

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Кафедра «Экономическая теория и
международные отношения»

Направление подготовки

41.03.05 «Международные отношения»

Профиль

Мировая политика и международный
бизнес

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

**Влияние информационной войны на внешнеполитический имидж
современного государства**

Студент

Шокорова
Алина
Андреевна

подпись, дата

Руководитель

Дубина А. Ш.

подпись, дата

Нормоконтролер

Влазнева С. А.

подпись, дата

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Рассказова Н. В.

подпись, дата

Пенза 2023

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 41.03.05 «Международные отношения», профиль
Мировая политика и международный бизнес

«УТВЕРЖДАЮ»:
Зав. кафедрой
д.с.н., доцент Рожкова Л.В.

« ____ » _____ 20 ____ г.

ЗАДАНИЕ
НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

студенту Шокоровой А. А., группа 19ЭА1, обучение очное

1 Тема бакалаврской работы: Влияние информационной войны на внешнеполитический имидж современного государства

утверждена приказом по университету

от « ____ » _____ 20 ____ г. № _____

2 Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы: 5.06.2023

3 Исходные данные к бакалаврской работе: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: исследование внешнеполитического имиджа современного государства и понятия «информационная война»; проблемы формирования внешнеполитического имиджа государства на внешнеполитической арене в условиях информационной войны.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 1.12.2022

График подготовки бакалаврской работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
1	Составление плана ВКР	1.12.2022 – 15.12.2022	
2	Изучение исходных данных к бакалаврской работе	16.12.2022 9.01.2023	
3	Написание Главы 1	10.01.2023 – 20.02.2023	
4	Написание Главы 2	21.02.2023 – 4.05.2023	
5	Написание введения и заключения	5.05.2023 – 11.05.2023	
6	Оформление ВКР	12.05.2023 – 21.05.2023	
7	Сдача ВКР нормоконтролю, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	22.05.2023 – 2.06.2023	
8	Ознакомление с отзывом руководителя	3.06.2023	
9	Представление законченной бакалаврской работы, передача в ГЭК	5.06.2023	

Руководитель _____ / А. Ш. Дубина /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____ / А. А. Шокорова /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Реферат

Бакалаврская работа 51 с., 2 ч., 11 рис., 9 табл., 43 источника.

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ, ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА

Объект исследования – внешнеполитический имидж государства.

Цель работы состоит в изучении воздействия информационной войны на внешнеполитический имидж современного государства.

Методологическую основу работы составили принципы использования методов сравнительного анализа, синтеза, метода анализа статистических данных, а также дедукции и индукции.

Результаты работы: изучены определения внешнеполитического имиджа государства и информационной войны, проанализирована информационная война как инструмент воздействия на внешнеполитический имидж государства; выявлены способы защиты от информационно-психологической войны в России в период специальной военной операции; рассмотрены современные факторы и проблемы формирования внешнеполитического имиджа государства в условиях информационной войны.

Рекомендации по внедрению. Анализ данных о современных проблемах внешнеполитического имиджа государств, в условиях информационной войны может быть использован научным сообществом для расширения теоретических знаний в области влияния информационной войны на внешнеполитический имидж государств.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в комплексном анализе теоретических основ информационной войны в современных условиях.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования. На сегодняшний день ситуация на внешнеполитической арене крайне обострена угрозами информационной войны, поэтому международное сообщество должно обратить внимание на положение дел на международной арене, связанное с развитием внешнеполитического имиджа государств.

Summary

Bachelor's thesis 51 p., 2 ch., 11 fig., 9 table., 43 sources.

THE INFLUENCE OF THE INFORMATION WAR, THE FOREIGN POLICY IMAGE OF THE MODERN STATE

The object of the study is the foreign policy image of the state.

The purpose of the work is to study the impact of information warfare on the foreign policy image of a modern state.

The methodological basis of the work was the principles of using methods of comparative analysis, synthesis, statistical data analysis, as well as deduction and induction.

Results of the work: the definitions of the foreign policy image of the state and the information war are studied, the information war as an instrument of influence on the foreign policy image of the state is analyzed; the ways of protection against information and psychological warfare in Russia during a special military operation are revealed; modern factors and problems of the formation of the foreign policy image of the state in the conditions of information war are considered.

Recommendations for implementation. The analysis of data on modern problems of the foreign policy image of states in the context of information warfare can be used by the scientific community to expand theoretical knowledge in the field of the impact of information warfare on the foreign policy image of states.

The theoretical and practical significance of the work consists in a comprehensive analysis of the theoretical foundations of information warfare in modern conditions.

Forward-looking assumptions about the development of the object of study. Today, the situation in the foreign policy arena is extremely aggravated by the threats of information warfare, so the international community should pay attention to the state of affairs in the international arena related to the development of the foreign policy image of states.

Referat

Bachelor – Arbeit 51 s., 2 Kap., 11 Abb., 9 Tabelle., 43 Quellen.

DER EINFLUSS DES INFORMATIONSKRIEGS, DAS AUßENPOLITISCHE IMAGE DES MODERNEN STAATES

Das Forschungsobjekt ist das außenpolitische Image des Staates.

Das Ziel der Arbeit ist es, die Auswirkungen des Informationskrieges auf das außenpolitische Image des modernen Staates zu untersuchen.

Die methodologische Grundlage der Arbeit war die Verwendung von Methoden der vergleichenden Analyse, Synthese, Methode der statistischen Datenanalyse sowie der Abzug und Induktion.

Ergebnisse der Arbeit: die Definitionen des außenpolitischen Images des Staates und des Informationskrieges wurden untersucht, der Informationskrieg als Instrument zur Beeinflussung des außenpolitischen Images des Staates analysiert, Methoden zum Schutz vor dem informationspsychologischen Krieg in Russland während eines speziellen Militäreinsatzes identifiziert und moderne Faktoren und Probleme bei der Bildung des außenpolitischen Images des Staates unter den Bedingungen des Informationskrieges berücksichtigt.

Richtlinien für die Implementierung. Die Analyse von Daten zu aktuellen Problemen des außenpolitischen Images von Staaten kann von der wissenschaftlichen Gemeinschaft zur Erweiterung des theoretischen Wissens über den Einfluss des Informationskrieges auf das außenpolitische Image von Staaten in einem Informationskrieg genutzt werden.

Die theoretische und praktische Bedeutung der Arbeit besteht in einer umfassenden Analyse der theoretischen Grundlagen des Informationskrieges unter modernen Bedingungen.

Zukunftsgerichtete Annahmen über die Entwicklung des Forschungsobjekts. Heute ist die Situation in der außenpolitischen Arena durch die Drohungen eines Informationskrieges extrem verschärft, daher muss die internationale Gemeinschaft auf die

mit der Entwicklung des außenpolitischen Images der Staaten verbundene Situation auf der internationalen Bühne aufmerksam machen.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические аспекты исследования внешнеполитического имиджа современного государства.....	5
1.1 Содержание и основные характеристики внешнеполитического имиджа государств.....	5
1.2 Содержание и развитие понятия «информационная война».....	11
1.3 Информационная война как инструмент воздействия на внешнеполитический имидж государства.....	18
Глава 2 Современные факторы и проблемы формирования имиджа государства на внешнеполитической арене в условиях информационной войны.....	25
2.1 Проблемы формирования внешнеполитического имиджа на примере современной информационной войны.....	25
2.2 Роль информационного фактора в формировании имиджа государства на международной арене.....	31
2.3 Особенности защиты от информационно-психологической войны в России в период специальной военной операции.....	37
Заключение.....	43
Список использованных источников.....	45
Приложение А.....	59
Приложение Б.....	50

Введение

На современной международной арене одним из факторов успешности ведения информационного противоборства является использование и доминирование в информационном или киберпространстве. Такое противостояние обеспечивается преимущественно в информационной сфере, задействовав все современные и существующие на данный момент рычаги воздействия в сетях Интернет.

Одним из таких рычагов являются социальные сети. Использование социальных сетей не как средства коммуникации, а как метода рекламы и пропаганды. Умелое манипулирование социальными массами в сети Интернет дает возможность вести и распространять информационные войны по всему свету, оставляя свой негативный след на информационном имидже государств.

Внешнеполитический имидж государства имидж государства представляет собой совокупность экономических, политических, социальных, культурно-национальных и исторических структурных элементов, единой системы государства, формирующейся в ходе развития её государственности на мировой арене.

Социальные сети и блог-сфера давно является неотъемлемой частью информационной войны в обществе. Использование в информационной среде различных методов, направленных на деструкцию человеческого мировоззрения, нагнетания ухудшений мировой обстановки и подмены понятий, позволяют создавать «народные движения» в оппозицию действующему государственному режиму в странах, подрывая его информационный имидж.

Актуальность выпускной квалификационной работы заключается в том, что, что международные информационные конфликты (войны), на сегодняшний день, затрагивают все сферы жизнедеятельности человека и подрывают национальную стабильность и защищенность отдельных государств, их внешнеполитического имиджа.

Анализ научной литературы по теме исследования позволяет констатировать, что информационные войны оказывают на внешнеполитический имидж государства особое влияние, как положительное, так и отрицательное, что является интересом в области изучения данной темы, и широко рассматриваются отечественными и зарубежными учеными. Так, развитие информационной войны представлены в научных трудах М. Либики, К. Боулдинг, Р. Джервис, В. Г. Кисмерешкина, И. Я. Рожкова., Е. Фролов, Э. Галумов и др.

Цель работы состоит в изучении воздействия информационной войны на внешнеполитический имидж современного государства.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих задач:

- рассмотреть содержание понятия внешнеполитический имидж государства;
- определить содержание и развитие понятия «информационная война»;
- проанализировать информационную войну как инструмент воздействия на внешнеполитический имидж государства;
- рассмотреть современные факторы и проблемы формирования внешнеполитического имиджа государства в условиях информационной войны;
- выявить способы защиты от информационно-психологической войны в России в период специальной военной операции (СВО).

Объект исследования – внешнеполитический имидж государства. Предмет исследования – развитие концепции информационной войны и её влияние на современный внешнеполитический имидж государства.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в комплексном анализе теоретических основ информационной войны в современных условиях.

В качестве основных методов исследования, использованных в работе, выступили: анализ литературы, метод сравнительного анализа, синтеза, метод анализа статистических данных, а также дедукции и индукции.

Структура работы включает в себя введение, две главы, шесть параграфов, заключение, список использованных источников и приложения.

Глава 1 Теоретические аспекты исследования внешнеполитического имиджа современного государства

1.1 Содержание и основные характеристики внешнеполитического имиджа государств

Интерес в области политического имиджа государств в настоящее время обусловлен развитием международных отношений и международного бизнеса в области внешних международных коммуникаций стран.

Имидж страны на международной арене является стратегически важным составляющим компонентом проводимой внешней политики страны, он показывает влияние страны на международной арене, направленность политических процессов, осуществляемых страной. В целом создание благоприятного имиджа страны любого современного государства формирует представление об эффективной, или наоборот, неэффективной проводимой внешней и внутренней политике стран.

Интерес к понятию внешнеполитического имиджа государств в научном контексте получило широкое распространение во второй половине XX в. Исследованиями в области внешнеполитического имиджа государств занимаются зарубежные и отечественные авторы, на важность рассмотрения данного вопроса указывал К. Боулдинг, который основывал определение имиджа как поведенческого стереотипа, который люди создают самостоятельно, в воображаемом представлении о прошлом и будущем, способности влиять на поступки людей и их групп [26, с. 45].

Социолог К. Хилманн определял имидж как сумму чувств, оценок и идей, воспринимавшихся субъективно как отдельным лицом, так и группой лиц, в процессе представления о других людях, группах людей, целых государств и социальных институтов [26, с. 45].

