

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-13-19
УДК 159.9.072(045)

Влияние распространения недостоверной информации в социальных сетях на настроения студенческой молодежи

К.С. Войнич

Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы распространения недостоверной информации в социальных сетях и ее воздействия на настроения студенческой молодежи. На основе анализа существующих подходов к исследованию информационного влияния на общественные настроения определены основные тенденции в формировании сознания молодого поколения. В результате исследования выявлено, что высшие учебные заведения принимают недостаточное участие в противодействии фейковой информации в сети Интернет и обеспечении развития цифровой грамотности молодежи, в соответствии с чем автором разработан ряд практических рекомендаций.

Ключевые слова: недостоверная информация; манипуляция сознанием; настроения молодежи; социальные сети; фейки; цифровая грамотность

Для цитирования: Войнич К.С. Влияние распространения недостоверной информации в социальных сетях на настроения студенческой молодежи. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2024;14(3):13-19. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-13-19

ORIGINAL PAPER

The Influence of the Dissemination of Fake Information on Social Networks on the Minds of Student Youth

K.S. Voynich

Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article discusses the issues of misinformation dissemination on social media and its impact on student views. Based on the analysis of current approaches to studying information influence on public opinion, the main trends in shaping the consciousness of the younger generation have been identified. As a result of this study, it has been revealed that higher education institutions are not sufficiently involved in counteracting fake information on the internet and promoting digital literacy among young people. In response to this, the author has developed several practical recommendations.

Keywords: inaccurate information; manipulation of consciousness; youth moods; social media; fakes; digital literacy

For citation: Voynich K.S. The influence of the dissemination of fake information on social networks on the minds of student youth. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2024;14(3):13-19. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-13-19

В условиях новой информационной реальности и текущей геополитической ситуации особо значимой стала проблема манипуляции сознанием в интернет-пространстве, связанная с распространением недостоверной, искаженной информации в социальных сетях. Студенческая молодежь, как наиболее активная, интегрированная в информационную среду и восприимчивая часть населения, в большей степени рискует попасть под влияние «фейковой реальности». Таким образом, остро стоит вопрос удовлетворения потребности молодых людей в получении достоверной информации, касающейся наиболее важных и значимых сторон жизни, а также соблюдения необходимых мер по обеспечению информационной безопасности и пресечению недостоверных сообщений. Все это влечет за собой необходимость детального изучения феномена недостоверной информации и его роли в формировании настроений молодежи как индикатора общественных настроений в целом.

Согласно аналитике АНО «Диалог Регионы», с начала 2023 г. в интернете зафиксировано 3 тыс. уникальных недостоверных сообщений и более 8 млн случаев их распространения. Предполагается, что в 2024 г. число уникальных фейков возрастет до 4,5 тыс., а количество их копий — до 15 млн. Наибольшее количество фейковых сообщений наблюдается в социальных сетях «Вконтакте», «Одноклассники» и «Телеграм».

Широкое распространение недостоверных сведений в социальных сетях обусловлено тем, что сегодня они используются не только в качестве инструмента коммуникации, но и как один из основных способов поиска информации, в том числе новостного характера. По данным ВЦИОМ, среди жителей России вторым по популярности источником получения новостей об экономике и общественно-политической жизни страны являются именно социальные сети и блоги в сети Интернет — им отдают предпочтение 21% всех опрошенных респондентов и 35–45% молодежи.

Кроме того, правом на публикацию в социальных сетях обладают не только официально зарегистрированные СМИ или лидеры общественного мнения, но и любой пользователь. Это в значительной степени увеличивает количество фейковых сообщений и затрудняет процесс выявления недостоверной информации. По сравнению с достоверными, фейковые новости получают более масштабное и быстрое распространение.

Искаженные сообщения не только легче воспринимаются и запоминаются аудиторией, но и постоянно воспроизводятся с помощью «лайков» и «репостов», т.е. вторичной публикацией и положительной оценкой [1].

