

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-1-128-134
УДК 32.019.52(045)

Политико-психологические вызовы информационной войны против российского государства в условиях специальной военной операции*

А.А. Вилкова, К.Г. Сулагаева
Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются политико-психологические вызовы в современной информационной среде, направленные российскому государству со стороны коллективного Запада, которые авторы делят на три группы (неэффективная коммуникация с разными аудиториями, ограниченность российских СМИ, кризис образа мира России в сознании граждан РФ). В работе выделены основные проблемы российского общества в информационной войне, препятствующие совершенствованию информационных навыков применения политико-психологических механизмов воздействия на целевые аудитории. Отмечается важность данных вызовов на современном этапе и необходимость улучшения всей российской системы управления информационными ресурсами на уровне страны и в мировом масштабе.

Ключевые слова: политико-психологические вызовы; информационная война; политическая коммуникация; образ мира

Для цитирования: Вилкова А.А., Сулагаева К.Г. Политико-психологические вызовы информационной войны против российского государства в условиях специальной военной операции. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2023;13(1):128-134. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-1-128-134

ORIGINAL PAPER

Political-Psychological Challenges of the Information War against the Russian State in the Conditions of a Special Military Operation**

A.A. Vilkova, K.G. Sulagaeva
Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article deals with the political-psychological challenges from the collective West directed at the Russian state in the modern information environment, and which the authors divide into three groups (ineffective communication with different audiences, the limitations of the Russian media, the crisis of the image of the Russian world in the minds of citizens of the Russian Federation). The authors have identified the main problems of Russian society in the information war that hinder the improvement of information skills in the use of political and psychological mechanisms of influence on target audiences, highlighted in the article. The importance of these challenges at the present stage and the need to improve the entire Russian information resource management system at the national and global level are noted.

Keywords: political-psychological challenges; information war; political communication; image of the world

For citation: Vilkova A.A., Sulagaeva K.G. Political-psychological challenges of the information war against the Russian state in the conditions of a special military operation. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2023;13(1):128-134. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-1-128-134

* Исследование выполнено в Институте научной информации по общественным наукам РАН в рамках проекта «122101100022-4 – Возможности формирования мировоззрения в разных возрастных группах» при поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Экспертного института социальных исследований.

** The research was carried out at the Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences within the framework of the project “122101100022-4 – Opportunities for the formation of a worldview in different age groups” with the support of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation and the Expert Institute of Social Research.

В наше время происходит отказ от классической модели ведения открытой войны с применением вооруженной техники и силы военных в пользу информационно-психологической конфронтации. В.В. Путин отметил: «Глобальное информационное пространство сегодня сотрясают войны. Агрессивно навязывается единственно правильная точка зрения и трактовка событий, подтасовываются и замалчиваются определенные факты». В связи с этим трансформируется образ мира, влияющего на массовую политическую коммуникацию. Противостояние России и коллективного Запада после распада СССР перешло в виртуальную реальность, которая стала основой для использования новых методов борьбы, включающих воздействие на массовое сознание, культуру и традиции. Информационное давление на нашу страну со стороны западного сообщества усилилось с февраля 2022 г., когда началась специальная военная операция. Исходя из этого, российской стороне для защиты национальных интересов важно справляться с вызовами и иметь понимание проблемы для ее прогнозирования, устранения и профилактики в информационной среде.

В данной работе мы постараемся определить основные политико-психологические вызовы информационной войны против российского государства в рамках специальной военной операции. Пронаблюдав тональность и динамику информационных сообщений пророссийского и антироссийского дискурса в социальных сетях (преимущественно Telegram, ВКонтакте) и других информационных платформах (новостных сайтах), можно выделить три основные группы политико-психологических вызовов информационной войны. Для начала обратимся к их методологическому обоснованию.

Первая группа вызовов, *связанных с установками и стереотипами разных аудиторий*, была проанализирована на основе нескольких теорий.