Качественные изменения в области изучения данного термина в трудах отечественных исследователей начались в 1990-е гг. Э. Галумов в своем труде «Имидж против имиджа» [26, с. 46] отмечает рассмотрение международного

имиджа через призму комплексного инструментального подхода. Формирование имиджа государства также подробно рассматривается в трудах В. Г. Кисмерешкина и И. Я. Рожкова, например в книге «Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приоритеты» [26, с. 46], основным утверждением является недостаточность развитости принципов и технологий совершенствования международного имиджа России в 1990-е гг., что существенно снижало внешнеполитический имидж страны на фоне коллективного Запада. Авторы рассматривали развитие нового подхода, вовлечение, системность и контроль на всех уровнях: стран, регионов и отраслей, к позиционированию России как одного из главнейших акторов во внешней политике и международных отношений. Таким образом, можно выделить некоторые определения внешнеполитического имиджа, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Определение понятия внешнеполитический имидж страны [составлено автором по: 26]

Автор	Определение
Р. Джервис	Имидж государства является определяющим фактором в достижении целей государства на международной арене, определенный образ, сложившийся в представлении.
М. А. Булгаров	«Страновой» имидж – это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, которые возникают из собственного опыта, слухов, влияющих на создание определенного образа (имиджа).
Е. Фролов	Политический имидж, сложившийся в политическом сознании различных социальных групп, представление о политической элите страны, о её процессах и институтах, формирующихся на основе политических отношений государства.

Анализ данных определений позволяет отметить, что внешнеполитический имидж государства – это синтез убеждений, оценочных представлений и проводимой политике государства, формирующийся у социального субъекта, который включает в себя как индивидов, группы, так и массы людей в странах. Имидж страны является индикатором отражения мнений и впечатлений производимым на др. социальные группы, страны и регионы.

На сегодняшний день актуальна сфера впечатлений и создания положительного образа государств и проводимой политики. Структура внешнеполитического имиджа стран включает в себя представления обо всех механизмах, реализуемых властью в государстве. Основными инструментами формирования образа страны являются СМИ, дипломатия, языковая политика, распространение национальной культуры. Данные инструменты способствуют формированию определённого общественного мнения, которое в значительной мере влияет на реализацию желаемых политических целей. Внешнеполитический имидж страны включает в себя некоторые из характеристик, представленных на рисунке 1.

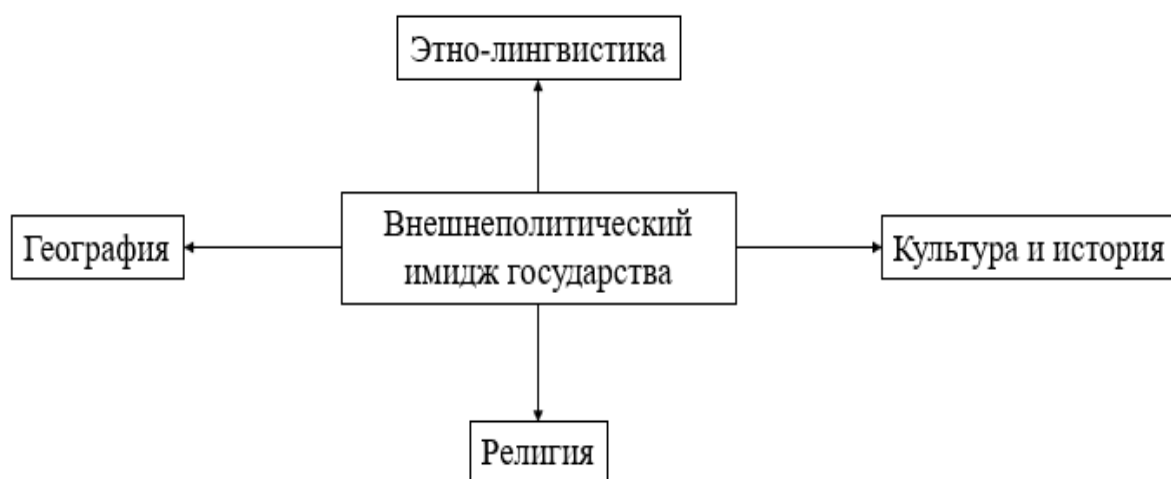


Рисунок 1 – Составляющие внешнеполитического имиджа государства

[составлено автором по: 4, с. 43]

Данные составляющие являются неотъемлемой частью имиджа государств на международной арене. Географическая характеристика имиджа изучает уникальность территориального расположения стран, значительность и способность страны располагать природными ресурсами. Религиозная характеристика имиджа способствует представлению о мировоззрении в стране, определение роли локального регулятора социальных отношений, сплоченность и соблюдение религиозных норм и верований мировых религий или же наличие других конфессий.

Культурное и историческое наследие также является составляющей мирового имиджа, она составляет портрет страны среди других стран, её отличительные особенности, историческую память и наследие, образованность и грамотность в стране. Этнолингвистическая составляющая дает представление на внешней арене о стране, как о носителе определенного языка и его народа, о многонациональности и этническом составе внутри страны. На основе данных характеристик возникли факторы, формирующие внешнеполитический имидж государства, они представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Факторы формирования внешнеполитического имиджа государства [составлено автором по: 18]

Борьба за лидерство, существовавшая во все времена, находит отражение и в имиджевых представлениях государств друг о друге. В международных отношениях складывается определенная иерархия стран по значимости их внешнеполитической

деятельности, в зависимости от современных ценностей государства, его индивидуальных проявлений, роли в международной коммуникации стран.

Продвижение имиджа страны в иерархии складывается в несколько этапов:

- создание внешнеполитического имиджа государства и имиджа лидеров государства;
- разработка стратегии и выработка моделей внешнеполитического курса и программы;
- реализация программ по улучшению и проектированию внешнеполитического имиджа государства в условиях развивающейся экономики и политической мировой ситуации [4, с. 44].

Формирование внешнеполитического имиджа страны определяется всесторонним анализом внутренней и внешней политической среды страны, который продемонстрирует последовательность действий, применения наиболее политически значимых качеств и выгодных курсов страны, для создания благоприятных условий развития имиджа страны на внешнеполитической арене.

Конкурентным преимуществом обладают страны с положительным восприятием государства собственным народом, и социальными группами стран-соседей, зарубежных стран. Весомым показателем имиджа является дружелюбность страны по отношению к другим странам, уровень использования «мягкой» и «жесткой» силы и их совокупности, в рамках решения проблем и вопросов в области внешней политики и международных отношений.

Информационно-коммуникативное взаимодействие между субъектами международных отношений находит свое отражение в политике «мягкой силы». В таком контексте «мягкая сила» приобретает характер мирного воздействия на пользователей информацией, привлекая массы людей, не используя категоричные военные методы.

Благодаря взаимоотношениям между политической системой, включающей правительство, партии, лидеров, кандидатов на выборы, социальной системы и системы медиа и средств массовой информации (СМИ), образуется политическая коммуникация, с помощью которой системы общаясь между собой передают друг

другу некоторую информацию, в том числе информацию о внешнеполитической деятельности стран и создают определенный внешнеполитический имидж.

В процессе формирования внешнеполитического имиджа государства играют не маловажную роль процессы получения возможной реакции общественности на те или иные события, происходящие в стране и во взаимодействии стран, помогающие составить «портрет» определенной страны в глазах общества и других стран. В основу такого образа государства ложится определенный набор визуальных и вербальных средств: например, такие технологии как стереотипы и мифы, наиболее ярко и эмоционально воздействуют на общественность, вызывая реакции как положительной, так и отрицательной направленности [4, с. 44]. Такими методами можно как восстановить, так и разрушить внешнеполитический имидж государства.

Эффективность использования СМИ во многом зависит от информационного поля, созданного на данный момент, как внутри страны, так и в мире, а также от регулирования медийного рынка государственными органами. Чем меньше общество информировано о стране и порядке в ней, тем больше возникает таких стереотипов и мифов.

Для более эффективного формирования международного имиджа государства, а также для создания нужного образа, распространения целевой информации, используются различные медийные проекты для зарубежной аудитории на национальных языках в странах вещания, например, «BBC», «Euronews», «Russia Today», «Открытая Россия», «Deutsche Welle» [37, с. 8].

В целях формирования имиджа страны применяются инструменты имиджевой рекламы, с использованием различных каналов воздействия (Интернет-реклама, наружная реклама). При этом стоит отметить, что чаще всего она проводится министерствами, департаментами и комитетами по культуре и туризму, а также крупными туристическими компаниями.

На сегодняшний день, актуальной площадкой проведения имиджевого обеспечения выступает информационная среда, она становится ареной для межгосударственной борьбы за лидерство во внешней политике, такое направление развития даёт возможность использовать онлайн-площадку для наращивания

собственного имиджа, разрабатывать онлайн-мероприятия, а также программы по обеспечению безопасности в информационной среде.

В информационной среде границы между странами размываются или стираются совсем. Появление нового пространства (информационного) регулирует воздействие «жесткой силы», которое содержит военное насилие на территориях стран, где уже сложилась четкая граница, международные отношения с соседними странами устоялись и необходимо конструирование новой пространственной сферы для разрешения политического противостояния [5, с. 139]. Доминирование в новой среде позволит преобразовывать уже имеющийся пространственный порядок, повышая внешнеполитический имидж государства.

1.2 Содержание и развитие понятия «информационная война»

Вопросы появления киберпространства, как простора, содержащего инструменты ведения международных конфликтов и информационных войн, в современном мире приобретают особую актуальность в связи с глобальной информатизацией общественной жизни.

В процессе эволюции человечество осознало ценность информации, не только для выстраивания коммуникаций с другими народами, но и для создания инструмента, являющегося оружием в современных войнах.

Информационно-психологическая война появилась как форма информационного противоборства на определенной стадии развития средств и методов информационно-психологического воздействия, она представляет собой наиболее социально-опасную форму данного противоборства, которая осуществляется насильственным путем воздействия на информационно-психологическую сферу противника, преследующая цель стратегического превосходства над противником [21, с. 69].

В настоящее время информация становится одним из главных средств в противостоянии на международной арене в целях установления господства ведущих государств в глобальном информационном пространстве.

Предшественником дефиниции «информационная война» считается термин «пропаганда», который употреблялся значительно раньше, с периода Первой мировой войны [21, с. 69].

Существует множество определений к понятию информационной войны, рассмотрим некоторые из них в таблице 2.

Таблица 2 – Определение понятий «информационная война» [составлено автором по: 17, 21, 22]

Автор	Определение
М. Либики	Определение информационной войны как информационного воздействия включающие манипулирование, искажение и опровержение информации.
Г. Вирен	Информационная война есть комплекс мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание для изменения поведения людей и навязывания им собственных интересов, а также защита от подобных воздействий.
И. Н. Панарин	Информационная война рассматривается как комплексное совместное применение средств и сил для информационной и вооруженной борьбы.
А. В. Манойло	Информационная война – это процесс противоборства человеческих общностей, направленный на достижение политических, экономических, военных или иных целей стратегического уровня, путём воздействия на гражданское население, власти и (или) вооружённые силы противостоящей стороны, посредством распространения специально отобранной и подготовленной информации, информационных материалов, и, противодействия таким воздействиям на собственную сторону.

Рассматривая данные определения, стоит отметить, что все они изучаются в комплексе средств и сил информации и вооружения, коммуникаций и технологий.

Исторически, данная форма войны сложилась как часть вооруженной борьбы: в стремлении ослабить врага, подчинить его своей воле и уменьшить физические и материальные затраты и ресурсы на достижение поставленной задачи. Информация представляла стратегически важный смысл, для ведения войн повсеместно, где в качестве носителя и распространителя информации выступал человек, а в качестве объекта воздействия человеческое сознание, воля и его чувства.

От древних времен до современности информационная война приобретала новые аспекты и основополагающие принципы, продемонстрированные в таблице 3.

