

Обустройство России: вызовы и риски

ДАНИЛОВА Елена Александровна — доктор политических наук, профессор департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-кт, 49; eadaniлова@fa.ru); заведующий отделом сопровождающих социогуманитарных исследований центра развития науки, технологий и образования в области обороны и обеспечения безопасности государства Национального исследовательского Томского государственного университета (634050, Россия, г. Томск, пр-кт Ленина, 36)

ЗАБОЛОТНАЯ Елизавета Дмитриевна — студентка 4-го курса факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49; elizabethzabolotnaya@mail.ru)

ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО PR В ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ РФ И ЗАПАДА В РАМКАХ ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНФЛИКТА НА УКРАИНЕ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОССИИ

Аннотация. В статье проводится анализ применения технологий политического PR на примере ведения информационной войны России и Запада в актуальных условиях. Авторы исследования в данной работе отвечают на два вопроса: какие методы используются в современной информационной войне и каким образом методы борьбы и PR-технологии влияют на общественное мнение. Авторы делают вывод, что у России есть необходимость в качественной доработке стратегии ведения информационной PR-кампании для обеспечения более существенного воздействия на оппонента – коллективный Запад.

Ключевые слова: информационная война, политический PR, стратегия информационной войны, национальная безопасность

К понятию «информационная война»

Безопасность — естественная потребность человека в современном мире, особенно в век новых технологий и компьютеризации общественной жизни. Информационная безопасность — термин, который получил широкое распространение в политических, экспертных и научных кругах на рубеже XX—XXI вв. Сегодня каждая страна, которая занимает лидирующие позиции и перешла или переходит в постиндустриальный тип общества, знает, насколько важна информация и ее распространение. Научно-технический прогресс, помимо очевидных плюсов, влечет за собой ряд угроз для внутренней и внешней безопасности любой страны. Информационные технологии, появляющиеся вместе с PR и рекламой, — то, с чего начинается и распространяется информация в обществе, могут иметь как позитивные, так и негативные последствия. Из позитивных — удачное проведение выборов, рекламная кампания организации, представление новой продукции и т.д. Из негативных — арсенал и основа для информационной борьбы, которая может повлечь за собой дискредитацию и даже уничтожение оппонента. Следствием выступает информационная война, которая основывается на распространении информации в Интернете для нанесения вреда оппоненту. Это борьба между любыми акторами в мире: между странами, людьми, организациями и т.д., целью которой является уничтожение противника «мирным способом». Последствия инфор-

мационной войны могут быть непредсказуемыми, вплоть до начала настоящей войны с применением и продолжением уже действующей — информационной. Происходит это посредством традиционных и интернет-коммуникаций, через методы общения и распространения информации через Интернет, причем информация может передаваться разнообразными способами, такими как голосовые и текстовые сообщения, фотографии (с применением «Фотошопа» для искажения фотографий и фактов, изображенных на них, или без него) и многое другое. И хотя информационная война также осуществляется через распространение информации по ТВ, радио, через других людей, однако именно социальные медиа зарекомендовали себя как наиболее эффективный канал коммуникаций, особенно применительно к целевым аудиториям младшего и среднего возраста.

Информационная война сегодня является обязательным спутником конфликтных ситуаций, разворачивающихся на политической арене как внутри страны, так и за ее пределами. В рамках нарастания глобальной конкуренции формирование качественной *PR*-стратегии приобретает особую значимость для завоевания лидерских позиций в русле глобальной субъектности. Современное информационное общество определяет объем потенциала коммуникативистики как значимого поля для исследования коммуникационной стратегии государств [Данилова, Зиновьева 2022: 67].

Информационная война, как и любая реальная война, диктуется геополитикой и определяется наличием информационной агрессивной стратегии, информационных фронтов, сражений, использованием информационного оружия и наличием стороны нападения и стороны обороны [Гладкова 2016: 36]. Именно она помогает сформировать аудиторию для поддержки любой из сторон конфликта; она также может способствовать достижению победы и более быстрому решению какого-либо вопроса. Однако не в каждой стране правовая система эффективно защищает от проведения данного вида войны. Также трудно точно определить начало и конец информационной борьбы, что делает ее скрытой, более эффективной, но при этом и особо опасной.

Последствия информационных войн

В ходе исследования были выделены основные признаки победивших и проигравших в процессе информационной войны. Чаще всего победителем в данном процессе становится, во-первых, тот, кто имеет больший капитал, чем другая страна. Во-вторых, не менее важным пунктом является технологическая развитость — благодаря ей можно совершать определенные маневры и вовремя предотвращать нападение со стороны противника. В-третьих, координационный центр или организация, которая контролирует внутреннюю и внешнюю ситуацию, сообщает о необходимой информации государственным деятелям страны. В-четвертых, наличие развитых союзников, тех, кто может скоординировать действия и проконсультить в данной области. Однако в этом случае они автоматически втягиваются в конфликт между государствами, даже если до этого держались в стороне. Победитель определяется по совокупности данных факторов.

