и достоверность информационного сопровождения выборов, а также предотвратить возможное деструктивное информационно-психологическое воздействие на электорат.

Внешнее вмешательство в избирательные процессы Российской Федерации признаётся актуальной проблемой на уровне государственного стратегического планирования («Стратегия национальной безопасности Российской Федерации», деятельность Комиссии Совета Федерации по защите государственного суверенитета и предотвращению вмешательства во внутренние дела Российской Федерации и т.д.) [12]. Достаточно стабильная и обеспеченная силой государственного принуждения правовая система Российской Федерации способна оградить демократические процессы в стране от прямого иностранного вмешательства. Косвенное вмешательство в виде иностранного финансирования СМИ, НКО и различных общественных организаций постепенно утрачивает смысл после введения в правовую систему статуса иностранного агента (с принятием 20.07.2012 Федерального закона № 121-ФЗ) [16].

Незаконным признаётся финансирование деятельности политических партий из источников иностранного происхождения или имеющих статус иностранного агента (ст. 5.66 КоАП РФ) [6]. Поэтому основными формами внешнего воздействия на избирательную систему (в контексте информационного давления на российское общество) следует признать информационную деятельность иностранных СМИ и интернет-ресурсов (в частности, с помощью анонимных каналов в мессенджере «Телеграм»), направленную не столько на поддержку конкретных кандидатов, сколько на дискредитацию всей избирательной системы. Информационное давление на избирателей с побуждением к политическому абсентизму непосредственно нарушает избирательные права граждан и способствует утрате государственной властью легитимности, её «отдалению» от народа.

Помимо государственной политики обеспечения национальной безопасности, защита политических прав от деструктивных манипуляций и дезинформации требует активного участия гражданского общества. В частности, укрепление демократических институтов связано с развитием культуры политического участия и искоренением абсентизма, являющегося существенной проблемой на региональных и муниципальных выборах.

Гражданское общество может способствовать укреплению институтов демократии на уровне низовой самоорганизации, в таких формах, как деятельность общественных наблюдателей, общественный контроль (в том числе, через участие в общественных советах при органах публичной власти и общественных палатах), самовыдвижение независимо от крупных политических партий. Развитая культура политического участия снижает возможности эмоционального воздействия и манипулирования общественным мнением.

Список литературы:

- [1] Борисов И.Б. Вмешательство в национальные выборы как сопутствующий фактор демократических процессов в глобальном мире // Гражданин. Выборы. Власть. – 2021. – № 3 (21). – С. 107-124.
- [2] Ерофеев М.М. Информационно-психологическое воздействие: содержание и сущность // Психология и педагогика в служебной деятельности: актуальные вопросы теории и практики: Сборник материалов международной научно-практической конференции. – Барнаул, 2024. – С. 23-25.
- [3] Зарипов Р.И. Речевое и информационно-психологическое воздействие в эпоху постправды // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2024. – Т. 10. – № 3. – С. 138-148.
- [4] Ивлиев П. В., Кондрашов С.В. Манипулятивные аспекты, используемые СМИ при проведении выборов // Аграрное и земельное право. – 2022. – № 7 (211). – С. 9-11.
- [5] Касюк А.Я. Информационно-психологическое воздействие в информационном противоборстве // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. – 2021. – № 1 (842). – С. 22-34.
- [6] Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 31.07.2025) // [Электронный ресурс] URL: <https://legalacts.ru/kodeks/KOAP-RF/> (дата обращения 07.09.2025)
- [7] Логинов К.О. Информационное воздействие на электорат при проведении выборов // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2022. – № 2. – С. 28-42.
- [8] Морозов А.В. Психология информационной провокации // Казанский педагогический журнал. – 2017. – № 6 (125). – С. 27-35.
- [9] Морозов А.В. Смыслоразнозначные ориентиры и ценности: трансформация в условиях цифровизации // В сборнике: Россия и мир: развитие цивилизаций. Преобразования цивилизационных ценностей в современном мире // Материалы XI Международной научно-практической конференции. – М.: ИМЦ, 2021. – С. 565-567.
- [10] Морозов А.В. Социальная психология. – М.: Академический Проект, 2003. – 336 с.
- [11] Морозов А.В., Радченко Л.Е. Влияние средств массовой информации на нравственное воспитание, психическое и физическое здоровье современной молодежи // В сборнике: Социально-психологические проблемы современной молодежи // Материалы Международной научно-практической конференции. – Арзамас: АГПИ, 2009. – С. 9-12.
- [12] Плетников В.С. Внешнее вмешательство в избирательные процессы России и противодействие ему // Вестник Поволжского института управления. – 2024. – Т. 24. – № 2. – С. 4-13.
- [13] Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.06.2023 № 24 «О некоторых вопросах, возникающих при рассмотрении судами административных дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_451069/ (дата обращения 20.09.2025).
- [14] США вмешиваются в выборы в Венесуэле, заявил глава МИД Кубы // [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/20240803/ssha-1963804948.html> (дата обращения 10.09.2025).
- [15] Тхориков Б.А. Фейковые новости: анализ изученности, классификация, влияние на поведение человека // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. – 2023. – № 1 (35). – С. 156-167.
- [16] Федеральный закон от 20.07.2012 № 121-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента» // [Электронный ресурс] URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/35748> (дата обращения 13.09.2025)
- [17] Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/ (дата обращения: 17.09.2025).
- [18] Bashkireva T., Bashkireva A., Morozov A., Tsvetkov S., Popov A. Problems of the formation of digital competence in the modern educational space // В сборнике: Journal of Physics: Conference Series. Krasnoyarsk Science and Technology City Hall. Krasnoyarsk, Russian Federation. – 2020. – Vol. 1691 (1). – P. 012130.
- [19] Deepfakes in the 2024 US Presidential Election // [Электронный ресурс] URL: <https://farid.berkeley.edu/deepfakes2024election/> (дата обращения 19.09.2025).