Таблица 3 – Принципы и отличительные особенности периодов в ведении информационной войны [составлено автором по: 21, с. 69]

Период	Особенности
Древний период	Характеризуется ограниченностью вербальных технологий: выступления ораторов, полководцев, правителей, дикторов, распространения слухов и дезинформации, использованием наглядных средств устрашения или физического устрашения. Характеризуется неграмотностью, как следствием, не распространенной письменностью и печатью. Опора на обряды, традиции, мифологию.
Средние века – новое время	Обоснование войны как «священной» и справедливой, идейно-пропагандистские движения, такие как крестовые походы, дискредитация противника, стремление обратить в «свою веру» и религиозное манипулирование, а также церковная пропаганда.
Новейшее время – современность	Появление пропаганды нацизма, конструктивная и деструктивная пропаганда, распространение пропаганды в печати, СМИ, радио- и телевидении, появление сети Интернет, вследствие индустриализации общества.

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что информационное противоборство с древности включает в себя в основном ненасильственные методы и инструменты ведения информационного противоборства. На основе таблицы так же можно сделать вывод, что есть несколько этапов развития информационной войны: вербальный – где самым оружием является человек, «бумажный» – с появлением письменности и грамотности, следующий этап появляется с изобретениями фото, видео, телеграфа, радио, телефонов и др., и как следствие формирование более современного совершенного технологического процесса.

Также понятие «информационная война» можно охарактеризовать следующими чертами:

– воздействие оказывается на гражданское население и военнослужащих другого государства, при этом распространяется определенная информация, которая также может распространяться среди своего населения;

– целенаправленные действия, такие как причинение ущерба информации и информационным процессам [5, с. 139], и системам противоборствующей стороне, при одновременной собственной информационной безопасности, для более выгодного и победного положения в своей стране, её информационно-безопасное превосходство.

Можно отметить, что целью информационной войны является нанесение максимального ущерба информационным процессам и критически важным структурам государств. Для более полного рассмотрения обратимся к основополагающим задачам информационного противоборства:

- подрыв ряда систем: экономической, политической, социальной;
- нанесение максимального ущерба всем структурам государства;
- психологическая «обработка» населения, с целью дестабилизации государства в принятии стратегических решений, принуждение руководства государств действовать в интересах противоположной стороны, что в совокупности представляет собой угрозу внешнеполитическому имиджу государства [39, с. 7].

Исходя из определения задач информационной войны, стоит обратить внимание на то, что все они направлены на подрыв социума, мировоззрения людей, дезориентацию. Данную проблемы усугубляет то, что «информационный враг» абсолютно невидим, но его воздействие на основные объекты, приносит колоссальный вред. Информационно-коммуникационных технологий относительно анонимна для простого обывателя и является притягательной в качестве базы для развертывания информационной войны [21, с. 69].

Среди основных объектов воздействия информационной войны в современном мире принято выделять:

- средства массовой информации (СМИ);
- военная информационной инфраструктура;
- средства связи [6, с. 220].

С помощью информационного оружия на данные объекты оказывается определенное влияние.

Понятие информационного оружия можно рассматривать как средство искажения или уничтожения и хищения информации, а также преодоление систем информационной защиты технических средств и компьютерных систем. Информационное оружие можно разделить на следующие виды, которые представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Виды информационного оружия [составлено автором по: 6, с. 220]

Исходя из рисунка можно сделать вывод о том, что информационное оружие имеет наступательный характер, использование информации против противника и его менталитета на разных уровнях.

Информационная арена имеет склонность к постоянному расширению и пополнению новой информацией, она выходит за рамки традиционного вооруженного конфликта. В этом отношении она ассоциируется с экстенсивным использованием информационных технологий в целях достижения их эффективности, рентабельности и оперативности. Подобная ситуация, в свою

очередь, приводит к тому, что семантика понятия «информационная война» постоянно растет, порождая путаницу [14, с. 230].

О видах информационной войны в 1995 г. написал М. Либики, в своем труде «Что такое информационная война?». Он выделил следующие виды, представленные на рисунке 4.



Рисунок 4 – Виды информационной войны по М. Либики [составлено автором по: 18]

Исходя из рисунка, можно отметить, что М. Либики выделил всего семь основных видов. Рассмотрим подробнее: разведывательная война включает в себя сбор важных информационно-военных данных, для последующей передачи их командному управлению, электронная война разворачивается в области средств электронной коммуникации, в том числе включая в себя «войну в сети», психологическая война характеризуется пропагандой или информационной обработкой населения, хакерская война включает в себя диверсии и защиту от диверсий врага в сети, с помощью компьютерных вирусов, сюда же можно отнести кибервойны – они позволяют вычислить цель и применять шантаж компьютерными данными. Экономическая информационная война распространяется в области

каналов торговли и банковских сетей. Все виды, выделенные М. Либики дают характеристику информационной войне, как большому потоку информации, воздействию на людей и манипуляции правительствам.

Информация перестает быть дополнительным ресурсом, она приобретает самостоятельность. Тем не менее, современные концепции информационной войны предполагают наличие определенных условий противоборства, выделенных на рисунке 5.



Рисунок 5 – Условия противоборства в информационной войне [составлено автором по: 23]

Исходя из рисунка, можно отметить, что для информационного воздействия на государства существует шесть условий, без которых такое воздействие не будет являться действенным. Если у противников нет общих целей, взаимного авторитета и интереса к соперничеству в информационной среде продвижение определённого набора идей и политических образов невозможно, так же как и «осквернение» внешнеполитического имиджа государства.

Развитие информационной войны протекает в двух видах: внутренняя и внешняя. Внутренняя рассчитана на дисбаланс в выбранном государстве-противнике, через обман народа, подмены правительства на «марионеточное», с подставными ценностями. Внешняя – ослабление воли служащих и народа в стране, чтобы в дальнейшем ослабить или подавить сопротивление [12, с. 35].

Факторы нестабильности, постоянной изменчивости и динамичности информационных структур обуславливают специфику протекания международных конфликтов в социальных сетях. Среди причин возникновения информационных конфликтов можно выделить:

- анонимность взаимодействия пользователей в сети;
- постоянное вовлечение в конфликт новых участников (групп пользователей), как следствие расширение информационной войны;
- круглосуточная доступность к информации;
- фальсификация распространяемой информации и введение в заблуждение [7].

Таким образом, развитие концепции информационной войны продолжается по сей день. Рассматриваемые различными авторами понятия концепции «информационной войны» дают возможность проанализировать, что включает в себя само понятие, каковы причины возникновения и распространения информационного конфликта, основные виды информационной войны и средство защиты и предоставления информации в современных условиях информационного противостояния между странами.

1.3 Информационная война как инструмент воздействия на внешнеполитический имидж государства

Практика психологического воздействия на человеческое сознание охватывает мир с большей силой, она используется в различных сферах: чаще в политической и экономической, социальной. Информационная война в таком ключе опирается не только на общественное сознание, но и на места уязвимости в целых группа людей.

Информационная война содержит в себе два основных направления: информационное – оказывающее влияние непосредственно на системы обеспечения информации и психологическое – оказывающее влияние на общественные умы. В реальном и в виртуальном мире негативизация имиджа объекта нападения становится первоначальной целью информационной войны.

Такая война не разрушает и не убивает, она формирует у людей особое видение государства, в интересах манипулирующего. Сами не подозревая того, люди ежедневно втягиваются в информационный оборот, влияющий на их поступки, мышление, сознание и мысли, в том числе в умах каждого формируется определенный набор стереотипов или образов, соответствующих определению того или иного государства. В информационной войне практически невозможно разграничить комбатантов и некомбатантов, акторы могут переходить от одной стороны к другой стороне, опираясь на свои мысли и суждения, выдвигаемые лозунги противников или союзников, невозможно разграничить понятия «свой» и «чужой» [34, с. 13], потому что воюют все против всех, а также отсутствует понятие фронта и тыла, соответственно имидж государству могут формировать не только граждане государства, но и граждане соседних государств, так же как информационная война больше не зависит от географического расположения стран.

Таким образом, благодаря объединению множества рассредоточенных в географическом пространстве компьютеров и систем в единую децентрализованную сеть стало возможным стремительное распространение киберпространства в масштабах всего мира [5, с. 141]. Но для активного выстраивания стратегии внешнеполитического имиджа необходимо рассмотреть, какие цели она преследует.

Информационная война как инструмент воздействия на внешнеполитический имидж имеет следующую стратегию: поддержать своих союзников на информационной площадке, оказать положительное влияние на имидж той страны, чей имидж на внешней арене необходимо поддержать и поднять по иерархии, постараться привлечь тех, кто ещё не определился с положением и нейтрализовать или даже подорвать внешнеполитический имидж противника на мировой арене,

применяя различные способы и техники для своей победы и улучшения мирового имиджа страны.

Современные информационные войны, меняющие внешнеполитический имидж, обладают достаточными технологиями манипуляции:

- скрывание важнейших статистических данных, данных о положении государственных и ведомственных дел и их искажение, сомнительная биография первых лиц государства;

- подмена понятий и искажение или размывание их смысла;

- использование «пустых» специфических определений, не имеющих значимости и предметности;

- яркая подача негативной или неожиданной информации, которая намного эмоциональнее воспринимается для аудитории, чем позитивная;

- введение табу на определенные темы, остро-обсуждаемые в обществе и подрывающие собственный имидж на мировой арене;

- размещение возможной актуальной информации на просторах «информационной свалки»;

- смещение фокуса внимания на малозначимые события, происходящие в мире, освещаемые ток-шоу, скандальные сериалы и сплетни и др.;

- ложь, с целью подавления негативных настроений в общественности;

- запугивание, искусственное обострение межнациональных конфликтов и противоречий [17, с. 45].

Определенными методами воздействия информации на внешнеполитический имидж можно назвать воздействие на общественность:

- внушение – пассивное усвоение информации подаваемой человеку или группе людей, различных стран, не только граждан конкретной страны;

- заражение – влияние личного примера, особую роль приобретает в процессах паники и страха перед информационным шоком, категоричный образ лидера государства, предстающий как в образе лидера и первопроходца, так и в негативном облике, для подрыва национальной сплоченности, доверия правительству и др.;

- подражание – следование информационному примеру;
- убеждение – влияние особых факторов на сознание людей, путем определения конкретных идей, которые выражают соответствующее отношение к настоящей социальной действительности [22, с. 77].

Научно-технический прогресс в области коммуникаций породил тенденцию медиакратизации общества [31, с. 281], поэтому современное общество и коммуникации характеризуются высокотехнологичными инструментами общения, такими как сети глобальной «паутины» Интернет. Для общения и взаимодействия между социальными слоями власти и общества построена виртуальная реальность, что сейчас используется как оружие в информационной войне. Появилась возможность влиять на целые этносы, народы, цивилизации, государства и их группы-коалиции «не выходя из дома».

Наибольшее влияние на общественное сознание оказывается через объекты информационной войны, фактически это пресса, СМИ, социальные сети, информационные каналы теле- и радиовещания и др. Они приобретают особое значение, особенно во времена разработки и изменения направлений развития общества, идеологических перемен и во время формирования нового социального видения, при этом их деятельность обеспечивается во многом за счет финансирования и проектирования правительством стран [19, с. 275].

Специфика внешнеполитического имиджа той или иной страны в современном обществе такова, что граждане формируют, как правило, свои представления о внешних политических процессах, происходящих в государстве не в результате непосредственного контакта с гражданами, а на основе символической репрезентации событий в средствах массовой информации [20, с. 40].