Наряду со значительным ростом объемов распространения недостоверной информации произошла и ее существенная трансформация, связанная с развитием информационно-коммуникационных технологий. Например, все чаще в целях искажения данных применяются дипфейки, сущность которых заключается в создании или замене элементов изображения, видео или аудио посредством искусственного интеллекта и нейронных связей. Как следствие, значительно затрудняется возможность определения достоверности контента даже экспертным сообществом.

Существует несколько основных подходов к определению понятия недостоверной информации. Так, согласно Федеральному закону от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»¹, это такой вид информации, которая распространяется под видом достоверных сообщений, «создает угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности». Кроме того, 4 марта 2022 г. вступил в силу «Закон о фейках» или «Закон о военной цензуре» (№ 32-ФЗ)², в котором не только конкретизировано понятие недостоверной информации, но и предусмотрено установление уголовной ответственности за публичные действия, направленные на дискредитацию использования Вооруженных Сил РФ и подрыв их авторитета. В научном сообществе природа недостоверной или фейковой информации рассматривается в тесной связи с «информационной мистификацией». Согласно утверждению научного сотрудника РАНХиГС О.Е. Головацкой, данные понятия чаще всего употребляются в качестве синонимов в медиапространстве [2]. Эта гипотеза находит отражение и в работах О.С. Иссерс, где подчеркивается равнозначность смыслового значения терминов [3]. Отмечается, что «фейк» (от англ. fake — фальсификация, подлог) охваты-

¹ URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/

² URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Федеральный_закон_№_32-ФЗ_2022_года

вает различные случаи мистификации и в широком смысле означает подделку, выдаваемую за реальную вещь, факт, информацию и пр.

В современных медиа активно употребляется еще один термин — «фейк-ньюз» (фейковые новости). Определение данного понятия в 2018 г. сформулировала Комиссия Общественной палаты РФ по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций — под ним было решено подразумевать информационную мистификацию или преднамеренное распространение дезинформации в традиционных СМИ и социальных сетях с целью введения в заблуждение для получения финансовой или политической выгоды.

Таким образом, создание фальшивой публикации должно быть преднамеренным. Фальсификацию сведений в результате случайно допущенной автором ошибки нельзя в полной мере отнести к фейкам. Однако большинство исследователей чаще всего используют данное понятие применительно ко всему ложному контенту.

Подобная информация недостоверного характера существенно влияет на население, деформируя его социально-психологическое состояние, способствуя возникновению иррационального необоснованного страха и повышению уровня тревожности, а также дестабилизируя жизнь общества в целом. Происходит культивация межэтнической розни, социальной напряженности и конфликтогенного потенциала, разрушается социальное здоровье населения [4, с. 583]. Как отмечает Н. М. Кузнецов, фейки трансформировались в определенный контент, который является неотъемлемой частью современных медиа и способствует кардинальному изменению политического мировоззрения общества [5, с. 77]. Вследствие этого возникает трансформация общественного сознания.

Молодежь, как наиболее восприимчивая и отзывчивая к любым инновациям социальная группа, в значительной степени рискует быть подверженной ценностно-мировоззренческим переориентациям, попав под воздействие недостоверной информации. Условия глобального развития информационных технологий способствуют открытию новых коммуникационных форм, обеспечивающих самоактуализацию, социализацию и интеграцию нового поколения. Однако наряду с преимуществами у информатизации есть и слабая сторона, заключающая-

ся в подрыве духовного состояния молодежи и снижении уровня ее социального здоровья. По мнению В. Н. Власовой [6, с. 18], молодые люди легко поддаются влиянию социальных сетей, сталкиваясь с явлением сетевого индивидуализма. В настоящее время наблюдается меньшая значимость общественных институтов в формировании молодежных настроений [7], а социальные сети отнимают столько времени, что порой вытесняют семью, образование и другие сферы жизни.

