

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Юридический институт
кафедра международного права

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Т.Ю. Сидорова
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

41.03.05. Международные отношения

Использование дезинформации и агитации: влияние на образ государства в
контексте международных отношений

Руководитель	_____	<u>доцент, к.ю.н</u>	<u>Э.А. Павельева</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____		<u>А.А. Нечаев</u>
	подпись, дата		инициалы, фамилия

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Теоретические основы дезинформации и агитации	6
1.1 Понятия дезинформации и агитации	7
1.2 Механизмы и методы дезинформации и агитации.....	13
2. Использование дезинформации и агитации в контексте международных отношений.....	17
2.1 Примеры использования дезинформации и агитации в мировой политике	18
2.2 Роль неправительственных организаций в распространении дезинформации и агитации в международных отношениях	25
3. Последствия влияния дезинформации и агитации на формирование образа государства	32
3.1 Внутренние последствия для общества и политики	32
3.2 Внешние последствия для международных отношений и дипломатии	36
3.3 Способы противодействия использованию дезинформации и агитации	37
Заключение	41
Список использованных источников	42

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Международные отношения формируются с помощью большого количества политических инструментов, в числе которых не только мирные методы взаимодействия, такие как: переговоры, официальные визиты политиков и т.д., но и довольно противоречивые и негативные: деструктивная пропаганда и дезинформация.

В настоящее время термин “информационная война” активно используется для описания политических событий и нашей действительности. Само понятие “информационная война” обозначает какой-либо вооруженный конфликт, столкновение сторон, в котором используется информационное оружие и реализуются информационные операции [1]. По своей структуре “информационная война” является последовательностью различных информационных операций, в ходе которых активно используется дезинформация и её подвиды. К сожалению, мировая политика всегда была подвержена негативному влиянию отдельных государств, политиков и организаций. Информационные “вбросы” в международных отношениях, которые реализуются как с помощью СМИ, так и с подачи правящей элиты, зачастую оказывают серьезное воздействие не только на граждан, которые не всегда способны к критическому анализу информации, но и на представителей государств на мировой арене.

В связи с этим, необходимо провести анализ такого феномена в международной политике, как дезинформация, выявить виды этого понятия, методы воздействия этого явления на граждан и оценить существующие примеры его использования. Кроме того, необходимо проанализировать актуальные методы противодействия дезинформации, выявить их сильные и слабые стороны и сформировать успешную стратегию противостояния этому феномену.

Практическая значимость проводимого исследования. Данное исследование направлено на анализ примеров дезинформации в международных отношениях и на определение основных видов этого феномена.

Проведенный анализ позволит выделить главные закономерности этой политики, поможет раскрыть методы её реализации. Это позволит глубже понять и изучить природу этого явления и его исторические корни. Более того, исследование примеров дезинформации позволит выявить результаты использования данного инструмента и оценить его эффективность.

Данный инструмент политики активно используется в международных отношениях для формирования той картины восприятия событий, которая будет выгодна манипулятору. Кроме того, дезинформация является неотъемлемым рычагом информационной войны, которая активно ведется в наше время. В связи с этим, анализ политики противостояния дезинформации позволит выявить наиболее успешные методы защиты и определить стратегию их применения для ограждения не только граждан, но и государства от пагубного влияния дезинформации.

Цель исследования. Цель исследования заключается в выявлении влияния дезинформации, агитации и пропаганды на формирование международных отношений и в определении выстраивания успешной политики противостояния этим инструментам.

Объект исследования: дезинформация, агитация и пропаганда в мировой политике.

Предмет исследования: принцип действия дезинформации, агитации и пропаганды, их влияние на общество.

Задачи исследования:

1. Проанализировать понятие дезинформации, агитации и пропаганды.
2. Выявить основные инструменты и механизмы применения агитации, пропаганды и дезинформации.

3. Определить роль дезинформации, агитации и пропаганды на современной политической арене.

4. Проанализировать примеры дезинформации, пропаганды и агитации в современной мировой политике.

5. Дать оценку влиянию дезинформации, агитации и пропаганды на международные отношения.

6. Определить внутривнутриполитические последствия агитации, пропаганды и дезинформации.

7. Определить внешнеполитические последствия агитации, пропаганды и дезинформации.

8. Проанализировать способы защиты от дезинформации, агитации и пропаганды, сделать вывод о том, какую политику необходимо вести для успешной защиты от дезинформации в политической сфере.

Эмпирическая база исследования. На данный момент существует большое количество работ, в которых проводится анализ данной темы. В этих исследованиях анализируются способы информационного воздействия на общество, примеры дезинформации и результаты дезинформационной политики. В исследовании будут использованы труды: А. В. Манойло, Д. К. Гончарова, Е. А. Михеева, а также будут проанализированы нормативные документы Российской Федерации, относящиеся к информационной безопасности, концепции конвенций “Об обеспечении информационной безопасности” и т.д.

1. Теоретические основы дезинформации и агитации

1.1 Понятия и методы дезинформации

В современном мире такие слова, как агитация и пропаганда стали обыденными и довольно часто мелькают как в отечественных, так и в зарубежных СМИ. Оба термина происходят от таких латинских слов как “agitatio” – приведение в движение, побуждение к чему-либо и “propaganda” – то, что следует распространять. Цель агитации – формирование конкретного общественного мнения и побуждение людей к определенной деятельности. Пропаганда направлена на распространение концепций, идей и знаний с целью формирования определенных взглядов различных общественных масс на конкретные события и явления. Кроме того, пропаганда зачастую интерпретирует те или иные факты для установления определенных стандартов, определяющих человеческое поведение. Также, следует отметить, что пропаганда всегда была ярка, лаконична и обладала броскостью. Ей присуще преобладание эмоционального воздействия над смысловым.

Пропаганда преследовала не только мирные просветительские цели, но и военные и политические. По содержанию пропаганду можно разделить на два вида – позитивную и негативную. Если цели пропаганды не заключаются в манипуляции сознанием, а наоборот, направлены на содействие стабильности общества и формированию гуманистических убеждений, то такую пропаганду можно считать конструктивной и позитивной. Однако если пропаганда реализуется для манипуляции общественными массами в соответствии с интересами узкого круга людей с целью разжигания межнациональной розни, антиправительственных настроений и антигуманистических идей, то такую пропаганду можно считать негативной и деструктивной.

Рассмотрим виды позитивной пропаганды. Воспитательная или просветительская пропаганда отвечает за формирование мировоззрения граждан, установление различных ценностных ориентаций, информирование общества о культурных и социальных ценностях, распространение национальных традиций. Пропаганда героизма и созидания отвечает за распространение идей самопожертвования ради Отечества, побуждает общество активно участвовать в формировании и развитии государства. Конструктивная пропаганда информации отвечает за передачу четкой, систематизированной и неискаженной информации, снабженной объективной и непредвзятой интерпретацией сути происходящего. Данный вид пропаганды помогает гражданам формировать личное отношение к каким-либо происшествиям и ситуациям на основании объективных сведений. Еще один вид положительной пропаганды – это защитная пропаганда. Она направлена на защиту граждан от нежелательного и деструктивного влияния различных идей, направленных на дестабилизацию общества.

Нельзя не обратить внимание на виды деструктивной пропаганды. Пропаганда разрушения направлена на опровержение и разоблачение других идей, противоречащих концепциям реализуемой пропаганды. Пропаганда критики направлена на разжигание отрицательных настроений в отношении действующей власти, режима или социальной системы. Она способствует формированию искажённого мнения с помощью акцентирования внимания подверженных её влиянию граждан на негативных аспектах. Кроме того, такой вид пропаганды формирует в сознании людей альтернативное восприятие социальной реальности, отличное от настоящего, за счёт этого ей удаётся создавать круги граждан, объединённых искаженным восприятием мира и манипулировать ими. Еще один вид негативной пропаганды – это пропаганда устрашения. Данный вид манипулятивного воздействия направлен на моральное подавление противника. Пропаганда разделения выделяет существующие противоречия в области межнациональных и

международных отношений, акцентирует внимание на социокультурных и религиозных расхождениях в обществе.

Также можно выделить не только виды, но и определенные типы пропаганды в соответствии с теми сферами жизни, на которые она направлена. Это прежде всего политическая пропаганда, связанная с предвыборной агитацией, внешнеполитическим влиянием и пр. Следующий тип пропаганды – это военная пропаганда, которая связана с ведением агитации во время боевых действий. Кроме того, существует экономическая, дипломатическая, идеологическая и другие типы пропаганды. Таким образом, пропаганда охватывает абсолютно все сферы жизни общества.

В зависимости от поставленных целей, можно определить направления задач пропаганды. Основная задача пропаганды – это формирование в сознании общества определенных мыслей, представлений и идей. Достижение этой задачи невозможно без определения конкретной центральной идеи пропаганды. Следующая задача – это мобилизация и активизация общественных масс для достижения конкретных целей. Любая пропаганда должна не только мобилизовать людей, но и побуждать граждан более активно участвовать в реализации пропагандистских идей. Еще одна задача, которую может реализовывать пропаганда, связана с доказательством необоснованности и неэффективности альтернативных идей. Большое внимание при реализации данной задачи уделяется доказательству несостоятельности противоположных точек зрения. Также следует отметить, что пропаганда стремится отговорить граждан от следования за альтернативными идеями, противоречащими целям агитации.