В соответствии с теорией установок советского философа и психолога Д. Узнадзе поведению человека предшествует психологическое состояние, связанное с готовностью реагировать определенным образом на объекты действительности и на информацию о них, исходя из социокультурного опыта [1]. Российский социолог В. Ядов подчеркивал регулятивную роль установки в социальном поведении личности [2]. Американский психолог Г. Олпорт также считал, что установка является

детерминантом действий субъекта [3]. Из этого следует, что установки формируются на основе готовой продукции средств массовой информации и сети Интернет и становятся механизмом, определяющим поведенческие акты людей.

Кроме того, восприятие информации в процессе политической коммуникации происходит с помощью стереотипов, описанных американским журналистом и писателем У. Липпманом в книге «Общественное мнение» [4]. Схожие понятия рассматривал американский психолог Г. Олпорт в своей книге «Природа предрассудков», где он выделял формирование предвзятых «картинок в голове».

Вторая группа вызовов, *затрагивающих ограниченность влияния российских СМИ на мировую информационно-политическую повестку*, была рассмотрена посредством анализа работ нескольких авторов.

Ранее упомянутый У. Липпман в своей работе «Общественное мнение» сформулировал тезис о том, что основная часть мира находится вне человеческой досягаемости. В связи с этим СМИ предоставляют только те сведения, которые человек способен верифицировать. Пользуясь технологией создания собственной повестки дня, СМИ имеют большие возможности по созданию своей псевдореальности [4].

Следующий способ влияния СМИ касается применения механизма подражания с использованием идеального образца и авторитета. По мнению П. Лазарсфельда и Р. Мертона, «функция присвоения статуса наиболее ярко проявляется, когда в ходе рекламы используются рекомендации или заявления известных людей» [5]. Таким образом, статус приводит к повышению престижа информации в сознании широких народных масс. Согласно концепции действия психологического механизма эмоционального заражения Г. Лебона толпа обладает «общим разумом», способствующим возникновению стадного чувства [6].

Третья группа вызовов, *возникающих в связи с кризисом и неполноценностью образа мира россиян*, была выделена на основе концепции российского психолога А.Н. Леонтьева [7]. По его мнению, образ мира конструирует социальную реальность человека, в которой усваивается и допускается только та информация, которая может вписаться в уже существующую картину мира. Иначе она будет отвергнута человеком или обществом в связи с несоответствием устоявшимся социальным представлениям, о чем более

подробно говорил французский социальный психолог С. Московичи [5].

Одной из составляющих образа мира, согласно концепции столкновения цивилизаций С. Хантингтона, является система образов «своих» и «чужих», основанная на приписывании им каждой группе определенных свойств [8]. В рамках этой теории швейцарский психиатр К.Г. Юнг говорил о формировании образа врага в контексте выстраивания отношений через «мы» и «они» [9].

Концепция социальной аномии, предложенная французским социологом и философом Э. Дюркгеймом, приводит к социокультурному кризису, теоретико-методологические основания которого описаны известным российским политическим психологом Т.В. Евгеньевой [5].

Подытожим обзор выбранных авторов и теорий еще одной работой американского политолога, специализирующегося на изучении общественного мнения, Д. Цаллера [11]. В своей книге он выделяет модель, содержащую четыре аксиомы о восприятии политической информации: А1 — аксиома восприятия, А2 — аксиома сопротивления, А3 — аксиома доступности, А4 — аксиома реакции. На основе данных аксиом мы проанализировали информацию и реакцию на нее в виртуальном мире в виде комментариев, постов в социальных сетях, новых исследований и статей по актуальной теме и другой активности, порожденной информационной войной, и выделили политико-психологические вызовы российскому обществу. Перейдем к их рассмотрению.