References:

- [1] Borisov I.B. Interference in national elections as a concomitant factor in democratic processes in the global world//Citizen. Elections. Power. – 2021. – № 3 (21). – S. 107-124.
- [2] Erofeev M.M. Information and psychological impact: content and essence//Psychology and pedagogy in official activities: current issues of theory and practice: Collection of materials of the international scientific and practical conference. – Barnaul, 2024. – S. 23-25.
- [3] Zaripov R.I. Speech and information-psychological impact in the post-truth era//Scientific notes of the Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky. Philological sciences. – 2024. – T. 10. – № 3. – S. 138-148.
- [4] Ivliev P.V., Kondrashov S.V. Manipulative aspects used by the media during elections//Agrarian and land law. – 2022. – № 7 (211). – S. 9-11.
- [5] Kasyuk A.Ya. Information and psychological impact in information confrontation//Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Social sciences. – 2021. – № 1 (842). – S. 22-34.
- [6] Code of Administrative Offenses of the Russian Federation No. 30.12.2001 dated 195-FZ (as amended by 31.07.2025) //[Electronic Resource] URL: <https://legalacts.ru/kodeks/KOAP-RF/> (date of application 07.09.2025)
- [7] K.O. Loginov. Information impact on the electorate during the elections//Izvestia of Tula State University. Humanities. – 2022. – № 2. – S. 28-42.
- [8] Morozov A.V. Psychology of information provocation//Kazan Pedagogical Journal. – 2017. – № 6 (125). – S. 27-35.
- [9] Morozov A.V. Meaningful landmarks and values: transformation in the context of digitalization//In the collection: Russia and the world: the development of civilizations. Transformations of civilizational values in the modern world//Materials of the XI International Scientific and Practical Conference. – M.: IMC, 2021. – S. 565-567.
- [10] A.V. Morozov. Social psychology. – M.: Academic Project, 2003. – 336 p.
- [11] Morozov A.V., Radchenko L.E. The influence of the media on the moral education, mental and physical health of modern youth//In the collection: Social and psychological problems of modern youth//Materials of the International Scientific and Practical Conference. – Arzamas: AGPI, 2009. – S. 9-12.
- [12] Pletnikov V.S. External interference in the electoral processes of Russia and counteraction to it//Bulletin of the Volga Institute of Management. – 2024. – T. 24. – № 2. – S. 4-13.
- [13] Resolution of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation of 27.06.2023 No. 24 "On some issues arising when the courts consider administrative cases on the protection of electoral rights and the right to participate in a referendum of citizens of the Russian Federation" //[Electronic resource] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_451069/ (date of appeal 20.09.2025).
- [14] The United States interferes in the elections in Venezuela, the Cuban Foreign Minister said//[Electronic resource] URL: <https://ria.ru/20240803/ssha-1963804948.html> (date of appeal 10.09.2025).
- [15] Tkhorikov B.A. Fake news: analysis of knowledge, classification, impact on human behavior//Bulletin of Moscow State Pedagogical University. Series: Economics. – 2023. – № 1 (35). – S. 156-167.
- [16] Federal Law of 20.07.2012 No. 121-FZ "On Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation Regarding the Regulation of the Activities of Non-Profit Organizations Performing the Functions of a Foreign Agent" //[Electronic Resource] URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/35748> (date of appeal 13.09.2025)
- [17] Federal Law of 12.06.2002 No. 67-FZ "On Basic Guarantees of Electoral Rights and the Right to Participate in a Referendum of Citizens of the Russian Federation" //[Electronic Resource] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/ (date of appeal: 17.09.2025).
- [18] Bashkireva T., Bashkireva A., Morozov A., Tsvetkov S., Popov A. Problems of the formation of digital competence in the modern educational space // В сборнике: Journal of Physics: Conference Series. Krasnoyarsk Science and Technology City Hall. Krasnoyarsk, Russian Federation. – 2020. – Vol. 1691 (1). – P. 012130.
- [19] Deepfakes in the 2024 US Presidential Election//[Electronic Resource] URL: <https://farid.berkeley.edu/deepfakes2024election/> (date of reference 19.09.2025).