Сегодня в информационной среде активно осуществляется деятельность по работе с ценностями молодых людей посредством когнитивных искажений, маркетинговых технологий рекламы, продвижения определенного контента. Это приводит к успешному формированию у молодежи новых установок и стратегий поведения: негативному отношению к табуированию чего-либо, ассоциированию менторства взрослого поколения с токсичностью и пр. Ситуация усложняется трудностями при передаче опыта: взрослая часть населения в большинстве своем не отличается высоким уровнем владения гаджетами и не следит за молодежными информационными трендами.

Ю. В. Мигунова отмечает, что молодежная система ценностей подвергается негативному воздействию, а информационный фон массовых медиа приводит к возникновению «цифрового гедонизма», определяющегося не только стремлением молодых людей получить удовольствие и личные преимущества от нахождения в виртуальной среде, но и мировоззрением, характеризующимся утратой интереса к реальности во всех ее проявлениях [8, с. 51].

Общие направления влияния медиaprостранства на сознание молодежи в ходе своего исследования определили социологи РАН М. К. Горшков и Ф. Э. Шереги [9]:

- информационное воздействие на молодежь характеризуется переходом от массового к индивидуализированному типу;
- избирательность приходит на смену возможностям традиционных СМИ в директивном порядке предопределять направление и содержание информационных сообщений, адресованных молодежи как пассивному объекту влияния. В таком случае коммуникация определяется прежде всего потребителем, а не источником информации. Другими словами, сознание молодых людей трансформируется:

пассивное восприятие сменяется активным, направленным на осуществление информационного выбора; в то же время традиционные СМИ и социальные сети становятся агентом удовлетворения информационного запроса молодежи;

- отмечается рост степени информационной свободы, что обусловлено развитием и распространением ИТ-технологий: сети Интернет, смартфонов, планшетов и иных носителей информации.

Исходя из данных положений, ученые пришли к выводу, что в настоящее время действительно отмечается снижение влияния потенциала институтов государства на мировоззрение молодых людей. Тогда как значимость массовых коммуникаций в процессе формирования сознания, в том числе ценностных установок, социально-политических ориентаций и гражданской позиции, продолжает существенно расти.

В 2022 г. специалистами Центра политических исследований Финансового университета при Правительстве РФ и Всероссийского научно-методического центра «Философия образования» МПГУ было проведено исследование особенностей деструктивного информационного воздействия в социальных медиа на молодежь России [10, с. 12]. В стране был зафиксирован ряд «регионов-мишеней», где оказывается внешнее информационное давление на молодых людей. В зоне влияния иностранных акторов, осуществляющих управление информационным давлением на молодежь в социальных медиа, находились 43 субъекта Российской Федерации. Информационное воздействие ведется посредством разветвленной цифровой инфраструктуры, основную роль в которой выполняют СМИ-иноагенты, иностранные медиа, а также аффилированные с ними лидеры мнений (блогеры).

Представитель Центра политических исследований Финансового университета при Правительстве РФ В.А. Лукушин отметил, что информационные потоки такого давления наполнены фейковыми сведениями и подкреплены манипулятивными практиками — около 60% материалов содержат в себе недостоверные данные или технологии убеждения, воздействующие на молодежное сознание [11, с. 68].

А.С. Огнев конкретизировал, что в качестве мишеней для информационных атак выбирается система ценностей и мотивов молодых людей. Формируются исключительно негативные уста-

новки восприятия представителей государственной власти и существующего политического режима, предлагаются ложные авторитеты. Результаты серии проведенных исследователем экспериментов демонстрируют, что под информационным воздействием четверть участников проявляет неуверенность, скептицизм или пессимистические настроения в отношении будущего России [12, с. 52].

В связи с этим особо актуальной становится проблема идентификации фейковой информации в сети Интернет, что отмечает и генеральный директор ВЦИОМ Валерий Федоров, по словам которого каждый второй россиянин не может отличить достоверную информацию от ложной. Затруднения, связанные с выявлением искаженных сведений, прежде всего вызваны низким уровнем общего показателя информационной грамотности населения и обладания навыками проверки информации. Например, результаты исследования Регионального общественного центра интернет-технологий (РОЦИТ) демонстрируют, что лишь 25% респондентов знакомы с фактчекингом, представляющим собой проверку достоверности сведений в определенном контексте, и только 5% опрошенных знают о российских и иностранных фактчекинговых сервисах.