Особенно остро СМИ и др. реагируют на международные конфликты. В зависимости от численности, возрастных ограничений, подаваемого видео-, аудио-контента, конфликты находят свою аудиторию в любой точке мира. В особенности изучение нестабильной политической среды дает людям возможность использовать такие новостные источники, где информация может поступать быстро и практически без фильтрации контента. Социальные сети, в частности, могут

способствовать доставке высоко персонализированного контента, в то время как средства массовой информации могут использоваться для генерации сообщений с более широкой адресацией [38, с. 2]. Например, такими преимуществами пользуются социальные сети как платформа ведения информационной войны. Преимущества подачи информации в социальных сетях можно рассмотреть подробнее в таблице 4.

Таблица 4 – Преимущества подачи информации в социальных сетях, её влияние на внешнеполитический имидж государств [составлено автором по: 30]

Определение	Описание
Восприимчивость населения	В социальных сетях, главным участником является личность или группа, которая в определенной степени, восприимчива к определенному виду информации.
Незнание или невозможность проверки первоисточников информации	Перепроверить информацию, размещенную в социальных сетях, найти ее первоначальный источник и источники распространения может и желает лишь небольшой процент активных Интернет-пользователей, которые видят в социальных сетях средство достижения конкретных целей в реальном мире.
Выражение эмоций	Социальные сети позволяют выражать отношение человека к происходящим событиям и предоставляют для этого различные возможности. «Лайки и репосты» не требуют от сетевой личности большого труда и значительных временных затрат, включают ее в данное событие и создают иллюзию сопричастности, которой пользуются кибер-распространители пропаганды и рекламы государств.
Создание или объединения больших групп людей с общностью мнения	Быстрое распространение фейк-информации, недостоверность источников, громкие высказывания о любой их сфер общественной жизни, распространяется с долей секунды на миллионы пользователей.
Определенная анонимность	Возможна при создании фейк-аккаунтов, закрытых аккаунтов в социальных сетях.
Физическая «неприкосновенность»	Физически, участники конфликта или простые пользователи не контактируют друг с другом.

Таким образом, исходя из данных таблицы можно отметить, что растущая популярность социальных сетей, включенность в нее огромного числа пользователей и выражения общественного мнения по поводу различных вопросов, а в частности вопросов внешнеполитического имиджа государств,

бесконтрольность, практическое отсутствие реальной связи между людьми, превращает социальные сети в достаточно серьёзное оружие информационной войны и дальнейшей дестабилизации обстановки в мире, влияющая непосредственно на создание внешнеполитического и международного имиджа государства. Из-за выгодной анонимной, нефизической, безнаказанной среды провоцирование информационного внешнеполитического конфликта выгодно.

Информационные войны, можно разделить на некоторые структуры, в зависимости с которыми осуществляется информационное влияние на человека. Рассмотреть подробнее можно на рисунке 6.



Рисунок 6 – Структура информационного влияния на человеческое сознание
[составлено автором по: 12, с. 38]

Исходя из рисунка, можно сделать вывод о том, что одновременное сочетание всех структур информационного влияния дает мощный разрушительный удар по сознанию граждан определенного государства, против которого ведется

информационная война, что в дальнейшей перспективе приведет к снижению и информационного имиджа стран, против которых ведется информационная война. Данное информационное влияние позволяет полностью «завладеть массами» людей, подчинив их сознание своей воле, использовав против своего же государства или власти.

Таким образом, практика применения инструмента информационной войны в воздействии на внешнеполитический имидж государства имеет свои технологии и методы манипуляции человеческим сознанием, в этом особенную роль играет медиакратизация общества, растущее число социальных сетей, мессенджеров и глобальной сети Интернет.

Глава 2 Современные факторы и проблемы формирования имиджа государства на внешнеполитической арене в условиях информационной войны

2.1 Проблемы формирования внешнеполитического имиджа на примере современной информационной войны

Использование информационных технологий характерно не только для личностей, групп людей, но и для целого общества, а также государств. Безопасность государства выражается в его защищенности от воздействия внутренних и внешних угроз, в том числе в информационной среде.

Глубина кризиса, в котором находится весь мир, на настоящий момент, обусловлена синергетическим эффектом – информационным и военно-политическим конфликтом, который усугубляется наложением во времени на множественные глобальные деформации, что вызваны как пандемией 2019–2021 гг., так и изменениями климатических условий, что всецело оказывает результат повышения цен на продовольствие, энергоносители, дефицит.

Сегодня информационное доминирование означает относительное превосходство и в других сферах государств, информационные войны последних лет в Югославии, Ираке, Сирии и Ливии показывают, что с помощью информации, манипуляций и др. средств и методов ведения войны можно обосновать интервенцию, смену политического режима, скрыть факты и реальные события о положении дел в стране и смене власти и режима [16, с. 25].

Активную работу по подрыву политической стабильности ведут специальные центры информационно-психологических операций, расположенные в различных странах, действующие как официально, так и не в официальном порядке. Стоит отметить, что за 20 лет количество таковых подразделений только увеличилось, примерно в 12 раз [15, с. 238].

Проблема финансирования информационной среды как инструмента для внешнеполитического влияния, поднятия имиджа на мировой арене существует

среди влиятельных стран. Таковыми ведущими странами мира по количеству финансов, вложенных в военное снабжение и обеспеченное информационными подразделениями (кибер-подразделения) являются страны, представленные на рисунке 7.

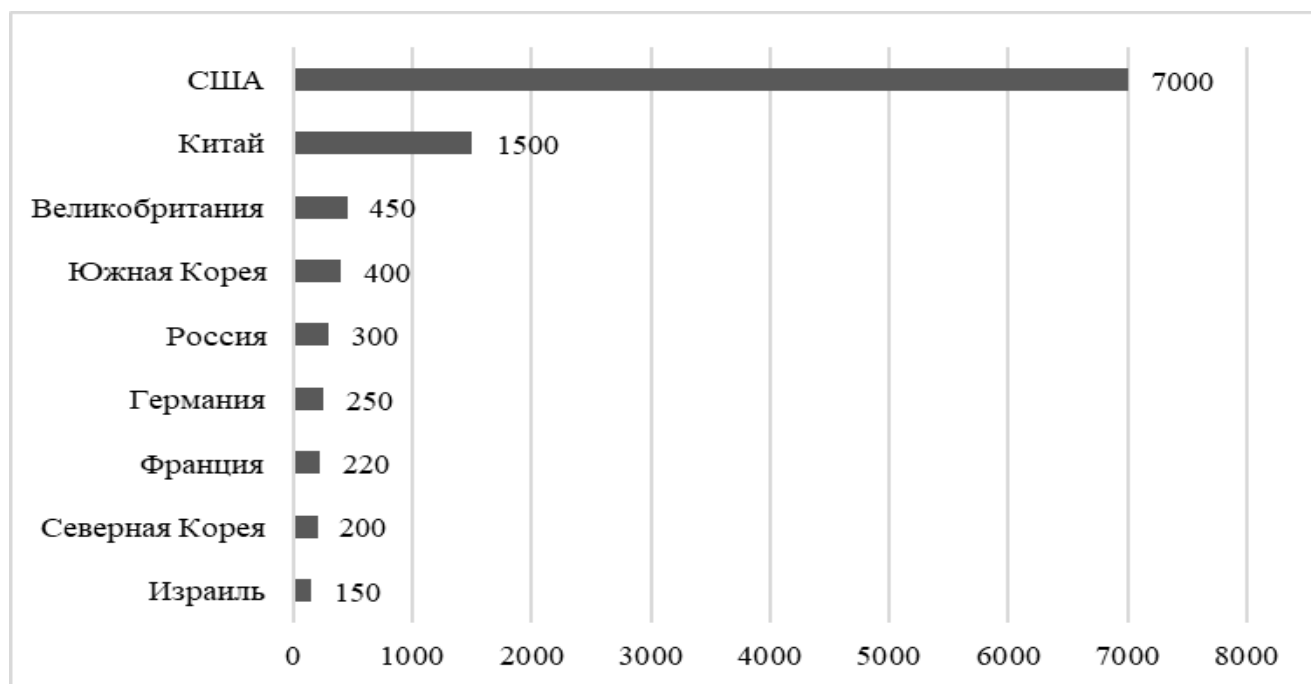


Рисунок 7 – Рейтинг стран по финансированию информационных подразделений, млн долл. США [составлено автором по: 40]

Данный рейтинг демонстрирует, что лидерами по расходам на содержание кибер-подразделений и кибер-войск является девятка стран во главе с США – 7000 млн долл. США и замыкающим Израилем – 150 млн долл. США, такие данные свидетельствуют о готовности стран к политическим потрясениям, следовательно, они имеют высокий статус на внешнеполитической арене, среди других стран их имидж лидирует.

Некоторые рейтинги помогают рассмотреть внешнеполитический имидж государств детальнее, что представляет особую значимость для обозначения проблем в его формировании.

В условиях современной информационной войны, в особенности между Россией и Западом, рейтинги, составленные в ходе рассмотрения вопросов

внешнеполитического имиджа, обсуждаются довольно остро. Так, в 2022 г. в рамках проекта «*Pew Global Attitudes Project*» [40] под руководством американской исследовательской организации «*Pew Research Center*» [40], был опубликован рейтинг «Международное отношение к США, НАТО и России во время кризиса», где подавляющее большинство стран негативно относится к России и проводимому ею внешнеполитическому курсу. Этот анализ посвящен общественному мнению о Соединенных Штатах, России и НАТО в 17 странах Северной Америки, Европы, Ближнего Востока и Азиатско-Тихоокеанского региона. Отчет основан на национальных репрезентативных опросах 19 903 взрослых в период с 14.02.2022 по 11.05.2022 [40]. Анализ фокусируется на рейтингах президентов Дж. Байдена и В. В. Путина, стран, которые они возглавляют, и НАТО в то время, когда разворачивалась СВО на Украине. Рейтинг включает мнение опрошенных, считающих благоприятным или неблагоприятным, внешнеполитический имидж стран и внешнеполитический имидж лидеров стран США и России, Рейтинг представлен на рисунке 8.

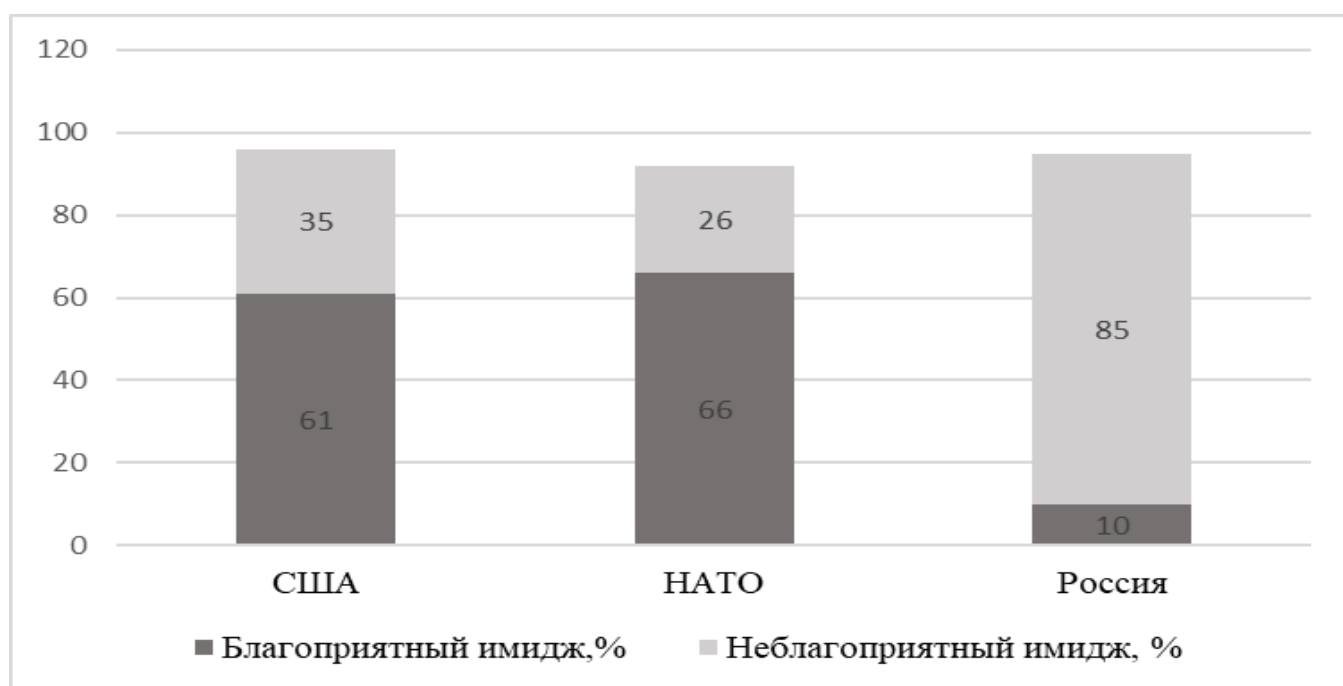


Рисунок 8 – Рейтинг внешнеполитического имиджа стран, в ходе проведения СВО на Украине, 2022 г., % [составлено автором по: 40]

Исходя из данного рисунка, можно выделить, то, что с началом СВО рейтинги России, в большинстве опрошенных стран, резко упали после начала операции на Украине. В 10 странах 10 % и менее опрошенных положительно относятся к России.