Современную действительность можно охарактеризовать стремительным ростом недоверия к различным средствам массовой информации. Эта тенденция связана с растущим потоком дезинформации и некорректной информации, замаскированной под новости, которые распространяются через различные социальные сети. В настоящее время

дезинформация угрожает не только современным медиаинститутам, но и журналистам, средствам массовой информации и гражданам.

Связано это в первую очередь с тем, что сегодня каждый имеет доступ к высокоскоростным и бесплатным способам передачи информации, которые позволяют распространять некорректную или “фейковую” информацию беспрепятственно в различных социальных сетях. Социальные сети позволяют людям выражаться и усиливают их различные намерения как плохие, так и хорошие. В лучшем случае это будет способствовать развитию положительных качеств общества, в худшем приведет к пагубному распространению дезинформации. Наличие больших объемов дезинформации в открытом доступе заставляет людей пытаться отличать ложную информацию от истинной. В настоящее время в современном медиапространстве господствует цинизм и недоверие. В связи с этим, различные теории заговора, экстремистские взгляды процветают и вводят общество в различные заблуждения. Средства массовой информации утратили свою историческую роль привратников, обеспечивающих доступ к истинной информации. Кроме того, процветание дезинформации обеспечивается поддержкой со стороны властей, использующей некорректную информацию в своих стратегических и политических целях. Таким образом, дезинформация и ее различные подвиды стали неотъемлемой частью современной экосистемы.

Довольно логичной кажется идея, связанная с решением этого вопроса посредством законодательного регулирования, и многие страны прибегают к этому решению [2], но стоит отметить, что такой подход может нанести серьезный ущерб принципам свободы слова в том случае, если у власти окажутся авторитарные лидеры. Тонкая грань между истинной информацией и ее некорректными формами позволит правительству легально устранять неудобные средства массовой информации, признавая продукты их деятельности дезинформацией.

В то же время инициативы гражданского общества связаны с просветительской деятельностью, направленной на повышение навыков критического мышления у аудитории. Примеры таких движений можно увидеть в различных странах [3]. В настоящее время наблюдается активный рост организаций, занимающихся проверкой фактов и различной информации.

Рассадниками дезинформации по праву можно считать социальные сети и поисковые системы. Согласно исследованиям Оксфордского института вычислительной науки именно, социальные сети позволяют дезинформации приобретать структуру и легитимность [4]. Таким образом, контент, намеренно вводящий граждан в заблуждение, находясь на этих платформах, искажает восприятие реальности и подрывает доверие к сертифицированным СМИ.

К сожалению, понятие дезинформации не имеет документированного закрепления и зачастую используется правительством в качестве способа воздействия на неудобные СМИ с целью дискредитации информации, которая не устраивает политических лидеров. Дезинформация имеет огромное количество видов, в числе которых: сатирические заголовки, “кликбейты”, визуальные элементы статистики, вводящие в заблуждение, события, вырванные из контекста, контент, выпущенный от лица компании, не имеющей к нему никакого отношения, манипулятивных и сфабрикованных новостей. В связи с таким широким распространением данной проблемы следует более тщательно подходить к ее анализу и учитывать мотивацию людей, производящих такой тип контента. Кроме того, следует проанализировать типы такого контента и способы его восприятия обществом.

При исследовании “фейковых” новостей можно выделить два конкретных понятия, отражающих суть этого феномена – некорректная информация и дезинформация. Первое понятие можно охарактеризовать таким образом – ложная информация, распространитель которой уверен в ее

истинности. Второе же является таким типом ложной информации, распространитель которой заведомо уверен в ее ложности. Таким образом, это намеренная ложь, распространяемая со злым умыслом. Стоит отметить, что иногда даже правдивая информация может распространяться с целью нанести кому-либо вред. В связи с этим выделяют такой тип ложной информации как утечка. Эта информация, основанная на реальных фактах, но используемая для нанесения вреда человеку или организации. Например, распространение информации о личной жизни человека для нанесения ущерба его репутации. Независимо от истинности такой информации вред она несет такой же, как и дезинформация, дестабилизируя общественные процессы.

Ложная информация зачастую комбинируется, публикуется на разных платформах, сочетает в себе различные утечки и фрагменты некорректной информации, тем самым формируя последовательность дезинформационных “вбросов”, осуществляемых в рамках реализации стратегии конкретных политических субъектов.

Подробное изучение типологии ложной информации позволяет перейти к подробному изучению типологии дезинформации. Существенно важными типами дезинформации можно считать следующие семь ее проявлений: сатира или пародия; контент, вводящий в заблуждение; мошеннический контент; сфабрикованный контент; ложная связь; ложный контекст; и манипулятивный контент. Рассмотрим более подробно каждый из них:

Сатира и пародия. Такой вид дезинформации может считаться довольно странным, ведь сатира является одним из видов искусства. Однако в мире, в котором большая часть информации распространяется через социальные сети, неподкованному обывателю иногда достаточно трудно понять какой именно контент является сатирическим.

Контент, вводящий в заблуждение. Данный тип дезинформации основывается на склонности мозга поддавать визуальные эффекты меньшей

критике. Такая информация использует фальшивые графики и данные с целью манипуляции визуальным восприятием человека. Использование цитат каких-либо вымышленных исследователей и прочие способы введения в заблуждение активно используются при реализации этого типа дезинформации.

Ложная взаимосвязь. Случаи, когда заголовки не отражают содержание статьи относятся к примерам ложной взаимосвязи. Рост конкуренции за внимание аудитории порождает стремление редакторов новостных издательств использовать привлекающие заголовки для увеличения количества аудитории, даже несмотря на то, что читатель может почувствовать себя обманутым [5]. Зачастую люди получают информацию только из таких заголовков, не исследуя содержание статьи, что еще больше дезинформирует читателей.

Ложный контекст. Конкретное новостное событие может оказаться дезинформацией только по той причине, что оно часто вырывается из первоначального контекста и распространяется еще раз.

Самозванный контент. Довольно часто статьи подписываются именами журналистов, не имеющих к ним никакого отношения, иногда видео или изображения публикуются с логотипами организаций, не причастным к их созданию. Это используется для повышения авторитетности ложной информации.

Сфабрикованный контент. Данный тип дезинформации зачастую представляется в текстовом виде. Суть данного метода распространения дезинформации заключается в написании различных статей, содержащих в себе неправдоподобную и сфабрикованную информацию с целью ввести читателя в заблуждение. Иногда фабрикуется и визуальный контент с помощью представления в графическом виде различной статистики, никак не связанной с реальными данными, для воздействия на читателя и формирования выгодного для автора инфографики мнения относительно конкретного вопроса.

Таким образом, дезинформация и ее различные формы стали неотъемлемой частью современного новостного поля. Люди зачастую неспособны отличать ложную информацию от истинной и это связано с тем, что граждане при анализе каких-либо событий опираются в большей степени не на разум, а на эмоции.

В настоящее время люди остро нуждаются в компетентных СМИ, способных сортировать и отсеивать ложную информацию, не допуская пагубного влияния дезинформации.

Можно выделить несколько основных способов пропаганды. Привлечение внимания является одной из основополагающих техник пропаганды, которая реализуется с помощью обсуждения актуальных тем и проблем. Иногда пропагандисты прибегают к использованию различных провокационных утверждений, чтобы завладеть всеобщим вниманием. Следующим шагом пропагандиста должно стать завоевание доверия аудитории. Агитатору необходимо выглядеть авторитетным специалистом, его заявления должны быть убедительными, а альтернативные точки зрения должны выглядеть неавторитетными и недостоверными по сравнению с идеями его пропаганды. После завоевания внимания и доверия аудитории необходимо перейти к формированию у публики понимания сути представленных идей. Пропаганда должна создавать в умах аудитории четкие и понятные ассоциации, для того, чтобы люди могли передавать концепции и тем самым способствовать распространению агитации. Также нельзя не учитывать важность формирования правильного эмоционального восприятия пропаганды у аудитории, ведь именно с помощью создания личностного отношения можно сформировать у людей позитивный взгляд на носителей идей пропаганды и негативный взгляд по отношению к альтернативным мнениям и их сторонникам. Кроме того, пропаганда является длительным процессом, пропагандисты непрерывно культивируют свои идеи в обществе, и это позволяет постоянно поддерживать актуальность

их взглядов и не даёт пропагандистским концепциям терять важности в умах людей.

В своей деятельности пропагандисты прибегают к использованию различных техник манипуляции сознанием. Первый способ связан с сокрытием информации, которая способна каким-либо образом менять мнение общества. Следующая техника связана уменьшением значимости ключевых событий. Этот способ реализуется с помощью переполнения информационного потока различными происшествиями, на фоне которых теряется важность значимых событий. Зачастую пропагандисты могут намеренно искажать суть используемых ими понятий, чтобы ввести аудиторию в заблуждение. Кроме того, негативная пропаганда иногда прибегает к распространению заведомо ложной информации.

Безусловно термины агитация и пропаганда обладают схожими определениями и имеют непосредственное отношение как к внутренней так и к внешней политике государств не только нынешнего, но и прошлого века. Однако вышеупомянутые термины можно найти не только в толковых словарях, но и в различных законодательствах. Так, например, в Федеральном законе “О выборах Президента Российской Федерации” информации, которая регулирует предвыборную агитацию, выделяется целая глава. Кроме того, упоминание пропаганды встречается в “Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях” в шестой главе, отдельные статьи которой посвящены административным наказаниям за пропаганду наркотиков и нетрадиционных сексуальных отношений. Также, агитация регулируется второй частью двадцать девятой статьи Конституции РФ, которая запрещает ведение пропаганды, направленной на возбуждение какой-либо ненависти или вражды.