Отличительной чертой молодежи является ее склонность к завышению уровня собственной медиаграмотности в целом. Молодые люди не обладают профильными навыками в области журналистики и, безусловно, воспринимают информационные источники и оценивают степень их достоверности иначе, чем специалисты СМИ. Большая часть молодежной группы не может отличить государственные информационные агентства от тематических интернет-порталов в социальных сетях, хотя при этом отмечает источник информации в качестве основного критерия соответствия действительности новостного сообщения [13]. Как правило, молодые люди ориентируются на собственные внутренние ощущения и предположения.

Также они не склонны проверять контент в социальных сетях: не осуществляется даже переход по указанной в сообщении ссылке для оценки истинности распространяемой информации, что говорит о низком уровне знаний фактчекинга. Необходимость проверки достоверности сведений возлагается на профессиональных журналистов, вследствие чего возникает вопрос качества

работы медиа, содержания материалов и доверия к информационным структурам в целом.

Отсюда следует, что риски негативных последствий распространения недостоверных сообщений в онлайн-пространстве сегодня особенно высоки. Систематическое внедрение в общественное сознание мифов социально-психологической и социально-политической направленности приводит к рождению идей иллюзорного характера, которые утверждают определенный набор ценностей и норм, воспринимаются, как правило, на веру и не осмысливаются критически [14, с. 215]. Тем самым вытесняется реальная действительность, а возможность существования объективных фактов в принципе подвергается сомнению. Все это усугубляется не полностью сформированным механизмом борьбы с дезинформацией в сети Интернет, в том числе недостаточной ролью учебных заведений в данной деятельности. На таком фоне особенно важным становится развитие у представителей молодежной группы критического мышления, навыков управления окружающим информационным пространством и идентификации достоверных сведений.

Так, с 1 сентября 2024 г. во всех российских школах с 8 по 11 класс будет введен предмет «Основы безопасности и защиты Родины», затрагивающий вопросы информационной безопасности, противодействия фейкам и информационной войне. Однако в отечественных вузах введение подобной практики пока не предусмотрено. НИУ «Высшая школа экономики» и РАНХиГС уже занимаются развитием собственных проектов по противодействию недостоверной информации, но в большинстве университетов и институтов данная деятельность не осуществляется: преподаватели недостаточно осведомлены о самом понятии недостоверной информации и существующих федеральных программах по противодействию ей, а в рамках преподаваемых дисциплин не предусмотрено развитие навыков по работе с фейками у студентов.

В то же время высшие учебные заведения имеют существенный потенциал для реализации необходимых мер по противодействию распространения недостоверной информации в социальных сетях. На период 2022–2023 гг. в России 4,1 млн чел. проходили обучение по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры [15]. Кроме того, в инфраструктуру многих вузов входят подразделения информационно-аналитического

профиля, обеспечивающие координацию работы по сбору, систематизации, анализу и представлению отдельных форм статистического наблюдения, планов и отчетов. Использование ресурсов данных подразделений может в значительной степени повысить эффективность процесса выявления и опровержения недостоверных сообщений и способствовать общему росту уровня цифровой грамотности.