ПЕРВАЯ ГРУППА ВЫЗОВОВ, СВЯЗАННЫХ С УСТАНОВКАМИ И СТЕРЕОТИПАМИ РАЗНЫХ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ

- Граждане РФ (1).
- Граждане РФ, мобилизованные в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 21.09.2022 № 647 «Об объявлении частичной мобилизации в Российской Федерации» (2).
- Участники СВО на стороне России (3).
- Молодежь России (4).
- Граждане присоединенных территорий (некоторые районы ДНР и ДНР, Херсонская и Запорожская область) (5).
- Потенциальные союзники России (страны Азии, страны Африки, страны Ближнего Востока) (6).

- Граждане СНГ (Азербайджанская Республика, Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Республика Молдова, Республика Таджикистан, Республика Узбекистан) (7).

- Граждане Украины (8).
- Граждане стран Запада (9).

1. Граждане РФ ограничены информационным полем традиционных российских СМИ, которое с началом СВО оказалось хрупким и не готовым противостоять антироссийским лозунгам со стороны западных СМИ, что породило деструктивные явления: массовую миграцию, митинги и возникновение фейков, вносящих разобщение в целостность российского народа. В связи с этим появляется вызов, связанный с усилением недовольства и недоверия граждан РФ действиям политической элиты на фоне дискурса западного сообщества в сети Интернет, например о просчетах главнокомандующих российской армии, по причине которых произошли значительные военные потери.

2. Мобилизованные граждане были охвачены беспокойством, вызванным Указом Президента РФ от 21.09.2022 № 647 «Об объявлении частичной мобилизации в Российской Федерации». Это объясняется тем, что после видеообращения В.В. Путина 21 сентября 2022 г. общий уровень тревоги в стране, по опросу ФОМа, увеличился с 35 до 69%. Вызов связан с психологическим состоянием призванных в рамках частичной мобилизации граждан и их близкого круга людей.

3. Российская армия, как социальная группа, осуществляющая боевые действия на российско-украинских границах, от психологических установок которой зависит эффективность исполнения военных приказов, находясь в «горячих точках», сталкивается с противоречащим российской позиции украинским информационным полем. В связи с этим существует вызов, связанный с неустойчивостью позитивных установок о политике России, могуществе государства. Это может стать основанием для демотивации солдат в достижении целей, поставленных Верховным главнокомандующим Вооруженными силами РФ.

4. Социализация российской молодежи происходила после 1990-х гг. Из этого следует, что в сознании молодого поколения отсутствуют советские нарративы и не выражена самоидентификация с народами СССР, как у граждан старшего поколения. Другими словами, в политической картине мира молодежи РФ Украина является

отдельным самостоятельным государством, не имеющим с Россией общих традиций, культуры и ценностей. Вызов связан с тем, что молодежь России не ощущает значимость миротворческой миссии по ликвидации нацистского режима на Украине и освобождения братского народа от давления со стороны украинских националистов. Это приводит к уклонению от мобилизации, снижению доверия к действиям российской власти и непониманию целей и причин СВО.

5. Граждане некоторых районов ДНР, ЛНР, Херсонской и Запорожской областей на протяжении 8 лет находятся под воздействием двух информационных повесток: пророссийской и антироссийской. Вызов состоит в том, что у граждан присоединенных территорий под давлением украинских СМИ может сформироваться устойчивый стереотип о том, что Россия вторглась на территорию Украины, начав войну, и укрепиться установка «Россия — агрессор». Это спровоцирует усиление страха и недоверия по отношению к политике России.

6. Потенциальные союзники прикладывают усилия для создания в информационном пространстве рамок, ограничивающих радикальные антироссийские настроения. Однако при недостаточной деятельности российских посольств в данных странах существует вызов, связанный с укреплением в сознании граждан мнения о России как агрессоре и с доминированием негативных установок по отношению к действиям РФ на мировой арене.

7. Страны СНГ, ранее входившие в состав СССР, находятся в неопределенном положении между Россией, отстаивающей статус СВО как миротворческой миссии, и западными странами, продвигающими позицию антироссийского характера с акцентом на узурпаторскую политику РФ в отношении Украины. Другими словами, деятельность западных СМИ вносит в информационное поле СНГ дискурс об империалистских и захватнических действиях российской элиты, направленных на возвращение контроля над странами бывшего Советского Союза. Это провоцирует дихотомию мнений в странах СНГ относительно политического курса России как «агрессора» и как «спасителя». В связи с этим вызов заключается в снижении доверия стран бывшего СССР к России из-за боязни потери своего суверенитета.