В то же время, в преддверии выборов Государственная дума, а в частности её комиссия по расследованию фактов вмешательства в дела Российской Федерации извне, заявила о начале активной работы по предотвращению попыток зарубежного пропагандистского влияния на

избирателей. Кроме того, в прошлые предвыборные периоды были зафиксированы случаи появления в иностранных СМИ оппозиционной агитации, направленной на ухудшение репутации определенных кандидатов на выборах. Такая пропаганда появлялась также и в дни “тишины”, когда любая агитационная деятельность запрещена. Безусловно такие заявления влияли на формирование волеизъявления граждан. Эти политические события свидетельствуют о том, что информационное противостояние в наши дни не только не закончилось, но и набирает всё большие обороты и неотъемлемой частью этой конфронтации является агитация, пропаганда и дезинформация.

1.2 Примеры использования дезинформации и агитации в мировой политике

Аналитика примеров дезинформации, ложной информации и их типов позволит выявить основные закономерности распространения такой информации. Рассмотреть все три типа ложной информации можно на примере Президентских выборов во Франции в 2017 году:

Дезинформация. Изощренной попыткой обмануть французских избирателей было создание точной копии бельгийской газеты *Le Soir* [6], содержащей ложную статью о том, что кандидат в президенты Эммануэль Макрон был спонсирован Саудовской Аравией. Кроме того, в сети активно распространялась дезинформация о том, что кандидат открыл офшорный банковский счет на Багамах [7]. Еще одним способом дискредитации являлись “твиты”, в которых люди публиковали ложные факты о личной жизни политика под одинаковыми “хэштегами”. Таким образом, ложная информация специально распространялась с целью опорочить честь Эммануэля Макрона и лишить его шансов на победу в предвыборной гонке.

Более современным примером дезинформации можно считать показательный случай агитации Израиля против Палестины в недавнем конфликте. В сети начали активно распространять видеозапись, на котором якобы палестинские военные держат израильских детей в клетках. Данный материал активно использовался еврейскими пропагандистами для обезчеловечивания Палестины, с целью еще больше развязать руки израильским военнослужащим. Однако со временем технические специалисты смогли получить мета-данные видеозаписи, из которых выяснилось, что данный материал был снят на территории, подконтрольной Израилю, а звук был наложен, для создания более зловещего эффекта. К тому же, в сети обнаружили видеозаписи уже израильских военнослужащих, на которых они снимают палестинских детей, которых держат в клетках на израильских базах. Однако эффект от первичного распространения

дезинформации был настолько велик, что вскрывшаяся потом правда никак не смогла повлиять на информационное поле, из чего следует тот факт, что Израиль, путем грамотной агитации смог сформировать негативный образ Палестины не только в умах своих граждан, но и в сознании остального мирового сообщества.

Некорректная информация. Теракт на Елисейских Полях в Париже 20 апреля 2017 года породил множество случаев распространения некорректной информации [8]. Распространение некорректной информации сопровождается практически любую экстренную ситуацию, и оно связано с недостаточным количеством официальной информации о происшествии. Некоторые люди публиковали слухи в социальных сетях, например, информацию о том, что был убит второй полицейский.

При распространении такой информации люди стремятся оказаться полезными в экстренной ситуации и не преследуют цели причинить какой-либо вред. К сожалению, граждане не всегда способны адекватно проверить и оценить информацию, которую они распространяют.

Утечка информации. Утечкой информации можно считать публикацию в социальных сетях электронных писем Эммануэля Макрона 7 мая, незадолго до начала голосования. Такой ход был направлен на нанесение существенного вреда предвыборной кампании кандидата.

23 июля 2023 года был разрушен Спасо-Преображенский собор в Одессе. Согласно версии украинских властей, подрыв собора был осуществлен российской ракетой, в результате массированного обстрела критической инфраструктуры Украины. По версии министерства обороны России наиболее вероятной причиной разрушения храма стало падение украинской зенитной управляемой ракеты в результате безграмотных действий операторов комплексов ПВО. Однако интересной деталью данного происшествия является то, что статья о разрушении собора была опубликована еще до его подрыва. Согласно утечкам исходного кода, статья была отредактирована 22 июля, несмотря на то, что сам собор был разрушен

позднее, 23 июля. Однако, как и в израильском случае, маховик пропаганды был раскручен, реакция общественности была сформирована, а грамотного ответа с разоблачением с российской стороны не последовало. Всё это свидетельствует о том, что российская агитация существенно отстаёт от западной, а это чревато формированием негативного восприятия России в глазах мирового сообщества.

Ярким примером политической дезинформации является случай выступления девушки на слушаниях в Совете Безопасности ООН по захвату Ираком Кувейта. Она выступила в качестве свидетеля и распространила информацию о том, что иракские солдаты использовали новорожденных, вынося их из роддома и укладывая их на бетонные мостовые с целью задержать противника. Эти показания в дальнейшем активно использовались президентом и министром обороны США для сгущения красок. Однако оказалось, что девушка, выступившая на слушаниях, была дочерью посла Кувейта в Соединенных Штатах и имела принадлежность к королевской семье. Целью этой дезинформации было очернение С. Хуссейна и закрепление за ним определения жестокого тирана и деспотичного лидера. Таким образом, военные действия, которые велись против него силами “свободного” мира носили бы справедливый характер.

Еще одним случаем дезинформации со стороны западных государств можно считать освещение грузино-российского конфликта в августе 2008 года. Иностранные СМИ утверждали, что Россия имеет непосредственное отношение к конфликту, является его зачинщиком и ярким агрессором. Грузию же западные информационные агентства считали демократическим противником тоталитарного режима, стремящегося положить конец свободе процветающего государства. Активно искажалась хронология событий, неточно передавалась информация с мест боевых событий, потери российской стороны сильно завышались, а реальная обстановка в Грузии приравнивалась к гуманитарной катастрофе. Телевидение транслировало

сфабрикованные кадры жестокого отношения российского военного контингента по отношению к мирному населению.

Активно дезинформация использовалась в Ливии, основной ее целью было насаждение паники в умах населения и иностранных граждан. В данном случае дезинформация была использована в крайне сильной форме и буквально становилась откровенной ложью.

Арабоязычная телекомпания “Аль-Джазира” в кооперации с иностранными и, в частности, с западными СМИ транслировали на весь мир утверждение о том, что М. Каддафи является жестоким злодеем и буквально называли его вторым С. Хусейном. Его обвиняли в готовности применить химическое оружие и уничтожить нефтепроводы.

Часто пропагандисты прибегали к помощи так называемых “передвижных мертвецов”, которые изображали перед западными корреспондентами трупы повстанцев или жертв режима Каддафи на улицах Катара или Турции. После Ливии путешествие “живых мертвецов” продолжилось, и они оказались в Сирии, на этот раз отыгрывая роли жертв режима Б. Асада. Имя одного из них – Халед Абу Салах, он был палестинцем и известным в Сирии оппозиционером и пропагандистом. Более того, иностранные СМИ вели активную работу по убеждению мировой общественности в том, что Сирия применяет химическое оружие. В Сети существует множество постановочных кадров и видеозаписей, повествующих о “химической атаке” правительственных войск Сирии в Думе. Эта дезинформация была разоблачена, однако это до сих пор игнорируется США, Великобританией и Францией, которые осуществили ответную ракетную атаку на сирийские объекты. После этого западные СМИ распространили дезинформацию о новой химической атаке, готовящейся в Идлибе. Эта информация использовалась США для нанесения ответного авиационного удара.

Вашингтон обвиняли в попытках навязать мировому сообществу ложь, опровергнутую даже теми организациями, которые изначально поддерживали слухи о подготовке химической атаки.

Дезинформация используется не только для ведения военных действий, но и для оказания влияния на политику в мирное время. Политика США активно использует ложную информацию как для вмешательства в политику других стран, так и для давления на политических деятелей своей страны. Например, в течение нескольких лет американские СМИ распространяли информацию о том, что Россия будет вмешиваться в выборы государства.

Новостными агентствами распространялась дезинформация о том, что в компании Трампа находился специально оборудованный интернет сервер, отвечавший за поддержку связи кандидата с Москвой. Также газета “Нью-Йорк Таймс” утверждала, что Мария Бутина, арестованная правительственными службами и обвинявшаяся в сговоре с целью работы “иностранным агентом”, должна была организовать тайную встречу В. Путина и Д. Трампа.

Кроме того, можно отметить заявление Р. Эшли-младшего, главы управления военной разведки Пентагона, о том, что Россия не соблюдает мораторий на ядерные испытания. Аргумент, приводимый российскими властями, состоит в том, что последнее ядерное испытание прошло в СССР 24 октября 1990 года, за 6 лет до принятия ООН Договора о всеобъемлющем запрещении ядерных испытаний. США же вообще не ратифицировали данный договор, поэтому их обвинения являются безосновательными.