В целях снижения негативного воздействия недостоверной информации на сознание и настроения молодежи целесообразно:

- в рамках преподаваемых в вузах дисциплин (в частности — «Информационные технологии») предусмотреть проведение занятий, направленных на развитие цифровой грамотности и навыков работы с недостоверной информацией в сети Интернет и социальных сетях среди учащихся;
- обеспечить необходимый уровень владения навыками работы с недостоверной информацией у преподавательского состава и иных работников вузов посредством проведения дополнительных профильных курсов повышения квалификации в очных и/или дистанционных форматах;
- на базе учебно-научных социологических лабораторий и иных подразделений высших учебных заведений проводить регулярную оценку навыков работы с недостоверной информацией у преподавателей и студентов;
- задействовать ресурсы управлений информационно-аналитического профиля вузов для обеспечения эффективного использования потенциала профессорско-преподавательского состава в целях противодействия недостоверной информации в сети Интернет и социальных сетях;
- разработать и внедрить систему мотивации профессорско-преподавательского состава, направленную на повышение результативности деятельности вузов по борьбе с дезинформацией, в виде установленного ключевого показателя эффективности (КПЭ) как дополнительного показателя для публикуемых научных статей, представляющего собой количество выявленных фейков с их комментарийной отработкой;
- пресс-службам высших учебных заведений подготовить образовательный контент для внутренних социальных сетей, направленный на повышение общего уровня цифровой грамотности, а также обеспечить публикацию экспертных

комментариев представителей вузов в области противодействия недостоверной информации в ключевых федеральных СМИ на постоянной основе.

Таким образом, проведенный социологический анализ позволяет внести определенный вклад в дальнейшее развитие изучения феномена не-

достоверной информации в социальных сетях и его роли в формировании настроений студенческой молодежи, а также является основой для выработки и реализации предложений по регулированию распространения недостоверных сведений и снижению уровня их воздействия на молодежное сознание.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Козловский Б. Максимальный репост. Как соцсети заставляют нас верить фейковым новостям. М.: Альпина Паблишер; 2018.
2. Головацкая О.Е. Значение и происхождение термина “fake news”. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-i-proishozhdenie-termina-fake-news?ysclid=li3oqks2on486142501>
3. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediafeyki-mezhdu-pravdoy-i-mistifikatsiey?ysclid=li3p2pz3s9779767831>
4. Chikaeva K.S., Gorbunova N.V., Vishnevsky V.A., Fominykh N. Yu., Gluzman Yu.V., Odintsova V.I. Corporate culture of educational organization as a factor of influencing the social health of the Russian student youth. *Revista praxis educacional*. 2019;15(36):583–598. DOI: 10.22481/praxisedu.v15i36.5935
5. Кузнецов Н.М. К вопросу о влиянии фейковых новостей на политическое сознание общества. *Культура и гуманитарные науки в современном мире*. 2019;(1):77–93.
6. Власова В.Н. Информационно-психологическая безопасность личности в информационном обществе. Актуальные проблемы научно-методического обеспечения процесса безопасной жизнедеятельности школьников и студентов в сфере образования: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Ростов-на-Дону: РостГМУ; 2019.
7. Ковров В.В. Фейковая медиареальность в российском обществе как фактор влияния на молодежное сознание. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2022;(4):40–44.
8. Мигунова Ю.В. Особенности влияния виртуального пространства на современную молодежь. *Теория и практика общественного развития*. 2021;(11):51–55.
9. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований: монография. М.: ФНИСЦ РАН; 2020. 688 с.
10. Бродовская Е.В., Лукушин В.А., Парма Р.В., Скларова Н.Ю. Деструктивное информационно-психологическое воздействие на молодежь России в социальных медиа (по материалам круглого стола). *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2023;13(2):12–18.
11. Лукушин В.А. Внешнее информационное давление на российскую молодежь как инструмент глобального противоборства. *Общественные науки и современность*. 2023;(3):68–82.
12. Домбровская А.Ю., Калегина Т.В., Лихачева Э.В., Огнев А.С. Особенности современной когнитивной войны и пути повышения когнитивной безопасности молодежи: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. Махачкала: АЛЕФ; 2023.
13. Зуйкина К.Л., Соколова Д.В. Особенности идентификации фейковых новостей молодежной аудиторией. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-identifikatsii-feykovyh-novostey-molodezhnoy-auditoriey>
14. Радченко Л.Е. Влияние информации на нравственное, психическое здоровье и воспитание подрастающего поколения: материалы Афанасьевских чтений. М.: АНО НИЦ в области организации управления «Содействие»; 2016.
15. Варламова Т.А., Гохберг Л.М., Озерова О.К. Образование в цифрах: краткий статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ; 2023.