8. Граждане Украины еще с 2014 г. находятся под влиянием антироссийской пропаганды на

основе переписывания истории и дерусификации. К тому же с 24 февраля пророссийские информационные службы не смогли сформировать в сознании украинского общества образ российской армии как освободительной силы и убедить его в миротворческих целях и задачах СВО. Вызов возникает на почве отсутствия солидарности и миролюбивых настроений граждан Украины и доминирования ненавистнических установок по отношению к исторически братскому русскому народу из-за укоренения устойчивого образа России как «империи зла», «врага» и «агрессора».

9. Страны Запада погружены в виртуальное пространство глобальных СМИ, финансируемых и управляемых США, которые распространяют ненавистнические и враждебные настроения по отношению к России, стремясь изолировать ее от мирового сообщества, уничтожить доверие к ней и укрепить образ «Россия — агрессор», представляющий ядерную угрозу всему человечеству. Вследствие этого складываются устойчивые негативные установки и стереотипы в отношении России, которые ежедневно подкрепляются новостной повесткой. Другими словами, вызов говорит о формировании монолитного антироссийского консенсуса у европейской аудитории, где правда — на украинской стороне.

ВТОРАЯ ГРУППА ВЫЗОВОВ: ИНФОРМАЦИОННАЯ БЛОКАДА РОССИИ, ПРИ КОТОРОЙ РОССИЙСКИЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ НЕ ВЛИЯЮТ НА МИРОВУЮ ИНФОРМАЦИОННО- ПОЛИТИЧЕСКУЮ ПОВЕСТКУ

- Односторонность влияния российских СМИ (1).
- Отсутствие отечественных платформ в сети Интернет (2).
- Вызов, связанный с уровнем подготовки журналистов и технологий работы в России (3).
- Отсутствие мотивационных видео со стороны российских политиков (4).
- Низкий процент поддержки СВО со стороны лидеров общественного мнения среди молодежи (5).

1. Односторонность российских СМИ, охватывающих преимущественно аудиторию граждан РФ, создает предпосылки для возникновения «информационных пробелов» у других целевых аудиторий, что ограничивает российскому государству возможность влияния на мировоззренческие установки людей с антироссийски-

ми настроениями и «плавающей» позицией по отношению к СВО. Данная проблема снижает вероятность донесения своей позиции мировому сообществу.

2. Отсутствие в сети Интернет отечественных платформ, пользующихся популярностью и имеющих авторитет на международном уровне, ограничивает РФ способность формирования собственной информационной повестки относительно СВО на глобальном уровне. В то же время западные платформы цензурируют и блокируют контент пророссийского характера, препятствуя распространению позиции России в мировом информационном пространстве.

3. Уровень подготовки журналистов и технологий работы в России не способствует тому, чтобы своевременно отвечать социальным потребностям в знании актуальной повестки о СВО и эффективно противостоять западным СМИ. Из-за этого возникают информационные пустоты, дающие почву для появления фейков с антироссийской коннотацией, которые с помощью механизма «сарафанного радио» с большой скоростью распространяются в пабликах в сети Интернет.

4. Отсутствие мотивационных видео, которые могли бы не только создать стимул к необходимым действиям для консолидации общества, но и объяснить причины и цели действий политической элиты РФ в условиях СВО. На фоне активно выступающего президента Украины В. А. Зеленского и украинского политика А. Н. Арестовича редкие выступления В. В. Путина и сухой рапорт российского генерал-лейтенанта И. Е. Канашенкова не имеют масштабного эффекта «эмоционального заражения» патриотическими настроениями российского общества и массово не побуждают людей к защите своей страны и отстаиванию ее суверенных интересов.