Однако не только Россия является целью западной дезинформации, Северная Корея в представлении западных СМИ является поистине империей зла. Например, широко была распространена новость о том, что в 2013 году глава Северной Кореи приказал республиканскому руководству пристально исследовать историю Третьего рейха с целью выяснить каким образом Гитлеру удалось поднять экономику страны в кратчайшие сроки. Также, сообщалось о том, что для осуществления этой цели чиновники

получили персональные экземпляры “Майн кампф”. Еще к северокорейским ужасам относят сообщение от 2014 года о том, что министр общественной безопасности О Сон Хон, провинившийся перед руководством, был заживо сожжен из огнемета, причем казнь якобы осуществлял лично Ким Чен Ын. Однако дезинформация исходила не только от западных СМИ, но и от южнокорейских. Южнокорейское агентство “Ренхап” распространило информацию о том, что северокорейский министр обороны Хён Ён Чхоль был расстрелян из-за обвинений в госизмене. 14 мая министр обороны предстал живым на кадрах северокорейского телевидения.

Информационная война с Россией активно ведется западными СМИ, они осуществляют ее дискредитацию, оказывают негативное влияние на население страны и ведут активную политику по насаждению негативных настроений по отношению к политике действующей власти, посредством дезинформации, фейковых новостей и стремясь разрушить религиозную и национальную самобытность России. С. Шойгу выступил с заявлением, посвященным проблемам дезинформации, на конференции “Актуальные вопросы информационного противодействия” в рамках международного военно-технического форума “Армия-2019”. Министр обороны заявил, что основной целью информационной войны Запада является управление Россией извне и впоследствии всем миром. Согласно заявлению главы департамента информации и массовых коммуникаций Минобороны РФ генерал-майора И. Конашенкова США и, в частности, агентство по глобальным медиа ежегодно инвестирует огромные суммы в дезинформационные отделы для дальнейшей дискредитации политики России на территории стран постсоветского пространства. Также далеко не секрет, что западные власти создают информационные центры, деятельность которых направлена на дискредитацию армии РФ и создание антироссийских настроений. Например, Центр операций в киберпространстве в г. Монс в Бельгии, Европейский центр по противодействию гибридным угрозам в

Хельсинки и Центр передового опыта НАТО в области стратегических коммуникаций в Риге.

Таким образом, дезинформация в современных международных отношениях в руках ряда зарубежных государств используется для решения экономических и политических задач, ослабляя международную безопасность и подвергая мировое сообщество различным военным угрозам.

Несмотря на активное противостояние России зарубежному агитационному влиянию на граждан, страна активно старается участвовать в формировании своего положительного внешнеполитического образа. На службе у агитационного рупора Российской Федерации находятся различные пропагандистские информационные агентства и телеканалы. Например, телеканал “Russia Today”, финансируемый из федерального бюджета России, ведёт свое круглосуточное вещание в странах Европейского Союза на пяти языках.

С другой стороны, пропагандистская деятельность, осуществляемая США, регулируется так называемым законом Смита-Мундта, который также известен как Закон об информации и образовательном обмене.

История создания этого закона тесно связана с послевоенной агитационной деятельностью Америки. Американская делегация, в составе которой находились А. Смит и К. Мундт, после посещения стран Европы сделала заключение о том, что агитационная деятельность США не так успешна, как пропаганда коммунистических стран. Об этом свидетельствовало заметное ухудшение отношения жителей стран Европы к Америке. Кроме того, было отмечено, что затраты США на агитацию и пропаганду ничтожно малы, по сравнению со странами коммунистического блока. В связи с этим, в 1948 году был принят закон Смита-Мундта, целью которого было содействие распространению за рубежом информации о народе США, политике государства и культуре страны.

Таким образом, под действие закона подпадают различные СМИ, инструменты иновещания, программы академического и профессионального обмена.

Ярким примером инструментом американского иновещания является радиостанция “Голос Америки”. Радиостанция ведёт свое вещание на 45 языках и покрывает более 26 стран мира. Данная радиоккомпания принадлежит правительству США и ее финансирование производится из государственного бюджета.

Таким образом, одними из самых эффективных инструментов влияния на сознание общества являются СМИ. Телевидение является наиболее успешным методом формирования общественного мнения, потому что его восприятие происходит посредством использования аудиального и визуального каналов получения информации. Кроме того, информационно-пропагандистское воздействие оказывается и на пользователей сети Интернет. Пропагандисты используют те же самые методы манипуляции сознанием, что и в области СМИ.

В связи с этим, большинство стран стремятся оградить своё население от пагубного влияния зарубежной пропаганды.

1.3 Роль неправительственных организаций в распространении дезинформации и агитации в международных отношениях

Пропаганда, дезинформация и агитация являются, как уже упоминалось выше, основными политическими инструментами для влияния на суверенитет государства. Суверенитет государства – это его абсолютная независимость от других государств и субъектов международной политики в проведении внутренней и внешней политики. Исходя из этого определения можно выделить то, что любое государство, обладающее суверенитетом должно иметь возможность проводить независимую политику в сфере внутреннего политического управления.

Все вышеупомянутые примеры затрагивали внешнеполитический имидж государства, однако это не весь инструментарий современной пропаганды. В настоящее время, более важной является функция внутренней дестабилизации государства, посредством реализации различных пропагандистских программ, направленных на формирование у общества того политического и социального мышления, которое будет выгодно государству-инициатору данной дезинформации и пропаганды.

Zinc Network – коммуникационное агентство, помогающее сообществам, брендам и правительствам добиваться позитивных социальных изменений. Данная организация финансируется на средства The Open Information Partnership (OIP) – Открытого информационного партнёрства, которое, в свою очередь, является получателем целевых средств Министерства иностранных дел по делам Содружества и развитию Великобритании. Zinc Network сотрудничает с членами OIP, обмениваясь навыками в области цифрового маркетинга, управления социальными сетями и креативного производства. К тому же, The Open Information Partnership оказывает административную поддержку проекта Zinc Network.

Заголовок сайта Zinc Network гласит: “Мы помогаем нашим клиентам добиваться значимых и измеримых изменений в решении наиболее сложных

социальных проблем, стоящих сегодня перед миром”. Данная организация, помимо получения грантов от британского правительства, финансируется на деньги командования специальных операций США, полученных напрямую от министерства обороны в объеме 500 тыс. долларов США. К тому же, агентство получило более 3 миллионов долларов США по субконтракту с армией США в Европе и Африке.

В 2016 году данное агентство запустило собственный проект “Supporting independent media in the Baltics”. Информация, предоставленная на сайте компании, гласит, что агентство выявило наиболее перспективных русскоязычных социальных агентов влияния на YouTube и других социальных сетях в регионе. В течении двух лет велась работа с 20 из них с целью помощи в развитии их брендов и улучшении контента. Данное сотрудничество, по заявлениям организации, велось в целях увеличения доли аудитории и повышения дохода. Несмотря на причастность к странам Балтики, в период с 2016 по 2018 года выявить популярного латвийского или иного блогера данного региона, популярного в российском медиа пространстве весьма затруднительно, в отличие от обилия российских оппозиционных лидеров мнений, появившихся в данный временной отрезок, что свидетельствует о направленности данной инициативы на российское медиа поле.

В 2018 году итогом данной работы выступил доклад Zinc Network, посвященный итогам работы агентства в рамках этой инициативы. Согласно этому документу, консорциум разработал надёжную политику защиты для сети ютуберов в России и Центральной Азии, которая направлена на создание контента, пропагандирующего честность СМИ и демократические ценности. В рамках этой политики были приняты меры по защите от нападков со стороны Кремля, в том числе: поддержка участников в осуществлении и получении международных платежей без регистрации в качестве внешних источников финансирования; управление их страницами в интернете для снижения риска кибератаки, троллинга и оскорблений; подключение

ютуберов к местной юридической поддержке на безвозмездной основе; поддержка в разработке редакционных стратегий для передачи ключевых сообщений с минимизацией риска преследования по законам о цензуре; тщательное управление коммуникациями проекта для сохранения конфиденциальности их участия. Агентство занималось планированием медиа-контента этих блогеров, созданием их стиля, популяризацией их деятельности. Проводилось сокрытие финансирования со стороны зарубежных предприятий, с целью сокрытия того, что подконтрольные им лидеры мнений, являются иноагентами.

Совершенно очевидно, что эффективная организация не может работать без ключевых показателей эффективности (KPI), позволяющих оценить продуктивность реализации тех или иных проектов. В соответствии с докладом, были введены следующие показатели KPI:

- Повышение осведомлённости у экспертной и неэкспертной аудитории о дезинформации Кремля
- Подрыв доверия и снижение эффективности дезинформационных кампаний Кремля
- Повышение качества, количества и эффективности контента, направленного на противодействие дезинформации
- Повышение профессионализма организаций, противодействующих дезинформации Кремля
- Создание экосистемы из авторитетных мнений для противодействия российской дезинформации
- Складывание передовой практики противодействия дезинформации
- Набор, обучение и наставничество организаций их “гражданского общества”
- Обеспечение взаимной поддержки и обучения
- Обучение сбору данных и развитие гибкой культуры “делай, измеряй, учись”

Все данные пункты свидетельствуют, что данная организаций имеет четкий перечень целей и требований, ожидаемых от реализации их проекта. А сама “балтийская” кампания в основном направлена на противодействие официальной позиции российского правительства.

Очень часто в тексте документа можно встретить упоминание термина дезинформация и пропаганда, однако, стоит отметить, что по мнению экспертов агентства всякая информация, исходящая от правительства РФ, считается дезинформацией и пропагандой, без исключения. Данный тезис свидетельствует, что Zinc Network имеет своей целью противостояние не дезинформации, о политической линии Российской Федерации, что весьма естественно для компании, финансированием которой занимаются бывшие партнеры нашего государства из Великобритании и США.