Признаки проигравшего: во-первых, управление структурой страны, ее системой в целом переходит к стране-победителю, в частности, это контроль над поведением людей (трудовая миграция, или «утечка мозгов», что влечет за собой потерю самого важного ресурса для страны в целом — человеческого). Этот тренд можно было наблюдать в 1990-е гг. и в последующем в России, когда Западу удалось перестроить умы российского населения на прозападную

ориентацию, из-за чего произошел идеологический сдвиг системы, и это стало явным проигрышем в информационной борьбе.

Во-вторых, ресурсная база страны становится подконтрольной стране-победителю, что облегчает впоследствии процесс оказания информационного давления на проигравшую сторону.

В-третьих, происходит ослабление или уничтожение армии побежденной страны за счет исключительно психологического воздействия или же с дополнительным применением военной силы.

В-четвертых, разрушается система страны, которая отвечает за образование, пропаганду и разработку новых технологий (образовательные учреждения, а именно школы, институты; провластные СМИ; научные центры и т.д.).

В-пятых, после проведения информационной войны с применением военной силы следует зачистка населения, которая позволит устранить влиятельных людей, в т.ч. лидеров общественного мнения, на территории противника с целью дальнейшего подчинения.

Негативных последствий информационной войны значительно больше: были названы лишь основные. По понятным причинам информационная война очень разрушительна. Она коренным образом влияет на систему и становление страны в будущем, на ее возможности. И самое важное — она имеет выраженное психологическое влияние, где пропаганда — залог успеха.

Кейс: Информационная борьба в ходе военно-политического конфликта на Украине

Рассмотрим ведение информационной войны на примере конфликта формально между Россией и Украиной, а на самом деле — с непосредственным участием стран коллективного Запада в формате прокси-войны. Информационная борьба началась задолго до начала специальной военной операции РФ на Украине, однако в ходе разворачивания военных действий она приобрела особенно яркий характер и вышла на качественно новый уровень. Для анализа технологий и приемов информационной войны был использован метод контент-анализа пабликов обеих сторон в *Telegram*-каналах в период с 24 февраля по 10 мая 2022 г. Было выбрано несколько наиболее популярных пабликов *Telegram*, пророссийских и проукраинских (прозападных), для анализа качественной и количественной составляющих данного кейса.

Начнем с изучения количественной составляющей: во-первых, стоит отметить, что проукраинские *Telegram*-каналы «Труха» и «УНИАН» до этого имели названия, связанные с областями данной страны, и были посвящены ежедневным новостям. На сайте *TGStat.ru* доступна информация по приросту подписчиков и активности данных каналов. До начала СВО каналы имели около 30–100 тыс. подписчиков, однако после начала данной операции цифры возросли в разы: так, в «Трухе» сейчас 2,3 млн подписчиков, а в «УНИАН» — около 900 тыс. Просмотры постов в среднем за день достигают 1 млрд, т.е. каждый пост — по 1 млн просмотров за день¹. То же самое касается и пророссийских *Telegram*-каналов: число подписчиков, просмотров и репостов увеличилось практически в 5 раз. Так, например, РИА «Новости» до начала СВО имело около 600 тыс. подписчиков, а на данный момент он медленно продвигается к 3 млн. Общий тренд: популяризация *Telegram*-каналов с обеих сторон, увели-

¹ Просмотры постов по дням. Статистика *Telegram*-канала «ТРУХА». — *TGStat.ru*. Официальный сайт. Доступ: <https://uk.tgstat.com/channel/@truexanewsua/stat/posts-views> (проверено 24.02.2023).

чение числа подписчиков, рост активности, а также общая тенденция – чаще использовать *Telegram* для изучения новостей.

Рассмотрим качественную составляющую данных каналов распространения информации – ведение украинских пабликов против России и применение PR-технологий на их платформе. В сообщениях наблюдается высмеивание общих русско-украинских традиций, которые соблюдались более 70 лет. Осуществляется пропаганда европейских стандартов, вопреки российской традиции праздновать День Победы 9 мая, фиксирующих данную дату в календаре 8 мая. Это свидетельствует о принятии Украиной прозападной точки зрения и пропаганде на территории своей страны и в отношении внешних аудиторий позиции, что победу во Второй мировой войне одержали совместные силы коалиции. При этом основной ключевой вклад Советского Союза либо не упоминается, либо намеренно принижается. Используется метод искажения исторических фактов, происходит переписывание исторических событий для мобилизации народа против России. Интересный факт, что каналы в целом ведутся на русском языке¹, т.е. проукраинские телеграм-каналы нацелены во многом и на российский аудиторию.