5. Вызов, связанный с низким процентом поддержки СВО со стороны лидеров общественного мнения среди молодежи. Согласно исследованию среди кумиров молодежи 42% не поддерживают СВО, 39% предпочитают не высказываться на эту тему и только 10% выступают за спецоперацию. То есть лидеров общественного мнения, выступающих «против», практически в 4 раза больше, чем тех, кто выступает «за». Таким образом, вокруг кумиров формируется информационное пространство, напрямую противоречащее федеральной повестке и закладывающее негативные установки по отношению к действиям российского государства. Это создает барьеры

к распространению патриотических настроений среди молодежи.

ТРЕТЬЯ ГРУППА ВЫЗОВОВ, ВОЗНИКАЮЩИХ В СВЯЗИ С КРИЗИСОМ И НЕПОЛНОЦЕННОСТЬЮ ОБРАЗА МИРА РОССИЯН

- Неустойчивость образа мира в сознании российского общества (1).
- Отсутствие продуктов массовой культуры, надежно защищающих политическую картину мира граждан России (2).
- Эскалация социокультурного кризиса (3).
- Усиление влияния на российское общество такого явления, как социальная аномия (4).
- Отсутствие четкого образа противника (5).

1. Фактор неполноценности образа мира, сохраняющего национально-государственную идентичность и целостность российской нации, позволяет антироссийской информации легко вписаться в существующие политические представления об окружающей действительности. Важность доминирования у большинства общего образа мира объясняется уникальной способностью этого фактора объединять миллионы людей, создавая «щит» против ложной информации.

2. Вызов, связанный с недостатком продукции массовой культуры, надежно защищающей политический образ мира граждан России. Это создает преграды для понимания миссии русского народа в мировой истории, его суверенных интересов, традиций и т. д.

3. Эскалация социокультурного кризиса началась в 90-е гг. XX в. с распадом СССР, когда размывание социалистических и коммунистических идеалов привело к появлению новых смыслов, оправдывающих случившиеся в стране социально-экономические и политические преобразования и определивших новые ориентиры. В результате российскому обществу были искусственно навязаны капиталистические идеалы, которые по сей день являются основой образа жизни российских граждан. Столкновение исконно русских и либеральных ценностей порождают кризис идентичности, в соответствии с которым человек теряет связь между «я» и «социальным я» и не понимает, каким идеалам следовать.

4. Вызов, возникающий в связи с распространением отмены русской культуры и усилением влияния на российское общество социальной аномии. В рамках западных образовательных программ переписывается история нашей страны,

подвергается сомнению достижения советского периода и роль России в победе над фашизмом в 1945 г. Регулярная политика культуры отмены в отношении российского общества со стороны США и блока НАТО направлена на культивирование ненависти между русским и украинским народами.

5. Одна из основных задач образа мира — формирование конкретной и непротиворечивой системы образов «своей» и «чужой» общности, основанной на приписывании им определенных свойств. Текущая напряженная ситуация в стране не дает информационную конкретику феномена «мы-они», образа врага и приводит к деформированным установкам и двойным стандартам в оценке своих и чужих действий.

Таким образом, в период специальной военной операции перед российским обществом встали новые политико-психологические вызовы информационной войны, направленные против российского государства, которые требуют комплексного решения, отвечающего современным