Свежим примером деятельности такой экосистемы можно считать инцидент в аэропорту Махачкалы, во время которого равнодушные к политической обстановке граждане, под воздействием агитации и дезинформации (ряд телеграмм каналов распространял фейковую информацию о прибытии евреев в аэропорт города, все эти источники являлись прозападными, существовавшими на их финансирование) ворвались на территорию здания и спровоцировали незначительные волнения, среди посетителей. Ситуация не была критической, силовые ведомства оперативно с ней разобрались и никаких серьезных последствий не было зафиксировано.

Однако, ряд антиправительственных блогеров, таких как Максим Кац, Илья Варламов и прочие, выступали с заявлениями о том, что республика неподконтрольна Кремлю, в ней зреют протесты, а власти данного региона ведут авторитарную политику. Во всех видеороликах и заявлениях присутствовала единая стилистика, что отвечало перечисленным выше критериям КРІ.

“Балтийская” кампания была не единственной, в том же отчетном документе компания информирует о своих успехах в агитационной

деятельности на Украине. По тому же принципу было отобрано 12 лидеров мнений, с которыми они вели консультационную деятельность, приведшую к росту охвата аудитории до 4 миллионов. Данный консорциум, по его заявлению имеет богатый опыт создания организаций, учитывающих местный контекст, политическую динамику и специфику, чтобы контролировать риски и избегать враждебности и подозрений. На Украине агентство работало с пользователями Интернета, чтобы научить их противостоять кремлёвским нарративам с помощью инновационных редакционных стратегий, сегментации аудитории и производства контента, отражающих сложную чувствительную политическую обстановку.

Данный пункт документа прежде всего направлен на создание положительного восприятия потенциальным инвестором в данную организацию относительно ее продуктивности. Однако в контексте международных отношений следует отметить, что подобная пропагандистская деятельность довольно успешно проходила обкатку на территориях Украины, создавая враждебное восприятие России в глазах украинцев. Таким образом, оказывалось влияние на украинский сегмент Интернета, с целью дальнейшего стравливания жителей двух государств в цифровом пространстве.

К тому же, в рамках документа отдельное внимание посвящено сохранению онлайн-анонимности. В данном тренинге авторы обучают тому, как оставлять минимум информации о себе в Интернете, своем финансировании, о своей редакции, с целью сохранения конфиденциальности деятельности и для создания видимости неподконтрольности зарубежным властям.

Особое внимание уделяется прогнозированию рисков, как для данной кампании, так и для ее подчиненных. На первом месте в графе репутационных рисков находится положение о том, что блогера, финансируемого этим агентством, могут преподносить как спонсируемого Великобританией распространителя дезинформации. Влияние данного риска

оценивается как высокое, а его вероятность средняя. Согласно авторам данного документа, смягчить этот риск необходимо посредством позиционирования себя, как личность, находящуюся в рамках плюрализма и проверки фактов, а также обозначить свою независимость, отсутствие иностранного финансирования и редактирования. То есть, согласно методике этого проекта, на все обоснованные обвинения, должна следовать реакция в духе того, что лидер мнений не является продуктом британского финансирования, его деятельность независима, а инициатива исходит исключительно из его гражданской позиции.

Особое внимание в рамках документа уделяется расширению сети таких агентств. Согласно мнению экспертов данной организации, их консорциум обладает уникальными возможностями для расширения сети за счёт поиска и сотрудничества с организациями, не входящими в число тех, которые отобраны Форин-офисом Великобритании. Данное положение документа свидетельствует о том, что на данный момент существует множество организаций подобного толка, занимающихся продвижением интересов Великобритании в других странах и что расширение этой сети все еще актуально.

В 2017 году, спустя год активной работы агентства в сфере российского медиапространства, выходит ряд роликов на тот момент еще неизвестных оппозиционеров. В феврале канал иноагента Юрия Дудя публикует первое интервью, в последующем будет происходить постепенная политизация шоу, посредством выпуска видеороликов, посвященных экстремисту Навальному и прочим оппозиционерам. В марте того года выходит работа экстремиста Навального, посвященная расследованию деятельности Д.А. Медведева. Фирменный стиль канала иноагента Варламова появился в первом квартале 2017 года (именно с этого момента появилась антиправительственная риторика, дизайн видеороликов стал на порядок качественнее, что свидетельствует о работе иностранных специалистов). Все эти личности начали свою медийную карьеру как раз в

период интенсивной работы Zinc Network, что явно указывает на их связи с данной программой.

Zinc Network является далеко не единственной организацией, занимающейся продвижением агитационных материалов в других странах при финансировании британского Форин-офиса и американских спецслужб. Данный пример является ярким показателем того, насколько сильно продвинулась пропаганда в современной политической действительности в своем развитии. Огромное количество вливаемых в нее средств позволяет реализовывать крупные планы по оказанию влияния на общественность в различных странах, вмешиваясь в их суверенитет. Пропагандисты отработали различные способы конспирации не только своего присутствия, но и своего финансирования, а успешно реализованные проекты на Украине и в России свидетельствуют о том, что сейчас пропаганда и дезинформация вышли на совершенно другой качественный уровень, требующий повышенного внимания со стороны властей для пресечения такой деятельности на территории нашего государства.

2. Последствия влияния дезинформации и агитации на формирование образа государства

2.1 Внутренние последствия для общества и политики

В ноябре 2023 года была раскрыта деятельность “Фонда борьбы с коррупцией” (признан экстремистским и ликвидирован) в распространении оппозиционных материалов. Так называемая ферма эльфов вела свою работу по заранее подготовленным материалам ФБК, так называемым методичкам.

Деятельность данного проекта заключалась в создании инициативными группами (от 20 до 30 человек) фейковых аккаунтов в социальных сетях с целью распространения агитационных оппозиционных материалов. Согласно утекшим в сеть материалам, участник такого проекта должен был проводить активную агитацию в социальных сетях с использованием подставных аккаунтов, получая за это заработную плату в размере 15 евро в день. Их основной целью являлось создание негативного общественного резонанса под любыми новостными постами в социальных сетях.

В методических рекомендациях подробное внимание уделено соблюдению интернет-анонимности, тому как правильно использовать различные браузеры, скрывать следы своего присутствия и грамотно использовать различные VPN сервисы. Кроме того, для создания несуществующих профилей использовались различные нейросетевые генераторы фотографий, с помощью которых создавали личность несуществующего человека. Обязательно указывался российский город в профиле, размещались сгенерированные фотографии, для придания “живости” аккаунту, указывались российские учебные заведения. Обязательно размещались антиправительственные высказывания.

Также в данной системе имелась соревновательная модель для ее работников, согласно утекшим в сеть методическим рекомендациями распределение смен между работниками происходило по принципу

эффективности. Те, кто находился в рейтинговой таблице выше своих коллег, имел возможность получить большее количество смен, что позволяло увеличить доход. Также существует и система пенализации, построенная также на сокращении количества рабочих смен. Система оценивания заключалась в предоставлении скриншотов особо успешных комментариев (от 5 и более лайков на комментарий или 2 и более ответов от рядовых пользователей). Все результаты заносились в таблицу, в которой коллеги могли отслеживать общий прогресс и следить за тем, чтобы их посты и комментарии не были слишком похожими. Основной площадкой была выбрана социальная сеть Вконтакте в силу низкой модерации контента и контроля со стороны руководства.

Согласно заявлению бывшего сотрудника такой организации, объем финансирования проекта колебался от 2.88 миллиона до 4.32 миллиона евро в год. Большая часть этих средств уходила на финансирование сотрудников, покупку VPN ресурсов, приобретение аккаунтов в социальных сетях, а также аренду офисов. На август 2023 года действовало три офиса в Вильнюсе, общая численность сотрудников в которых была 75 человек, 70 человек работали из Тбилиси.

Согласно инструкциям, каждый эльф входил в специальный телеграмм чат, в котором в начале рабочего дня координатор присылал рабочий файл смены, в котором указывались актуальные темы, по которым было необходимо работать, основываясь на имеющихся примерах эталонных комментариев. К тому же имелась отдельная таблица со ссылками на посты в социальных сетях, которые было необходимо комментировать, предоставляя в последующем фотоотчеты своей деятельности. В обязанности участников данного проекта входило оставление не менее 120 комментариев или постов в день. Все комментарии курировались вышестоящими наблюдателями, которые предоставляли утвержденные иллюстрации, примеры готовых заявлений, которые работники ботофермы должны были перерабатывать и переформулировать для создания впечатления того, что данные материалы

распространяет равнодушный гражданин. Такая искусственная деятельность была призвана создавать иллюзию общественного мнения, вызывать в читателе сомнения и программировать его мышление в необходимом для пропагандиста направлении. Таким образом, координатор, наблюдая за рядом групп в социальных сетях курировал своих подопечных, отправляя им ссылки на посты, которые были необходимо комментировать. Работники, находящиеся на смене, начинали активную имитацию общественного мнения под такими постами, оказывая влияние на читателей, задавая своей координированной деятельностью определенный градус дискуссии, противостоять которому обычному читателю невозможно.