Другой рейтинг, из данного проекта, предлагает ознакомиться с данными о доверии и внешнеполитическому имиджу глав некоторых государств, непосредственно прямо или косвенно влияющих на ситуацию 2021–2022 гг., на рисунке 9.



Рисунок 9 – Рейтинг внешнеполитического имиджа глав некоторых государств в 2022 г., % [составлено автором по: 40]

Общие рейтинги президента США примерно аналогичны рейтингам двух европейских лидеров, включенных в опрос, президента Франции (в среднем 62 %) и канцлера Германии (59 %). Позитивные взгляды на президента России выражаются однозначными числами более чем в половине опрошенных стран. С более подробными результатами рейтинга мировых лидеров можно ознакомиться в Приложении Б, где представлен рейтинг доверия к крупнейшим мировым лидерам, рассчитанный на опросе 18 стран в проекте «*International attitude towards the USA, NATO and Russia during the crisis*» [41].

Проблема формирования внешнеполитического имиджа прослеживается и в исследованиях восприятия национальных брендов. Ежегодное исследование консалтинговой компании «*Brand Finance*» [35], представляет собой основанное на опросах резюмирование глобального индекса мягкой силы – «*Global Soft Power Index 2022*» [35]: индекс оценивает известность и узнаваемость нации, влияние, репутацию, внешнеполитический имидж страны, складывающийся из ключевых элементов силы: бизнес и торговля, порядок, международные отношения, культура и наследие, медиа и коммуникации, образование и наука и, наконец, люди и ценности. Кроме того, последние рейтинги учитывали, то как страна справлялась с пандемией *COVID–19*. Рейтинг представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Рейтинг стран в индексе глобальной мягкой силы, 2022 г. [составлено автором по: 35]

Страна	Значение индекса мягкой силы	Рост индекса мягкой силы относительно предыдущего года (2021 г.)	Спад/рост в рейтинге
США	70,7	+ 14,8	+ 6
Великобритания	64,9	+ 7	+ 2
Германия	64,6	+ 2,4	- 1
Китай	64,2	+ 9,9	+ 8
Япония	63,5	+ 2,9	- 2
Франция	60,6	+ 5,3	+ 7
Канада	59,5	+ 2,3	- 4
Швейцария	56,6	+ 0,3	- 5
Италия	54,7	+ 6,4	+ 19
Россия	56,1	+5,5	-

Исходя из данных, вершину рейтинга возглавляет США, индекс с 2021 г. вырос с 55,9 до 70,7 ед. к 2022 г., на таких результатах сказалось и быстрое восстановление после пандемии, а также проводимая антироссийская политика, в области информационной войны, в том числе на Украине. Россия могла бы оставаться в рейтинге на 9 месте, обогнав Италию в 2022 г., но после негативных

оценок на фоне обострения конфликта на Украине, рейтинг страны был пересмотрен, и основатели решили не включать в Россию в свой перечень, поэтому для Италии в 2022 г. произошел уверенный скачек в 10 стран-лидеров (на 19 ед.).

Касаемо экономического развития стран и его влияния на международный имидж государства можно выделить исследования ученых Организации Объединенных наций (ООН) [8], которые дают оценку развитию экономической ситуации мира к 2023 г. Глобальный экономический спад затронул как развивающиеся, так и развитые страны мира, о чем свидетельствуют показатели Валового внутреннего продукта (ВВП) на конец 2022 г.: например в США и странах ЕС произошло резкое ослабление роста, по прогнозам расчетной группы ученых ООН к концу 2023 г. показатели ВВП вырастут только на 0,4 %, по сравнению с показателем 2022 г. в 1,8 % [8]. Негативное влияние оказывает СВО в краткосрочной перспективе Содружества Независимых Государств (СНГ), но в перспективе совокупный ВВП СНГ и Грузии сократится всего на 1 %, по сравнению с 2022 г. – с началом СВО показатель упал на 1,6 % [8]. Показатель ВВП в Восточной Азии достигнет 4,4 % по сравнению с 2022 г. (3,2 %) [8]. В Южной Азии из-за высоких цен на продовольствие вызванного настоящим кризисом, наблюдается значительное снижение показателей экономического развития, падение ВВП до 4,8 % по сравнению с прошлым годом (5,6 %) [8]. В Индии ожидается прежний рост уровня экономического развития, что связано с повышением процентных ставок и снижением глобального роста инвестиций и экспорта. Данная статистика по странам мира свидетельствует о всеобщем снижении имиджа стран на международном уровне. Из-за спада экономического развития в мире наблюдаются процессы торможения и даже спада развития [36, с. 22], как следствие возобновление кризисных ситуаций в странах мира. Определяющим фактором возобновления и повышения показателей в области экономики и экономического сотрудничества станет преодоление кризисных ситуаций, за счет быстрой консолидации и сплочении стран по ряду кризисных вопросов.

Таким образом, на основе вышеприведенных данных, можно сделать вывод о том, что с начала обострения отношений России и Запада можно наблюдать

снижение внешнеполитического имиджа России и стран поддерживающих проводимую внешнюю политику проводимую Россией в отношении других стран мира. Проблемы формирования внешнеполитического имиджа стран в условиях информационной войны, участившихся информационных атак, вытеснения России из некоторых рейтингов, дает понимание о глубине кризиса и информационных противоречий в отношениях с Западом.

2.2 Роль информационного фактора в формировании имиджа государства на международной арене

В современном мире формирование имиджа страны на мировой арене происходит за счёт подаваемой информации, как следствия информационный фактор влияет на формирование устойчивого образа государства и его диверсифицированных структур, степени его связанности с внешним миром

Грамотное выстраивание информации и дальнейшее управление даёт возможность участия государств в мировом сообществе, повышает легитимность властных структур, обращает внимание других государств на степень доверия и повышет уровень поддержки [27, с. 78].

Наслаивающийся опыт стран, позволяет рассматривать информационный фактор через призму конкурентной борьбы между странами за внимание и влияние на мировой арене. Условно существующие коммуникативно-информационные технологии на сегодняшний день можно воспринимать как традиционные [11, с. 37], к ним относятся СМИ и новейшие, к им можно отнести блог сферу и социальные сети, через которые проходит большой поток информации, подаваемой для определенной аудитории, каждая из групп которой используется для формирования определенного имиджа и его продвижения на международной арене, за счет высокого потенциала воздействия на массы.

Оценка позитивности и негативизации имиджа государств является стратегически важным ресурсом, выражающим основные концепции и идеи, которые должны быть достойны внимания мирового сообщества. Важнейшую роль

информационный подход играет в вопросах отношений с общественностью, рекламой. Формирование стихийного имиджа во многом заложено культурно-цивилизационной составляющей мировой истории, а целенаправленное конструирование имиджа страны в последнее время приобретает особую значимость ввиду появления информационных противоборств и привлечение внимания к данной проблеме на мировом уровне. Полностью контролировать информационный поток не представляется возможным, по мнению ученого сообщества такой процесс в силу огромного количества реальных и потенциальных угроз.

Информационная составляющая реализуется на некоторых уровнях:

- конструирование воспринимаемого имиджа страны с опорой на совокупность политических интересов в группах влияния на международной арене;
- трансляция совокупного имиджа страны в массы, целевые аудитории, благодаря массовой коммуникации политических институтов с социальными институтами [19, с. 275].

Существует несколько концепций, разработанных учеными специалистами в области информационного фактора, влияющего на имидж государств, которые основаны на определении роли информационного фактора на общественное мнение и сознание, рассмотренные в таблице 6.

Таблица 6 – Концепции, определяющие роль информационного фактора, влияющего на имидж государств на международной арене [составлено автором по: 19]

Автор	Концепция	Суть
У. Липман	«Социальные стереотипы»	Использование социальных стереотипов в пропагандистской практике: общество воспринимает информацию через собственные стандарты, таким образом, чтобы воздействовать на общественное мышление достаточно выпустить новость, способную создать ложную картину мира, которая вовсе не соответствует действительности.
Г. Блумер	«Общество состоит из групп»	Группы людей стремятся добиться удовлетворения от информации, с помощью нее они воздействуют на государственный аппарат управления. Чтобы навязать мнение человеку, нужно чтобы оно было эффективным для целой группы.
Э. Ноэль-Нойман	«Спираль молчания»	Контроль информации над общественным мнением достигается путем страха быть изолированным от информации.

Исходя из данных таблицы, можно сделать следующие выводы: потребность людей в информации только растет, за ним складывается общественное мнение, формирующееся на основе групп индивидов, получающих информацию непосредственно из СМИ и др. распространителей информации. Таким образом формируются представления, заведомо заложенные СМИ и рекламой о действиях того, или иного государства в мировой среде.

Информационная составляющая международного имиджа направлена на реализацию имиджевой политики государств соответствуя их политическим устремлениям и проблематике дня. Ученые международники связывают информационно-имиджевую политику с созданием максимально благоприятных условий для достижения политических амбиций правящего звена. Информация должна поступать бесперебойно и сопровождаться государственными решениями в интересах развития имиджа страны.

Рассматривая особенности влияния информационного фактора, стоит отметить позитивные и негативные стороны. Среди положительных особенностей влияния информации отмечается то, что благодаря ей общество динамично развивается в различных отраслях, проблемные области быстро освещаются и приобретают огласку актуальные общественные проблемы, на которые человек может реагировать и менять ход их событий. В среде печатных, теле-изданий появляется наглядность информации, её привязанность к проверенным источникам, возможность самостоятельно анализировать контент. Информация на радио- и теле-источниках позволяет передавать информацию среди людей с ограниченными возможностями как передвижения, слуха и зрения и др.

Негативное влияние и угроза мирового процесса на сознание и духовность общества определяются СМИ, обладающими большой силой влияния, и, наряду с внушением мира, стабильности и благословения спокойствия, а также информации и СМИ в целях пропаганды террористических групп и организаций, которые сделали эти события столь важными и сенсационными. Точно так же средства массовой информации используются определенным образом, чтобы получить

выгоду от той или иной силы и группы, а также получить желаемый опыт стран мира [19, с. 275].

Среди негативных особенностей влияния информации можно отметить подверженность обществу к зависимости от информации, влияние на настроение и даже жизненную обстановку, не способность целых государств контролировать человеческое эмоциональное состояние в целом, чем пользуются большинство СМИ и др. распространителей информации на международной арене [33, с. 219].