REFERENCES

1. Kozlovsky B. 2018. Maximum repost. How social networks make us believe fake news. Moscow: Alpina Publisher; 2018. (In Russ.).
2. Golovatskaya O.E. The meaning and origin of the term “fake news”. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-i-proishozhdenie-termina-fake-news?ysclid=li3oqks2on486142501> (In Russ.).

3. Issers O.S. Media fakes: Between truth and hoax. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediafeyki-mezhdu-pravdoy-i-mistifikatsiy?ysclid=li3p2pz3s9779767831> (In Russ.).
4. Chikaeva K.S., Gorbunova N.V., Vishnevsky V.A., Fominykh N. Yu., Gluzman Yu.V., Odintsova V.I. Corporate culture of educational organization as a factor of influencing the social health of the Russian student youth. *Revista praxis educacional*. 2019;15(36):583–598. DOI: 10.22481/praxisedu.v15i36.5935
5. Kuznetsov N.M. On the issue of the influence of fake news on the political consciousness of society. *Kul'tura i gumanitarnye nauki v sovremennom mire = Culture and humanities in the modern world*. 2019;(1):77–93. (In Russ.).
6. Vlasova V.N. Information-psychological security of the individual in the information society. Actual problems of scientific and methodological support of the process of safe life of schoolchildren and students in the field of education: materials of the All-Russian scientific and practical conference. Rostov-on-Don: RostGMU; 2019. (In Russ.).
7. Kovrov V.V. Fake media reality in Russian society as a factor influencing youth consciousness. *Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki = Humanities, socio-economic and social sciences*. 2022;(4):40–44. (In Russ.).
8. Migunova Yu.V. Features of the influence of virtual space on modern youth. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and practice of social development*. 2021;(11):51–55 (In Russ.).
9. Gorshkov M.K. Youth in the Mirror of Sociology. Towards the Results of Long-Term Research: Monograph. Moscow: FNIS RAN; 2020. 688 p.
10. Brodovskaya E.V., Lukushin V.A., Parma R.V., Sklyarova N. Yu. 2023. Destructive informational and psychological impact on the youth of Russia in social media (based on the materials of the round table). *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and social sciences. Bulletin of the Financial University*. 2023;13(2):12–18. (In Russ.).
11. Lukushin V.A. External information pressure on Russian youth as an instrument of global confrontation. *Obshchestvennye nauki i sovremennost' = Social Sciences and Modernity*. 2023;(3):68–82. (In Russ.).
12. Dombrovskaya A. Yu., Kalgina T.V., Likhacheva E.V., Ognev A.S. Features of modern cognitive warfare and ways to improve the cognitive security of young people: collection of materials from the XIV International scientific and practical conference. Makhachkala: ALEF; 2023. (In Russ.).
13. Zuikina K.L., Sokolova D.V. Features of identification of fake news by the youth audience. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-identifikatsii-feykovyh-novostey-molodezhnoy-auditoriei> (In Russ.).
14. Radchenko L.E. The influence of information on the moral, mental health and upbringing of the younger generation: materials of the Afanasiev readings. Moscow: ANO NIC v oblasti organizatsii upravleniya "Sodejstvie"; 2016. (In Russ.).
15. Varlamova T.A., Gokhberg L.M., Ozerova O.K. Education in Numbers: A Brief Statistical Collection. Moscow: NIU VSHE; 2023. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Ксения Сергеевна Войнич — студентка факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Kseniya S. Voinich — Student of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0009-0002-0229-4287>

voynich.ks@gmail.com

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 08.03.2024; принята к публикации 10.05.2024.

Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article was submitted on 08.03.2024; accepted for publication on 10.05.2024.

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