В функционал данного проекта также входили пропагандистские кампании против других оппозиционеров. Так, например, в марте 2023 года бывший главный редактор “Эхо Москвы” Алексей Венедиктов (иностранный агент) опубликовал материалы, обвиняющие Леонида Волкова (иностранный агент) в содействии олигархам М. Фридману и П. Авену. Несмотря на то, что данный документ являлся достоверным, специальная операция по очернению Венедиктова (иностранный агент) в соцсетях велась крупными масштабами. В комментариях работники данной платформы обвиняли его в получении денег от мэрии. Суть конфликта заключалась в том, что Венедиктов (иностранный агент) раскрыл коррупционную схему для финансирования ФБК, которые в свою очередь, не сумев оправдаться, реализовали свой потенциал ведением пропаганды о том, что Венедиктову (иностранный агент) доверять нельзя, и он ярый сторонник государственной власти, несмотря на то, что Мосгорсуд признал его иноагентом.

Первые несколько недель после опубликования материалов, подтверждающих причастность ФБК к созданию ботофермы, организация яро отрицала свою причастность, однако с течением времени и появлением все более неопровержимых доказательств риторика сменилась. Фонд признал свою причастность и начал апеллировать тем фактом, что пропаганда и дезинформация, распространяемая эльфами была во благо оппозиционной

борьбы, несмотря на то, что зачастую объектами атак ботофермы были другие оппозиционные политики и организации. Впоследствии, фонд Free Russia Foundation (включен в список нежелательных организаций в 2019 году) подтвердил, что создал проект “Легион эльфов”. В дополнение можно отметить, что фонд “Свободная Россия” был создан в 2014 году на территории США в качестве НПО, занимающейся контрпропагандой, при финансировании Госдепом США. В совете фонда Free Russia находится Сергей Алексащенко, который занимался разработкой санкций для россиян вместе с Сергеем Гуриевым.

Как итог, деятельность такого рода в основном направлена на политически не просвещенных людей, позиция которых по многим вопросам современных международных отношений основывается не на первоисточниках, а на распространяемой агитации. Такие комментарии поддерживались в основном оппозиционно настроенными гражданами, однако, даже несмотря на такую легко-разоблачимую пропаганду ее последователи периодически устраивали небольшие пикеты, которые ничего, кроме общественного возмущения не вызывали.

Влияние иностранной пропаганды путем использования конкретных видов дезинформации и агитации направлено в первую очередь на провоцирование общественного резонанса, именно поэтому многие оппозиционные блогеры дают быстрый отклик на какие-то провокационные события в России, с целью разжигания различных дестабилизирующих настроений. Хотя в нашей стране такая деятельность приносит сомнительные результаты, так как большинство людей либо предпочитают оставаться вне политики, либо занимают пророссийскую позицию, необходимо обратить внимание на методы контрпропаганды на территории своего государства и, конечно же, активно развивать агитационную деятельность на территории других государств с целью создания правдивого, а не навязанного иностранной пропагандой, восприятия России.

2.2 Способы противодействия использованию дезинформации и агитации

Таким образом, дезинформация и ее различные формы стали неотъемлемой частью современного новостного поля. Люди зачастую неспособны отличать ложную информацию от истинной и это связано с тем, что граждане при анализе каких-либо событий опираются в большей степени не на разум, а на эмоции. В связи с этим, необходимо уделять особое внимание повышению уровня медиа-грамотности населения посредством просветительской деятельности, направленной на повышение уровня осведомленности о текущей ситуации на международной арене.

Медиа-грамотность – это способность понимать особенности новостного жанра и распознавать то, как эти особенности могут быть использованы с целью дезинформации.

В настоящее время люди остро нуждаются в компетентных СМИ, способных сортировать и отсеивать ложную информацию, не допуская пагубного влияния дезинформации. Кроме того, граждане сами должны уделять внимание развитию своей медиа-грамотности для того, чтобы не быть обманутыми в современном информационном пространстве.

Разоблачение конкретных фейков это ресурсозатратный процесс, который не может решить проблему дезинформации. Наоборот, такие разоблачения концентрируют на себе внимание экспертов, не давая направить их силы на решение более глобальных задач. К сожалению, разоблачение дезинформации следует уже после выхода этой ложной информации в свет, следовательно, она получает свое распространение, наносит вред обществу и формирует его сознание. Таким образом, концентрирование на разоблачении фейков не позволит искоренить дезинформацию, оно окажет влияние лишь на небольшую группу людей, которые обратят внимание на разоблачение фейка. Остальная же часть

аудитории примет дезинформацию и распространит её. Следовательно, необходимо бороться с источником дезинформации, а не с его результатами.

Кроме того, борьба с дезинформацией ложится на плечи СМИ и журналистики, так как они имеют внушительный авторитет среди общественности, и многие журналисты стали самопровозглашенными экспертами, тем самым монополизировав свое экспертное мнение. Однако ни СМИ, ни журналистика не имеют достаточного количества ресурсов для борьбы с распространением ложной информации. Общественность ошибочно полагает, что дезинформация находится только в области СМИ, поэтому именно средствам массовой информации и предстоит с ней бороться. На самом деле, борьба с дезинформацией будет успешна лишь в том случае, если в ней примут участие различные эксперты в области психологии, социологии, политологии и прочих социальных наук. До тех пор, пока наше общество будет находиться под водительством СМИ и некомпетентной журналистики, мы будем неспособны противодействовать дезинформации. Необходимо привлечение специалистов из смежных сфер для разоблачения ложной информации и её устранения. Западные СМИ получают большое количество финансовых инвестиций для производства дезинформации с целью дестабилизации политической обстановки в нашей стране. Кроме того, есть большое количество подтверждений тому, что в информационную войну вкладывается как человеческий, так и научный капитал.

Западные государства при исследовании феномена дезинформации пришли к выводу, что существует большая необходимость в усилении роли гражданского общества, то есть некоторые граждане, имеющие влияние на общество, должны противодействовать дезинформации. Такая инициатива увеличит степень вовлеченности общества в сферу информационной безопасности, откроет новые перспективы противодействия дезинформации, будет способствовать реализации различных амбициозных инициатив, связанных с противодействием информации. На сегодняшний день эксперты по борьбе с дезинформацией предлагают различные инициативы по работе с

гражданским обществом. Например, тренинги и специальные курсы по повышению медиаграмотности, мониторинг социальных сетей и аналитика различных общедоступных источников, а также популяризация журналистики, связанной с разоблачением дезинформации.

Кроме того, не стоит забывать, что при вовлечении гражданского общества в борьбу с дезинформацией следует обеспечивать должную защиту тех граждан, которые активно занимаются ее разоблачением. Необходима физическая и психологическая защита для людей, вовлеченных в борьбу с распространением ложной информацией, так как существует множество примеров угроз в адрес таких людей и даже свидетельств их преследования со стороны враждебных лиц как в Интернете, так и в реальной жизни. Вовлекая граждан в процесс изобличения дезинформации необходимо понимать то, что они находятся в особо уязвимом положении. В связи с этим, мы должны предоставлять таким людям более высокий уровень защиты, в противном случае есть большой шанс того, что они подвергнутся негативному воздействию источника дезинформации, будь то организации, управляемые из-за рубежа, или отдельные распространители дезинформации.

Еще одним способом борьбы с дезинформацией можно считать обмен опытом между различными дружественными странами. Однако обмена опыта недостаточно, его необходимо применять на практике. При этом стоит отметить, что дезинформация зачастую распространяется на местном или региональном уровне, используя уязвимые места и медлительность властей при решении каких-либо проблем. Следовательно, необходимо прорабатывать информационную безопасность на региональном и местном уровнях, при этом, учитывая особенности этих регионов, связанные с предпочтительными источниками информации и т.д. Такое противодействие дезинформации нельзя будет использовать повсеместно в силу особенностей каждого региона, однако такой подход позволит эффективнее разоблачать дезинформацию.

Всю борьбу с дезинформацией в государственной и общественной среде можно подразделить на 8 пунктов:

1. Развитие критического мышления

Критическое мышление — это способность анализировать информацию, оценивать ее достоверность и надежность, а также принимать обоснованные выводы на основе предоставленных данных. В борьбе с агитацией и пропагандой развитие критического мышления является ключевым, так как помогает людям не поддаваться манипуляциям и принимать информированные решения.

Развитие критического мышления начинается с образования и может быть внедрено на различных уровнях:

- Школьное образование: Включение критического мышления в учебные программы начиная с ранних классов. Это может включать обучение анализу текстов, проверке фактов, оценке источников информации и др.

- Университетское образование: Вузы могут предоставить студентам курсы по критическому мышлению, логике, исследовательским методам и т.д. Это поможет подготовить студентов к анализу сложной информации и развить навыки самостоятельного мышления.

- Медиа-грамотность: Обучение общества навыкам анализа медиа информации. Это может включать в себя обучение распознаванию манипулятивных приемов, оценке точности источников, а также критическому взгляду на различные точки зрения.

- Программы взрослого образования: Проведение курсов и мероприятий для взрослых по развитию критического мышления, чтобы помочь людям всех возрастов разобраться в сложной информационной среде.

- Самостоятельное обучение: Содействие обществу в развитии навыков критического мышления через доступ к ресурсам онлайн, книгам, курсам и т.д.

2. Прозрачность и доступность информации

Прозрачность и доступность информации играют ключевую роль в борьбе с агитацией и пропагандой, поскольку обеспечивают обществу возможность самостоятельно анализировать ситуацию и принимать обоснованные решения. Вот несколько способов, как общество может действовать в этом направлении:

- Государственная прозрачность: Власти должны демонстрировать открытость и прозрачность в своей деятельности. Это может включать в себя публикацию отчетов, данных о бюджете, решениях, принимаемых на различных уровнях власти, и других важных документов.