Чаще всего дезинформация направлена на эмоциональное воздействие человека [10, с. 79]. Роль информационного фактора можно проследить через исследования, связанные с уровнем цифровой дипломатии стран: индекс цифровой дипломатии дает объективную, основанную на данных картину влияния стран G20 (Большая двадцатка) на онлайн-сцену международных отношений по мере того, как она разворачивается в социальных сетях Интернета. Показатель складывается из трех субиндексов: индекс видимости, индекс вовлеченности и индекс дипломатической тяги [34]. На основе данных, собранных за период 2022 г., составлена эволюция индекса цифровой дипломатии, приведенная, в таблице 7.

Таблица 7 – Рейтинг эволюции индекса цифровой дипломатии, 2022 г. [34]

Страна	Индекс цифровой дипломатии в 2022 г., баллы						
	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
США	9,15	9,1	9,03	9,06	9	9,05	9,23
Индия	8,95	8,9	8,92	9,06	9	9,05	9,07
Франция	8,55	8,5	8,35	8,46	8,47	8,69	8,9
Великобритания	8,41	8,35	7,94	8,38	8,35	8,32	8,22
Япония	7,88	8,15	8,1	8,08	8,12	8,02	8,17
Россия	8,07	8,1	7,96	7,97	8,25	8,32	8,22

На основе данных таблицы можно сделать следующий вывод: лидером в рейтинге эволюции индекса цифровой дипломатии за 2022 г. является США, с рекордной позицией на уровне 9,23 балла, на втором месте Индия с показателем 9,07 балла, далее следует Франция с показателем 8,9 баллов, Великобритания, Япония и Россия в данном списке имеют приблизительно равные значения. Данные

свидетельствуют о том, что данный рейтинг стран обладает наиболее развитой информационной составляющей в мировой онлайн-дипломатии, данные страны формируют свой международный имидж посредством онлайн-коммуникаций, определяя проблемы и тенденции на мировой арене в настоящий момент.

Исследования в области электронного правительства Организации Объединённых Наций (ООН) [7] подчеркивают значимость создания электронного информационного обеспечения инструментами цифрового правительства, в продолжающихся кризисах связанных с пост-пандемией *COVID–19*, вопросами урегулирования конфликта между Россией, Украиной и блока НАТО, глобальными проблемами экологии, кризисом здравоохранения и др., поскольку данные вопросы остро ставят вопрос о международном информационном имидже стран на международной глобальной арене. Исследования ООН [7] были проведены в рамках 193 стран по поводу индекса развития электронного правительства в 2022 г. На конец года, были представлены данные, в соответствии с которыми составлен рейтинг в таблице 8.

Таблица 8 – Индекс развития электронного правительства в 2022 г., по странам [7]

Страна	Место в рейтинге	Государственные онлайн-сервисы	Телекоммуникационная инфраструктура	Человеческий капитал
Дания	1	0,9797	0,98	0,9559
Финляндия	2	0,9833	0,91	0,964
Республика Корея	3	0,9826	0,97	0,9087
Новая Зеландия	4	0,9579	0,89	0,9823
Исландия	5	0,8867	0,97	0,9657
Швеция	5	0,9002	0,96	0,9649
Сербия	40	0,8514	0,79	0,8332
Аргентина	41	0,8089	0,73	0,9173
Россия	42	0,7368	0,81	0,9065
Китай	43	0,8876	0,81	0,7429
Хорватия	44	0,8108	0,77	0,85

В соответствии с данными индекса, следует определить результаты, которые в целом указывают на повышенное влияние телекоммуникационной инфраструктуры, развития человеческого капитала и уровня предоставления услуг органами государственных онлайн-сервисов в информационном мировом пространстве, что значительно повышает имидж государств с высокими показателями на мировой информационной арене. На 2022 г. тройку лидеров составляют Дания, Финляндия и Республика Корея, в данном списке Россия занимает 42 место рейтинга.

Наибольшее количество информационных противоречий наблюдается в кибер-среде. Специалисты *Positive Technologies* [42], представили статистику актуальных кибер-угроз в 2022 г., она показала, что общее количество проблем, связанных с информационными атаками, увеличились на 21 % по сравнению с 2021 г. [42].

Одними из главных тенденций стали увеличение числа инцидентов, связанных с веб-ресурсами Интернета, а также усиление межотраслевых последствий атак на ИТ-компании. Количество атак в информационном пространстве в 2022 г. выросло на 20,8 %, по сравнению с 2021 г., когда количество атак увеличилось только на 6,5 % по сравнению с 2021 г. [42]. Сравнение представлены на рисунке 10.

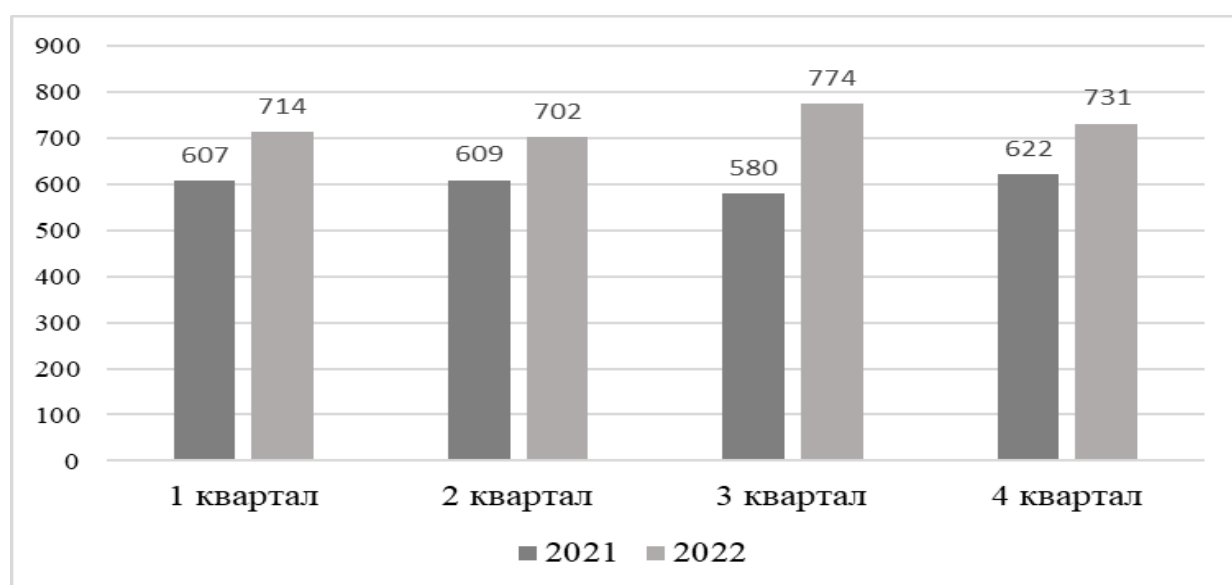


Рисунок 10 – Количество кибер-атак, динамика 2021–2022 гг., по кварталам
[составлено автором по: 3]

Исходя из данного рисунка можно проследить тренд на ежегодное повышение числа информационных атак на государственные структуры мира, что прямым образом влияет на их политику, проводимую в отношении как своего государства, так и в отношении государств мира и их политической стабильности, внешнеполитического имиджа.

2.3 Особенности защиты от информационно-психологической войны в России в период специальной военной операции

Информационная война использует не самые гуманные методы влияния на человеческое сознание и восприятие человеком той или иной ситуации, происходящей в мире под влиянием факторов политических, экономических, социальных и др. Последствия влияния информационной войны характеризуются длительным периодом действия. Не все люди, «пораженные» информационным оружием способны восстановиться после информационного воздействия, следовательно воспитать и сформировать психологически устойчивое и здоровое поколение после таких событий довольно трудно. Чтобы обезопасить себя и других нужны определённые способы защиты от негативного информационно-психологического воздействия.

России досталось непростое историческое прошлое в контексте ее восприятия международной общественностью. Негативный образ России формировался не только в годы советской власти, хотя она в немалой степени способствовала укреплению такого образа страны в глазах мирового сообщества, но и на современном этапе ведущейся против России информационной войны коллективного Запада [32, с. 147].

Для того, чтобы обезопасить население от негативного влияния войны, государство должно разработать ряд мер, способных к защите. Существуют некоторые методы контроля за информационным потоком и воздействием на общественное мнение, которые представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Методы защиты от информационной войны [составлено автором по: 11, с. 34]

Метод	Описание
Блокада информации	Для недопущения манипулятивных практик информационной войны сознательно умалчиваются или скрываются факты, для препятствия объективной оценки общественного мнения по поводу вопроса.
Фильтр информации	В публичное издание пропускается информация, только выгодно соответствующая заинтересованной стороне.
Контроль утечки информации	На практике реализуется в военно-стратегическом плане: противник может быть введен в заблуждение, решаются задачи по обнаружению скрытых замыслов противника, демонстрируется военное или численное превосходство.
Контент без альтернативной информации	Используется при освещении наиболее ярких эпизодов политических или военных событий, для одностороннего раскрытия смысла противника.

С течением специальной военной операции на Украине обозначилось несколько направлений развития внутри страны:

– появилось стремление социального слоя обеспечить всеобщую консолидацию сил на принципах справедливости и патриотизма, на фоне начавшейся конфронтации, переходящей в «новую» холодную войну России и Запада;

– возникла потребность и необходимость общества в доверии к власти, по отношению к социальному строю;

– наметилась переконфигурация России на мировом рынке и в международном разделении труда (МРТ), трансформировалась экономика под влиянием санкций и ограничений, изменился человеческий капитал, в соответствии с данными направлениями, можно было бы применять соответствующие меры и методы защиты от информационной войны [2].

В связи с последними событиями, участвовавшими атаками, провокациями и т. д. в рамках проведения СВО Россия испытывает ряд трудностей, заключающихся в незащищенности от информационно-психологического воздействия на население. С целью обеспечения защиты граждан, и достижения

обеспечения информационной безопасности реализуется государственная политика [9, с. 1065], направленная на решение:

- задач по формированию безопасного оборота информации и инфраструктуры РФ и устойчивости её функционирования;

- задач по прогнозированию, выявлению и своевременному предупреждению угроз информационной войны;

- задач по определению источников информационных атак и киберпреступности, их возможная ликвидация;

- задач по предотвращению деструктивного и дестабилизирующего влияния на российские информационные ресурсы, включая объекты критической инфраструктуры;

- задач по созданию условий для бесперебойного осуществления борьбы с правонарушениями и преступлениями, совершенными с помощью информационно-технологических и коммуникационных средств;

- задач по предотвращению и снижению до минимума утечки информационного материала, защита такой информации и надежное её хранение;

- развитие сил и средств максимального противоборства, укрепление информационных границ, создание информационных и кибер-групп для оказания помощи пострадавшим от информационного воздействия противника;

- развитие взаимодействия сил институтов гражданского общества, публичной власти в области обеспечения информационной безопасности граждан страны и помощи дружественным странам [1].

В области экономико-политического сотрудничества стран Украинский кризис сказался значительно: в качестве ответной меры уже наблюдается усиление двусторонних отношений с Востоком – Китаем, на фоне санкционных режимов, введенных рядом стран, а также отмечается резкое снижение роли западных стран, прежде всего Европы. Со списком стран, которые ввели ограничения на Россию, можно ознакомиться подробнее в Приложении А. Во внешнеторговом обороте России доля европейских стран в 2021 г. упала с 50–51 % (в 2010 г.), до 40–41 %.

Снизились потоки прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в России и за рубежом, что отражено на рисунке 11.