технологиям [13]. Первая группа вызовов указывает на необходимость тщательно учитывать специфические черты каждой целевой аудитории с целью успешного воздействия на них при помощи политико-психологических механизмов, обеспечивающих необходимую реакцию на информационные поводы. Вторая группа вызовов продемонстрировала важность корректировки государственной информационной политики России для ее соответствия актуальной повестке и продвижения пророссийской позиции с помощью современных технологий в рамках мирового информационного пространства. Наконец, третья группа вызовов выявила существование «плавающей» политической позиции российского общества, нуждающейся в обновлении и укреплении. Россия борется на Украине с агрессивным коллективным Западом, и в этих условиях необходимо мобилизовать все интеллектуальные и материальные ресурсы для спасения российского народа и сохранения суверенитета и независимости России.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Узнадзе Д.Н. Теория установки. М.: Институт практической психологии; Воронеж: МОДЭК; 1997. 260 с.
2. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности. Методологические проблемы социальной психологии. М.: ДЛНР; 1975. 21 с.
3. Олпорт Г. Социальные исследования и общественное сознание. Классический вклад в социальную психологию. Нью-Йорк: Изд-во Оксфордского университета; Лондон: Торонто; 1972.
4. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение»; 2004.
5. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации. Учебное пособие. М.: Изд-во Юрайт; 2013. 304 с.
6. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет; 1995. 183 с.
7. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения. М.: Педагогика; 1983.
8. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: ООО «Издательство АСТ»; 1993. 38 с.
9. Юнг К.Г. Архетип и символ. М.: Издательство «Ренессанс»; 1991. 221 с.
10. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. URL: <https://vrn-politstudies.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0134/134389.28ords6d1k.pdf>
11. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. Пер. с англ. М.: Институт Фонда «Общественное мнение»; 2004. 559 с.
12. Нечаев В.Д., Белоконев С.Ю. Цифровая экономика и тенденции политического развития современных обществ. *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2020;13(2):112–133.
13. Белоконев С.Ю., Усманова З.Р. Технологии и компетенции PR & GR в условиях цифровой экономики. М.: КНОРУС; 2018. 260 с.

REFERENCES

1. Uznadze D.N. Installation theory. Moscow: Institute of Practical Psychology; Voronezh: MODEK; 1997. 260 p. (In Russ.).
2. Yadov V.A. On the dispositional regulation of social behavior of the individual. Methodological problems of social psychology. Moscow: DLNR; 1975. 21 p. (In Russ.).
3. Allport G. Social research and public consciousness. A classic contribution to social psychology. New York: Oxford University Press; London: Toronto; 1972. (In Russ.).

4. Lippman U. Public Opinion. Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation; 2004. (In Russ.).
5. Evgenieva T. V., Selezneva A. V. Psychology of mass political communication: Textbook. Moscow: Yurayt Publishing House; 2013. 304 p. (In Russ.).
6. Lebon G. Psychology of peoples and masses. St. Petersburg: Layout; 1995. 183 p. (In Russ.).
7. Leontiev A.N. Selected psychological works. Moscow: Pedagogy; 1983. (In Russ.).
8. Huntington S. Clash of civilizations. Moscow: AST Publishing House; 1993. 38 p. (In Russ.).
9. Jung K. G. Archetype and symbol. Moscow: Renaissance Publishing House; 1991. 221p. (In Russ.).
10. Durkheim E. On the division of social labor. URL: <https://vrn-politstudies.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0134/134389.28ords6d1k.pdf> (In Russ.).
11. Zaller J. The origin and nature of public opinion. Trans. from Eng. Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation; 2004. 559 p. (In Russ.).
12. Nechaev V.D., Belokonev S. Yu. Digital economy and trends in the political development of modern societies. *Contours of global transformations: politics, economics, law*. 2020;13(2):112–133. (In Russ.).
13. Belokonev S. Yu., Usmanova Z.R. Technologies and competencies of PR & GR in the digital economy. Moscow: KNORUS; 2018. 260 p. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS

Анастасия Артемовна Вилкова — студентка 3-го курса факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Anastasia A. Vilkova — 3rd year student of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-5280-8314>

viilkova@mail.ru

Карина Геннадьевна Сулагаева — студентка 3-го курса факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Karina G. Sulagaeva — 3rd year student of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0003-1290-535>

k_sulagaeva@mail.ru

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The authors have no conflicts of interest to declare

Статья поступила 27.10.2022; принята к публикации 25.11.2022.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article was received on 27.10.2022; accepted for publication on 25.11.2022.

The authors read and approved the final version of the manuscript.