- Открытые данные: Государство должно активно предоставлять доступ к открытым данным о различных сферах жизни общества, таких как экономика, здравоохранение, образование и т.д. Это позволит гражданам самостоятельно анализировать информацию и формировать свое мнение.

- Пресс-конференции и коммуникация с обществом: Власти должны регулярно взаимодействовать с обществом через пресс-конференции, брифинги, общественные слушания и другие формы коммуникации. Это позволит гражданам задавать вопросы и получать ответы от представителей власти.

- Свободные и независимые СМИ: Независимые СМИ играют важную роль в обеспечении доступности информации и контроля за деятельностью власти. Государство должно поддерживать свободу прессы и обеспечивать условия для независимой журналистики.

- Цифровая технология: Использование цифровых технологий для обеспечения доступности информации, таких как интернет и социальные сети. Это позволяет гражданам быстро получать информацию и обмениваться мнениями.

- Образовательные программы о доступности информации: Важно также проводить образовательные программы о том, как оценивать достоверность информации и использовать доступные ресурсы для проверки фактов.

3. Независимые медиа и журналистика

Независимые СМИ и журналистика играют важную роль в борьбе с агитацией и пропагандой, так как они предоставляют обществу независимые и объективные источники информации. Вот как это может быть реализовано:

- Свобода прессы: Гарантирование свободы прессы и независимости журналистики является основой борьбы с агитацией и пропагандой. Государство должно защищать право журналистов на свободное выражение мнения и доступ к информации.

- Защита журналистов: Обеспечение безопасности и защиты прав журналистов от преследований, угроз и других форм давления. Это может быть достигнуто через законодательные меры и международные стандарты.

- Независимые редакции и издания: Поддержка независимых редакций и изданий, которые могут работать без вмешательства со стороны власти или других влиятельных структур. Это позволяет журналистам свободно расследовать и освещать различные события и проблемы.

- Объективное освещение событий: Журналисты должны стремиться к объективному освещению событий и предоставлению разносторонних точек зрения. Это помогает обществу получить полную картину происходящего и сформировать собственное мнение.

- Фактчекинг и критический анализ: Развитие культуры фактчекинга и критического анализа информации среди журналистов и общества. Это помогает выявлять ложную информацию и манипуляции.

- Обучение журналистов: Проведение специальных программ обучения для журналистов по этике и профессиональным стандартам. Это помогает повысить качество журналистики и защитить ее от манипуляций.

4. Контрпропаганда

Контрпропаганда представляет собой систему мер и действий, направленных на противодействие агитации и пропаганде, а также на

раскрытие и дискредитацию ложной информации. Вот как это может быть реализовано:

- Фактчекинг и доказательная база: Создание специальных организаций или отделов, которые занимаются проверкой фактов и анализом информации. Эти организации должны предоставлять обществу достоверные данные и факты, опровергая ложные утверждения.

- Раскрытие методов манипуляции: Проведение информационных кампаний о методах манипуляции и техниках пропаганды. Это помогает повысить осведомленность общества о возможных приемах манипуляции и сделать их менее уязвимыми.

- Контроль за дезинформацией: Реагирование на распространение ложной информации с помощью быстрых и эффективных мер. Это может включать в себя опровержение ложных утверждений, обращение к фактам, а также привлечение к ответственности лиц, распространяющих дезинформацию.

- Сотрудничество с медиа: Взаимодействие с независимыми СМИ для разоблачения и освещения случаев пропаганды и манипуляции. Это помогает обеспечить широкое распространение информации о ложной пропаганде и предоставить обществу полную картину.

- Обучение критическому мышлению: Проведение образовательных программ и мероприятий, направленных на развитие навыков критического мышления среди населения. Это помогает гражданам распознавать манипуляции и принимать осознанные решения.

- Международное сотрудничество: Сотрудничество с другими странами и международными организациями для обмена информацией и опытом в борьбе с пропагандой и манипуляцией.

5. Образование и обучение

Образование и обучение играют ключевую роль в борьбе с агитацией и пропагандой, поскольку помогают людям развивать критическое мышление и аналитические навыки. Вот как это может быть реализовано:

- Образовательные программы в школах и университетах: Внедрение образовательных программ, которые включают в себя курсы по медиа-грамотности, критическому мышлению, анализу информации и оценке источников. Это помогает формировать у студентов навыки, необходимые для осознанного взаимодействия с информацией.

- Медиа-грамотность как часть учебного плана: Внедрение медиа-грамотности в учебные планы, чтобы обучать студентов распознавать манипуляции и ложную информацию в СМИ и на интернет-платформах.

- Образовательные кампании и мероприятия: Организация информационных кампаний и мероприятий по повышению осведомленности о методах агитации и пропаганды. Это помогает обучать гражданам, как распознавать манипуляции и защищать себя от них.

- Специализированные тренинги и семинары: Проведение специализированных тренингов и семинаров для журналистов, образователей и общественных деятелей по борьбе с пропагандой и манипуляциями. Это позволяет повысить квалификацию специалистов и улучшить качество образования в целом.

6. Международное сотрудничество

Международное сотрудничество играет важную роль в борьбе с агитацией и пропагандой, поскольку многие формы манипуляции и дезинформации могут иметь международный характер. Вот как это может быть реализовано:

- Обмен информацией и опытом: Сотрудничество с другими странами и международными организациями для обмена информацией и опытом в борьбе с агитацией и пропагандой. Это позволяет использовать лучшие практики и методы, разработанные в других странах, для защиты собственного общества.

- Совместные исследования и аналитика: Проведение совместных исследований и аналитических работ по анализу методов пропаганды и

манипуляции. Это помогает выявлять тренды и паттерны в дезинформации и разрабатывать стратегии для их противодействия.

- Координация действий: Совместное планирование и координация действий по борьбе с агитацией и пропагандой на международном уровне. Это позволяет создать единый фронт в противостоянии манипуляциям и защитить общества от внешних воздействий.

- Дипломатические усилия: Использование дипломатических каналов для обсуждения вопросов информационной безопасности и сотрудничества в борьбе с пропагандой. Это позволяет выстраивать партнерские отношения и укреплять международное сотрудничество в этой области.

- Общие стандарты и принципы: Разработка общих стандартов и принципов в области информационной безопасности и противодействия пропаганде. Это позволяет создать единые правила игры для всех стран и улучшить эффективность борьбы с манипуляциями.

7. Законодательные меры

Законодательные меры играют важную роль в борьбе с агитацией и пропагандой, так как они создают правовую основу для пресечения распространения ложной информации и манипуляций. Вот как это может быть реализовано:

- Законы о дезинформации и манипуляции: Принятие законов, которые запрещают распространение ложной информации и манипуляций в СМИ и интернете. Эти законы могут включать в себя штрафы и другие меры пресечения за нарушение правил информационной безопасности.

- Защита свободы слова и прессы: Разработка законов, которые защищают свободу слова и прессы, при этом борясь с злоупотреблениями и манипуляциями. Это позволяет создать баланс между свободой выражения мнения и защитой общества от вредоносной информации.

- Обязательная прозрачность и отчетность: Введение обязательных требований к прозрачности и отчетности для СМИ и интернет-платформ. Это может включать в себя обязательную маркировку рекламы и платной

информации, а также раскрытие информации о владельцах и источниках финансирования.

- Образовательные программы о законах и правах: Проведение образовательных программ и кампаний о законах и правах в области информационной безопасности. Это помогает обществу понимать свои права и обязанности в информационном пространстве и использовать законодательство для защиты себя от манипуляций.

- Международное сотрудничество в сфере законодательства: Сотрудничество с другими странами для разработки и внедрения международных стандартов и нормативных актов в области информационной безопасности. Это помогает создать общий фронт в борьбе с агитацией и пропагандой на международном уровне.

8. Социальные сети и онлайн-платформы

Социальные сети и онлайн-платформы играют огромную роль в распространении информации, поэтому они имеют большое значение в борьбе с агитацией и пропагандой. Вот как это может быть реализовано:

- Повышение прозрачности алгоритмов: Онлайн-платформы могут сделать свои алгоритмы более прозрачными, чтобы пользователи могли лучше понимать, как формируется их лента новостей и какие материалы им отображаются.

- Борьба с дезинформацией: Социальные сети могут внедрять инструменты для обнаружения и фильтрации ложной информации. Это может включать в себя использование алгоритмов машинного обучения и сотрудничество с фактчекерами.

- Поддержка независимых фактчекеров: Онлайн-платформы могут поддерживать работу независимых фактчекеров и предоставлять им инструменты для эффективного выявления ложной информации и манипуляций.

- Обучение пользователей медиа-грамотности: Социальные сети могут проводить образовательные кампании и обучающие мероприятия для

пользователей о том, как распознавать и предотвращать распространение дезинформации.

- Сотрудничество с академическим сообществом и правительством: Онлайн-платформы могут сотрудничать с академическими и правительственными организациями для разработки и внедрения стратегий борьбы с агитацией и пропагандой.

- Развитие технологических решений: Разработка новых технологических решений, таких как инструменты для обнаружения поддельных аккаунтов и ботов, которые могут использоваться для массового распространения дезинформации.