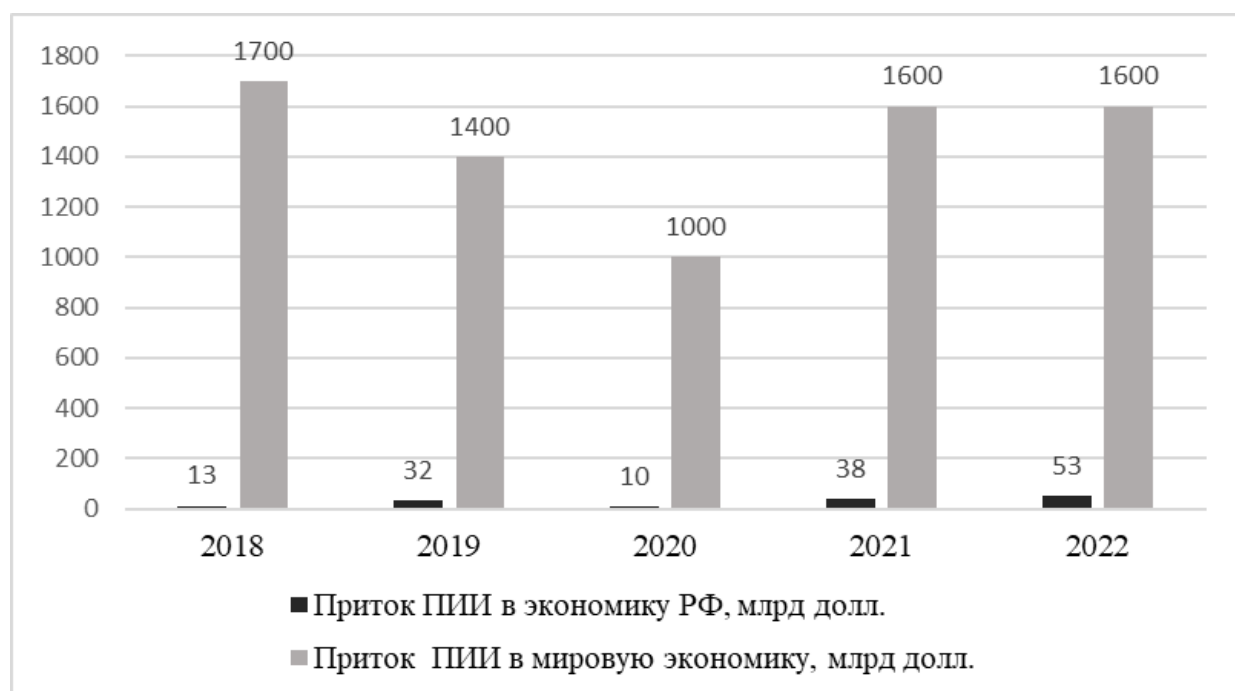


Рисунок 11 – Приток ПИИ в мировую экономику и экономику РФ, млрд долл.
[составлено автором по: 13]

На рисунке видно, что обострение международных отношений в 2021–2022 гг. вызвало ослабление ПИИ в мировой экономике и ПИИ в Россию. Однако, доля ПИИ в РФ выросла на 22 % по сравнению с предыдущим годом и достигли цифры в 53 млрд долл. [13]. Это рекордный показатель привлечения прямых инвестиций в кризисный период.

По итогам событий 2022 г. мировой рынок кибербезопасности нуждается в переоценке основных принципов защиты и реакции на угрозы со стороны противников в информационной войне. В перспективе рынок информации в России станет отечественным, возрастет потребность в технологиях защиты от информационных атак, прежде чем они нанесут ущерб [24].

Для обеспечения информационной безопасности можно следовать некоторым правилам: повышать политическую культуру населения и разработка новых методов

по борьбе с информационными атаками и повышенное внимание к информационным угрозам [25, с. 145].

В свою очередь, защита от информации приобретает стратегический характер, становясь одной из ключевых современных проблем национальной безопасности России. При этом в контексте защиты от информации выделяют три основных направления информационных воздействий:

- воздействия на информационно-технические системы и средства;
- воздействия на общество;
- воздействия на психику человека [28, с. 34].

Таким образом, в конце 2022 г. реализовалась новая Концепция формирования и развития культуры информационной безопасности граждан России. На 2023 г. наметился тренд на развитие и разработку методов по борьбе, а именно, с точки зрения нормативно-законодательного направления безусловно важным событием в минувшем 2022 г. стал выход [1] 250-го указа Президента «О дополнительных мерах по обеспечению информационной безопасности РФ». Данный документ придал информационной безопасности определенный импульс, который необходимо постоянно поддерживать. Также появилась ответственность, связанная с утечкой данных.

Главным методом в борьбе с информационно-психологической войной, особенно связанной с сегодняшними событиями СВО на Украине, является медиаграмотность [43, с. 9]. Поддержка государства в таком плане необходима, поскольку она поможет предупреждать развитие информационных потоков пропаганды, фейковой информации и дискредитации правительства на национальном уровне страны. В условиях информационной войны довольно сложно отличить достоверность информации, её источник и т. д. Специальные школы медиаграмотности откроются на территории регионов России в 2023 г., по мнению исследователей «Лиги безопасного интернета» [29], такая просветительская работа сможет решить некоторые вопросы в области урегулирования и избежание угроз в медиа пространстве.

Особое внимание в 2023 г. уделяется культуре киберпространства, простым пользователям сетями Интернета доносятся правила безопасности от информационного воздействия. Лидеры кибер-безопасного сообщества планируют обучать большое количество как обычных пользователей, так и целые учреждения, чтобы сформировать инструменты доступной и понятной информации и рассказать о информационной безопасности не только в рамках Интернет-сети, но и защитить от других воздействий информационной пропаганды [13].

Можно отметить, что СВО показала слабые места в информационном поле, она подсветила серьезные проблемы в политической среде, в экономике, в социальных массах, несмотря на это, страна не рухнула, не обеднела, она продолжает укреплять свои силы в борьбе с западными режимами.

На сегодняшний день в формировании имиджа России следует отталкиваться от ряда социально-культурных констант. Учитывая особую значимость культуры России в формировании её международного имиджа, необходимо отметить, что Россия заимствовала в равной степени элементы культур Востока и Запада, создавая при этом свой неповторимый имидж на мировой арене. Современная проблема информационной войны подталкивает Россию к выполнению задач, заключающихся не только в формировании собственного имиджа на международной арене, но и в постепенном сплочении культур всех окружающих народов, восточных и западных.

Заключение

Информационный прогресс поставил человеческое общество в условия информационного противостояния между государствами за влияние, способность к повышению своего внешнеполитического имиджа на международной арене и его эффективного поддержания в условиях современной информационной войны на внешнеполитической арене.

Внешнеполитический имидж государства складывается в рамках воздействия на мировое общественное мнение с помощью эмоциональных, политических, экономических ситуаций, которые действуют на определенные субъекты, в процессе чего складывается определенное видение, образ или мнение, стереотип о данной стране, то, с чем отождествляется имидж на международном пространстве отдельных государств.

Присущая всем государственным структурам конкурентная борьба, в рамках которой выявляется лидирующее звено с высоким международным имиджем, особо в информационной среде, порождает процессы противоречий и информационных войн. В настоящее время, разнообразие способов и методов информационной войны дает возможность бесконтактно и с минимальным набором инструментов создать впечатление и представление о своем или о конкурирующем государстве с целью поддержания или напротив – враждебной настроенности в обществе.

В таком ключе информационная война как инструмент воздействия на внешнеполитический имидж государств пользуется определенным спросом, ввиду достаточной простоты применения информационного пространства и цифровых технологий, в рамках которого осуществляется противоборство и оказывается влияние на внешнеполитический имидж государств.

Современные факторы и проблемы формирования внешнеполитического имиджа государств в условиях информационной войны дают представление о современном положении дел: о существующих проблемах в области экономического развития, социальной напряженности, в области политико-военных отношений между государствами, особо это выражается в результате

разворачивающейся на сегодняшний день ситуации, связанной с началом специальной военной операции России на территории Украины.

Роль информации в формировании имиджа государства на внешнеполитической арене возрастает с каждым днем: международный имидж напрямую зависит от наполненности информацией структур, составляющих имиджевую политику страны на внешнем уровне. Создание благоприятного имиджа на внешней арене позволяет государствам активно участвовать в коммуникациях с другими государствами в рамках экономического сотрудничества, политической стабильности и миропорядка, контролировать вооруженные столкновения, ситуацию здравоохранения на мировом уровне, экологию и другие глобальные проблемы современности.

В рамках существующих проблем в информационно-психологической мировой среде, представлен ряд способов защиты от информационных и психологических атак в период проведения Россией СВО в рамках поддержания мирового порядка и охраны собственного государства.

Список использованных источников

- 1 О дополнительных мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации: указ Президента РФ от 1 мая 2022 г. № 250 // Российская газета. – 2022. – 4 мая.
- 2 О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400 // Российская газета. – 2022. – 31 декабря.
- 3 Актуальные киберугрозы: итоги 2022 года. URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threatscape-2022/> (дата обращения: 22.04.2023).
- 4 Анисимова С. Ш. Внешнеполитический имидж государства как атрибут современных международных отношений // Sciences of Europe. 2021. № 67. С. 42–45.
- 5 Балаклеец Н. А. Пространственный аспект современных войн: от традиционной войны к кибервойне // Социодинамика. 2021. № 4. С. 136–149.
- 6 Боголюбов Д. А., Скуратовский Д. К. (2018). Информационная война // Экономика и социум. 2018. № 5 (48). С. 219–223.
- 7 Департамент ООН по экономическим и социальным вопросам: Электронное правительство 2022–2023. URL: <https://cl-ck.ru/34f4Ub/> (дата обращения: 23.04.2023).
- 8 Департамент ООН по экономическим и социальным вопросам: Мировое экономическое положение и перспективы на 2023 год. URL: <https://clck.ru/34f469/> (дата обращения: 25.04.2023).
- 9 Дубень А. К. Аспекты и угрозы информационной безопасности в эпоху современных информационных войн // Вестник Удмуртского университета: Экономика и право. 2022. № 6. С. 1064–1068.
- 10 Ерофеева Н. В. Современные информационные войны и их влияние на политическую стабильность государства // PolitBook. 2021. № 2. С. 74–83.
- 11 Карпиленя Н. В. О диалектике войны в контексте современных типов информационных «войн» и методов информационно-психологического противоборства // Архонт. 2022. № 28. С. 29–42.

12 Карпиленя Н. В. О диалектике войны в контексте современных типов информационных «войн» и методов информационно-психологического противоборства // Архонт. 2022. № 1 (28). С. 29–42.

13 Кибербезопасность в 2022–2023. Тренды и прогнозы. URL: <https://clck.ru/34f4zu/> (дата обращения: 22.04.2023).

14 Кихтан В. В., Качмазова З. Н. Информационная война: понятие, содержание и основные формы проявления // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. № 2 (2). С. 228–235.

15 Козин М. Н., Родионов А. В. Методы и инструменты ведения информационной войны: новые угрозы подрыва социально-экономической и политической стабильности государства // Человек: преступление и наказание. 2022. № 30 (3). С. 326–335.

16 Кондауров Б. И. Информационные войны в гибридном измерении // The Newman In Foreign Policy. 2022. № 65. С. 24–26.

17 Красовская Н. Р. К вопросу о направлениях атак информационной войны против политического лидера // Власть. 2023. № 31 (1). С. 43–52.

18 Лябухов И. В. О соотношении понятий «Имидж государства» и «Имидж страны» (к постановке проблемы) // Известия Алтайского государственного университета. 2018. № 4. С. 250–253.

19 Мавлонов Х. Д. Влияние информационных войн на общественное мнение // Вестник Педагогического университета. 2020. № 3 (86). С. 275–279.

20 Морозова А. А. Средства массовой информации как инструмент управления общественным мнением в процессе формирования политического имиджа государства за рубежом // Социально-экономические явления и процессы. 2018. № 13. С. 33–41.

21 Питайкина И. А., Питайкин К. Ю. Информационная война в условиях цифровой экономики // Форум молодых ученых. 2023. № 2 (78). С. 68–71.

22 Пядышева Т. Г. Методы влияния на общественное мнение // Вестник Тамбовского университета. 2019. № 4 (12). С. 77–85.

23 РСМД: Парадокс информационных войн. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/paradoksinformatsionnykhvoyn/?ysclid=lh7ggk-5y20754408074/> (дата обращения: 10.04.2023).

24 Рынок кибербезопасности: общие тренды. URL: <https://clck.ru/34f4zu/> (дата обращения: 19.04.2023).

25 Рябчикова А. А. Информационный иммунитет и принципы защиты личности в эпоху информационных войн // Вестник науки. 2022. № 1. С. 143–147.

26 Сагалаева С. С. Имидж государства: сущность и подходы к определению // Вестник МГЛУ. Общественные науки. 2020. № 2. С. 43–54.

27 Сидорская И. В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентуют СМИ // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики. 2020. № 15. С. 64–84.

28 Стадник А. Н., Лозовский В. В. Информационное противоборство разработка рекомендаций по подготовке военных специалистов по защите от информационных воздействий в киберпространстве // Вестник военного образования. 2021. № 2 (29). С. 33–39.

29 ТАСС: В регионах России откроют школы медиа грамотности в 2023 году. URL: <https://tass.ru/obschestvo/16269887?ysclid=lhgairzvd1695573576/> (дата обращения: 19.04.2023).

30 Фролов Н. В. Социальные сети как инструмент ведения информационных войн // Социодинамика. 2018. № 8. С. 1–6.

31 Хабаров А. А. Интердискурс информационно-психологической войны как вид консциентального оружия // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2021. № 4. С. 77–96.

32 Чеботарева Н. И. Имидж России в международном информационном пространстве // Вестник МГЭИ. 2019. № 1. С. 147–150.

33 Ятманов В. А., Карпеева Я. М., Муртазина Р. Р. Негативное влияние СМИ на сознание личности // StudNet. 2021. № 4 (6). С. 217–223.

34 Desouza K. C., Ahmad A., Naseer H. Weaponizing information systems for political disruption: The Actor, Lever, Effects, and Response Taxonomy (ALERT) // Computers & Security. 2020. Vol. 88. P. 1–15.

35 Digital Diplomacy Index in 2023. URL: <https://digital-diplomacy-index.com/index/> (дата обращения: 27.04.2023).

36 Global Soft Power Index 2022: USA bounces back better to top of nation brand ranking. URL: <https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2022-usa-bounces-back-better-to-top-of-nation-brand-ranking/> (дата обращения: 10.04.2023).

37 Gruber J., Voigt L. L., Benenson Z., Freiling F. C. Foundations of cybercriminalistics: From general process models to case-specific concretizations in cybercrime investigations // Forensic Science International: Digital Investigation. 2022. № 43. P. 1–11.

38 Hoa H., Koa R., Mazerolle L. Situational Crime Prevention (SCP) techniques to prevent and control cybercrimes: A focused systematic review // Computers & Security. 2022. № 115. P. 1–24.

39 Pew Research Center: «International attitude towards the USA, NATO, Russia during the crisis». URL: <https://www.pewresearch.org/global/2022/06/22/international-attitudes-toward-the-u-s-nato-and-russia-in-a-time-of-crisis/> (дата обращения: 10.04.2023).

40 Pew Research Center: «Pew Global Attitudes Project». URL: <https://www.pew-research.org/global/?post/> (дата обращения: 10.04.2023).

41 Straub J. Mutual assured destruction in information, influence and cyber warfare: Comparing, contrasting and combining relevant scenarios // Technology in Society. 2020. Vol. 59. P. 1–9.

42 Tadviser: Positive Technologies. URL: <https://clck.ru/34f4bE/> (дата обращения: 22.04.2023).

43 Thomas J. Holt Understanding the state of criminological scholarship on cybercrimes // Computers in Human Behavior. 2023. Vol. 139. P. 1–9.

Приложение А

«Санкционные режимы против России»

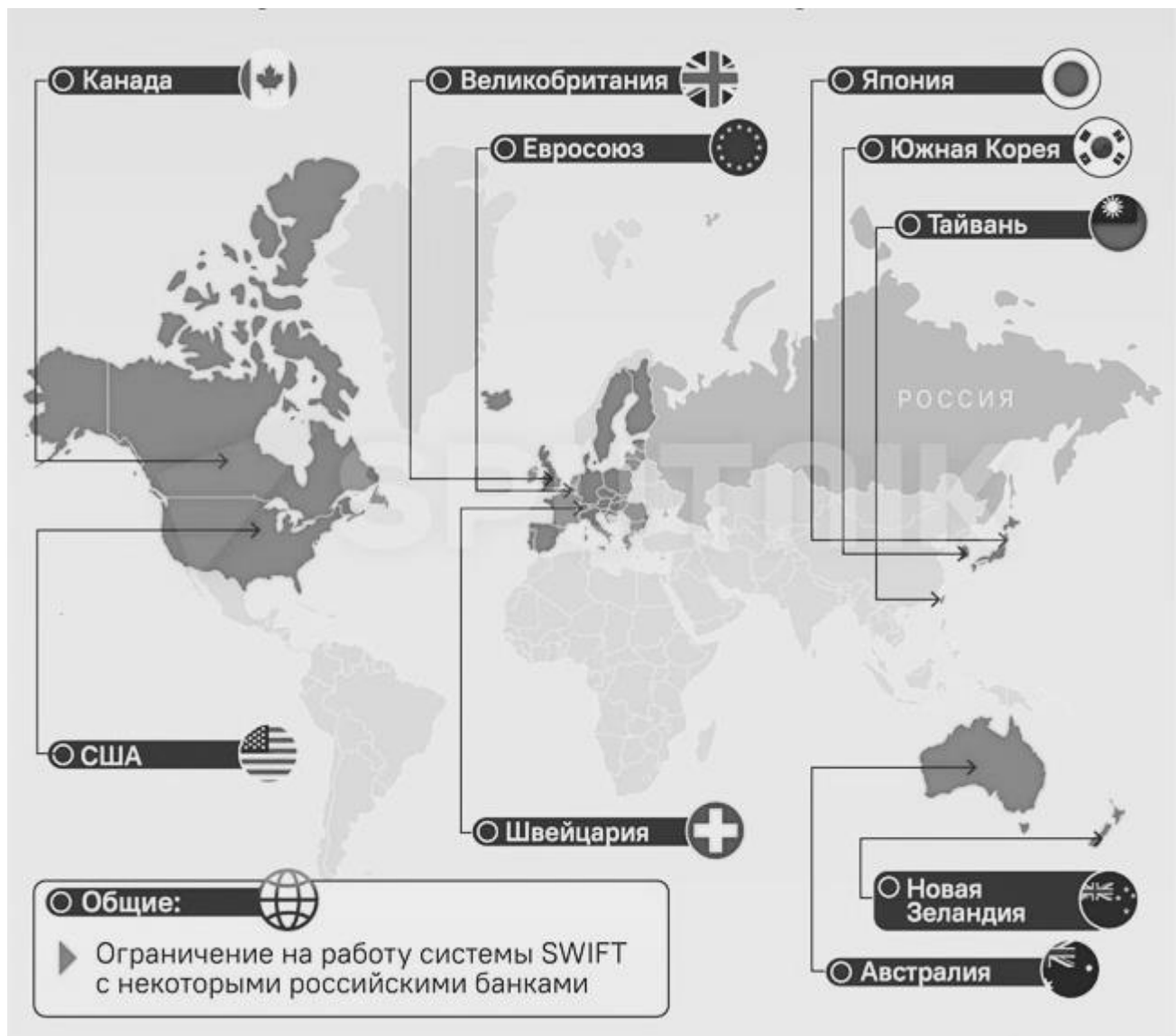


Рисунок А.1 – Карта-схема стран, которые ввели санкции против России в 2023 г.

[40]

Приложение Б

«Рейтинг доверия к крупнейшим мировым лидерам»

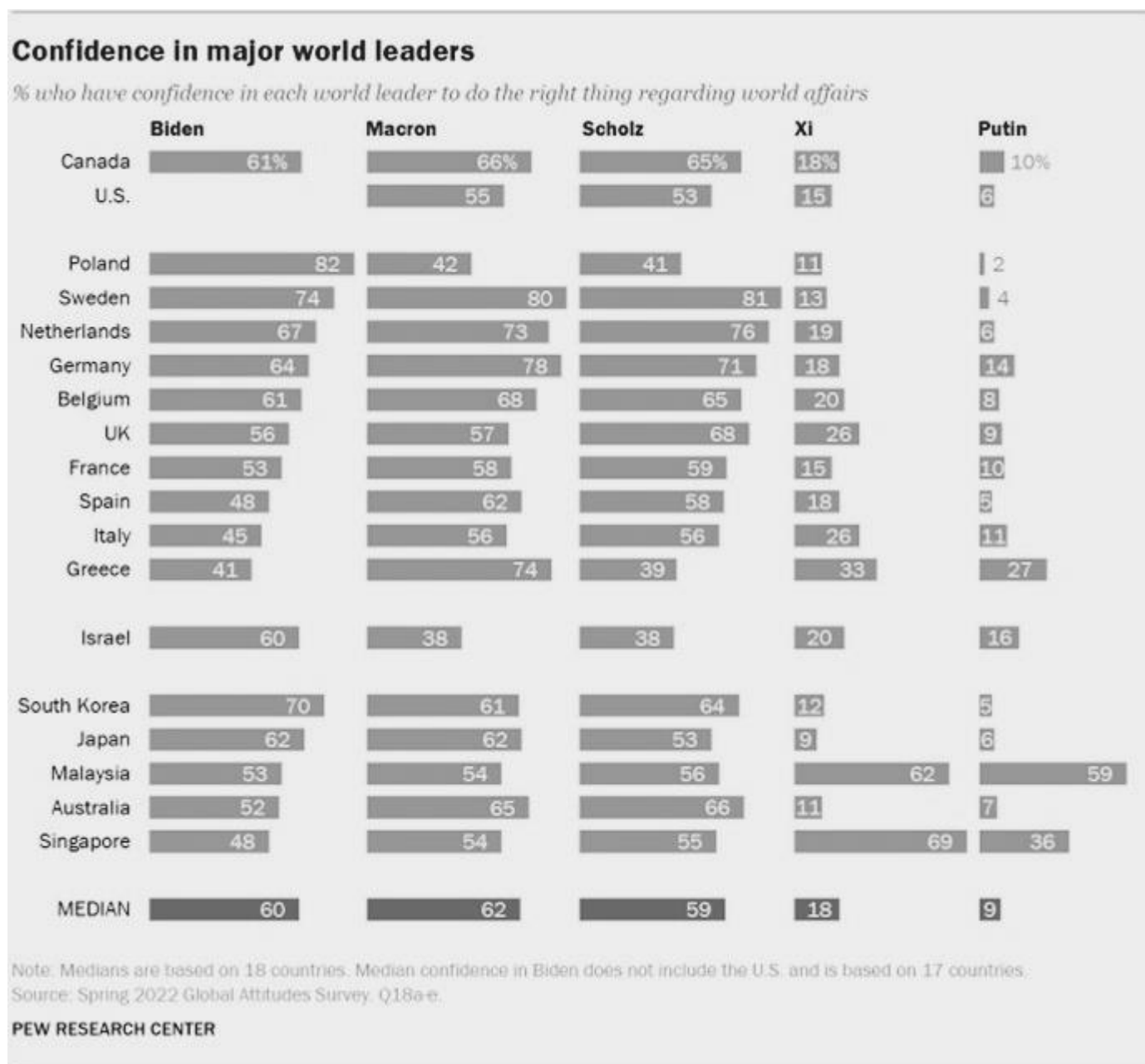


Рисунок Б.1 – Крупнейшие мировые лидеры, рейтинг доверия граждан [36]