- Соблюдение законодательства: Онлайн-платформы должны соблюдать законодательство в области информационной безопасности и защиты личных данных, чтобы предотвращать злоупотребления и незаконное распространение информации.

Таким образом, противодействие дезинформации в большей части осуществляется с помощью образовательной работы с населением посредством повышения его медиа-грамотности. Кроме того, развитие методов реализации распространения ложной информации бросают новые вызовы современным СМИ в поле противодействия фейкам. В связи с этим, государству необходимо уделять повышенное внимание финансированию области борьбы с дезинформацией, перенимать опыт дружественных государств и повышать квалификацию экспертов, работающих в этой сфере.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день пропаганда и дезинформация являются наиболее эффективными методами формирования общественного мнения. Иностранные государства активно использовали эти методы для оказания влияния на российское общество посредством популяризации различных оппозиционных блогеров, которые со временем распространяли обильное количество дезинформации и пропаганды и были финансируемы зарубежными компаниями.

Впоследствии с развитием технологий развивались и методы зарубежной пропаганды, распространяемой в социальных сетях. К сожалению, в России не существует на данный момент четкой схемы определения пропагандистского контента для проведения контрагитации. По этой причине оппозиционные настроения имеют некоторую поддержку среди нашего общества. Несмотря на незначительность влияния, оказываемого данной пропагандой, её присутствие выявляет ряд проблем российской контрпропаганды. Прежде всего это её невозможность противопоставить соизмеримый ответ. На данный момент количество оппозиционных блогеров больше, а их контент зачастую качественнее из-за команды зарубежных специалистов, курирующих эти проекты. Медийные личности с пророссийской позицией плохо популяризованы, их контент блокируется на стриминговых платформах, а их деятельность редко спонсируется государством. К тому же, отсутствуют схожие проекты по формированию положительного образа России в сфере зарубежного Интернета.

Продвижением в сфере контрпропаганды можно считать принятие закона об иноагентах и о запрете их финансирования, что существенно снизило возможность таких личностей наживаться за счет оппозиционно настроенных граждан и рекламодателей. Однако даже не смотря на противодействие в экономической сфере, мы все еще отстаем в медийном пространстве, что не позволяет формировать положительный образ нашего

государства не только среди иностранцев, но и зачастую среди наших граждан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Манойло, А. В. Информационные войны и психологические операции. Руководство к действию. : [монография] / А. В., Манойло. – Москва : Горячая линия - Телеком, 2012. – 480 с. – ISBN 978-5-5654328-5-1
2. Funke D. Руководство по борьбе с дезинформацией во всем мире. A guide to anti-misinformation actions around the world. // Poynter: [сайт]: – 2018. – URL: <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/> (дата обращения: 20.01.2024).
3. #KnowNews – это расширение для веб-браузера, разработанное неправительственной организацией Южной Африки Media Monitoring Africa, стремящейся помочь аудитории определить, содержит ли сайт, который она просматривает, достоверные новости. // интернет-магазин chrome. [сайт]: 2020. – URL: <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> (дата обращения: 20.01.2024).
4. Проект Оксфордского интернет-института по вычислительной пропаганде. // PROGRAMME ON DEMOCRACY & TECHNOLOGY: [сайт]. – 2019. – 5 января. – URL: <https://demotech.oii.ox.ac.uk/#continue> (дата обращения: 20.01.2024).
5. Впервые избиратель ждал 92 года, чтобы встретиться с Трампом... то, что произошло дальше, УДИВИТЕЛЬНО! // The Political Insider: – 2022. – 4 декабря. – URL: <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> (дата обращения: 20.01.2024).
6. Правда ли президентская кампания Макрона во Франции финансировалась Саудовской Аравией? Нет // Global Voices: [сайт]. – 2021. – 6 декабря. – URL: <https://ru.globalvoices.org/2017/04/26/60000/> (дата обращения: 10.02.2024).

7. Эммануэль Макрон открыл оффшорный счет? // CrossCheck: [сайт]. – 2018. – URL: <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> (дата обращения: 10.02.2024).
8. Одним из примеров был слух о том, что мусульмане в Великобритании праздновали нападение. Это опроверг проект CrossCheck // CrossCheck: [сайт]. – 2018. – URL: <https://crosscheck.firstdraftnews.org/> (дата обращения: 10.02.2024).
9. Supporting independent media in the Baltics // Zinc Network [сайт]. – 2016. – URL: <https://zincnetwork.com/old-work/supporting-independent-media-in-the-baltics/> (дата обращения: 10.02.2024).
10. Расследование о ботоферме ФБК // Гугл Диск [сайт]. – 2024. – URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1EV7OaBB3yfn7iT0oDGsOsmD29M> (дата обращения: 10.04.2024)
11. Mahairas A., Disinformation–Дезинформация (Dezinformatsiya) / A. Mahairas, M. Dvilyanski // The cyber defense review. – 2018. – Т. 3. – №. 3. – С. 21-28.
12. Алексеев, А. П. Информационная война в информационном обществе / А. П. Алексеев, И. Ю. Алексеева // Вопросы философии. – 2016. – №. 11. – С. 25-29.
13. Гончаров, Д. К. Информационные технологии информационной войны / Д. К. Гончаров, С. Н. Григорьева // Modern Science. – 2020. – №. 7-1. – С. 281-285.
14. Данилова, М. И. Информационная война как реальность / М. И. Данилова // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – №. 3. – С. 261-285.
15. Дементьева, К. В. Информационная война и социальная ответственность журналистов / К. В. Дементьева // Журналистский ежегодник. – 2014. – №. 3. – С. 35-49.

16. Иванов, С. А. Информационная война: сущность и основные формы проявления / С. А. Иванов // Известия Алтайского государственного университета. – 2013. – Т. 2. – №. 4 (80). – С. 85-99.

17. Концепция Конвенции ООН об обеспечении международной информационной безопасности. // Национальная ассоциация международной информационной безопасности: [сайт]. – 2018. – URL: <https://namib.online/osnovnye-dokumenty-strategicheskogo-planirovaniya-po-mib/>. (дата обращения: 10.04.2024).

18. Макаров, В. Е. Политические и социальные аспекты информационной безопасности : [монография] / В. Е. Макаров. – Ростовская область, г. Таганрог : Изд-во РГСУ, 2015. – 346 с. – ISBN 978-5-9906281-5-1

19. Манойло, А. В. " Дело Скрипалей" как операция информационной войны / А. В. Манойло // Вестник Московского государственного областного университета. – 2019. – №. 1. – С. 96-109.

20. Манойло, А. В. Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта / А. В. Манойло // Киев: Материалы V Международной научно-практической конференции «Информационные технологии и безопасность», вып. – 2005. – №. 8. – С. 73-80.

21. Манойло, А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны : [монография] / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. – 3-е издание, стереотипное. – Москва : Горячая линия - Телеком, 2012. – 542 с. – ISBN 978-5-5803481-5-3

22. Михеев, Е. А. Дезинформация в социальных сетях: состояние и перспективы психологических исследований / Е. А. Михеев, Т. А. Нестик // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. – 2017. – С. 2021-2030.

23. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности. // Национальная ассоциация международной информационной безопасности: [сайт]. – 2018. –

URL: <https://namib.online/osnovnye-dokumenty-strategicheskogo-planirovaniija-ro-mib/> (дата обращения: 10.02.2024).

24. Почепцов, Г. Г. Информационная война: определения и базовые понятия / Г. Г. Почепцов // ЗИМОВА ШКОЛА ИМВ-2014. – 2014. – С. 4-10.

25. Противодействие использованию информационно-коммуникационных технологий в преступных целях (Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН А/74/247 от 27 декабря 2019 года). // Национальная ассоциация международной информационной безопасности: [сайт]. – 2018. – URL: <https://namib.online/osnovnye-dokumenty-strategicheskogo-planirovaniija-ro-mib/> (дата обращения: 10.02.2024).

26. Расторгуев, С. П. Информационная война как целенаправленное информационное воздействие информационных систем / С. П. Расторгуев // Информационное общество. – 1997. – №. 1. – С. 64-66.

27. Соловей, В. Д. Информационная война и медиаманипулирование: что, почему, кто / В. Д. Соловей // Российская школа связей с общественностью. – 2015. – №. 6. – С. 148-164.

28. УК РФ Статья 207.1. Публичное распространение заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». // [сайт]. – 2018. – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.02.2024).

29. Указ Президента Российской Федерации Об утверждении информационной безопасности Российской Федерации. // Национальная ассоциация международной информационной безопасности: [сайт]. – 2018. – URL: <https://namib.online/osnovnye-dokumenty-strategicheskogo-planirovaniija-ro-mib/> (дата обращения: 10.02.2024).

30. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 02.07.2021) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2021) Статья 15.3. Порядок ограничения доступа к информации, распространяемой с нарушением закона //

Справочная правовая система «КонсультантПлюс». // [сайт]. – 2018. – URL:
<http://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.02.2024).

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Юридический институт

кафедра международного права

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Т.Ю. Сидорова

подпись инициалы, фамилия

«23»  2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

41.03.05. Международные отношения

Использование дезинформации и агитации: влияние на образ государства в
контексте международных отношений

Руководитель

 08.05.2024
подпись, дата

доцент, к.ю.н

должность, ученая степень

Э.А. Павельева

инициалы, фамилия

Выпускник

 8.05.2024
подпись, дата

А.А. Нечаев

инициалы, фамилия

Красноярск 2024