Кроме того, используется метод давления через участие третьей стороны, а именно коллективного Запада. Например, с помощью выжимок из выступления премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона создается видимость присутствия более мощного внешнего актора, который может объединить украинский народ для того, чтобы идти за Европой дальше. Происходит усиление европейской пропаганды с целью большего стравливания России и Украины. Данный паблик нацелен на украинскую целевую аудиторию (тексты сообщений на украинском языке).

В целом для проукраинских пабликов характерна явная и открытая антироссийская пропагандистская деятельность. Используются агрессивные методы пропаганды. Яркий прием – представление президента Украины В. Зеленского в качестве жертвы российской агрессии. Его «изможденный» вид на фотографиях демонстрирует близость к народу, что должно вызвать сочувствие и жалость у прозападной аудитории. С помощью данного имиджа и определенного настроения украинский канал рассчитывает на увеличение поддержки. Однако у большей части пророссийской аудитории складывается впечатление, что президент «болеет», особенно на фоне распространения в Интернете слухов о том, что он принимает запрещенные наркотические вещества, что не способствует возникновению жалости или сочувствия.

Процветает хакерство, задействуются многочисленные технологии, при помощи которых были взломаны браузеры, социальные сети, много информации было слито в сеть. Так, например, Яндекс браузер подвергся атаке: долгое время при переходе по обычным ссылкам всплывала реклама проукраинской банды. То же самое происходило в социальной сети *Instagram* и *Facebook*, которые на данный момент признаны экстремистскими социальными сетями и запрещены в России. Часто всплывала реклама пропаганды со стороны Украины с предложением российским гражданам выходить на митинги, чтобы разобщить общество и пошатнуть поддержку власти. В качестве средства сильного морально-психологического давления украинская сторона использовала звонки и письма, в т.ч. в социальных сетях, обычным гражданам с фотографиями их погибших близких. Также был создан сайт, который назывался

¹ УНИАН – новости Украины. – *Telegram*. Доступ: <https://t.me/uniannet> (проверено 24.02.2023).

«Уничтожение Крымского моста», на котором 9 мая 2022 г. был выставлен счетчик времени до его уничтожения. Это было сделано для того, чтобы запугать народ, подорвать доверие к власти, подвигнуть россиян выходить на митинги. 9 мая, по данным СМИ¹, была предпринята кибератака на телевидение, транслировались антивоенные записи и реклама.

Регулярно прослеживались различные фейковые новости, которые в дальнейшем опровергались российской стороной (фактически без работы на упреждение).

Со стороны России в качестве ответных шагов можно видеть информирование общественности о жестоком обращении украинских военных с мирным населением (посты про убийства молодых людей, детей). Воздействие идет на материнский инстинкт, а также на молодежь, вызываются такие эмоции, как гнев, жалость и т.д., что, в свою очередь, формирует устойчивую пророссийскую и антикиевскую позицию. При этом используется метод, аналогичный украинскому пабликам, — использование триггеров, упоминание важных событий. Так, в *Telegram*-канале РИА «Новости» рассказывается о гибели 9 мая в Донецке 16-летнего парня от рук украинских националистов. День Победы дополнительно напоминает гражданам об огромном числе погибших от рук фашистских захватчиков (проводится параллель с действующим украинским режимом) в ходе Великой Отечественной войны. Через упоминание Дня Победы («В День Победы силы ЛНР освободили село Нижнее на подступах к Лисичанску и водрузили там копию Знамени Победы») формируется ассоциация непосредственно со словом «победа», где победа позиционируется как освобождение территорий от украинских военных, четко закрепленных в российской риторике как «националисты» и «фашисты» на основании их идеологии и методов ведения войны. Данный метод способствует укреплению патриотического настроения, а также формирует позитивное отношение населения к специальной военной операции².

В традиционных каналах коммуникационного влияния, прежде всего на телевидении, в российской практике можно выделить следующие приемы и технологии:

- использование видео для формирования ассоциаций (хроники Майдана, негативные видео о нападениях на российских и украинских мирных жителей со стороны ВСУ);
- рассказы о заслугах и победах российских военных (например, проект с перечислением их имен и подвигов);
- метод экспертной оценки: очень много выступлений с использованием экспертных оценок, и т. д.

Телевидение на данный момент является одной из основных влиятельных PR-технологий, т.к. остается более популярным, чем Интернет. Однако специфика формата ТВ практически не охватывает молодежную аудиторию, и это является упущением. Вместо упреждения часто используется метод опровержения (фактически — оправдания). Так, после начала специальной военной операции многие факты опровергались или замалчивались. Например, не сообщали о погибших, чтобы не было паники со стороны российских граждан. Более жесткие новости публиковались в закрытых пабликах *Telegram*. Также

¹ Анисимова Н. 2022. Хакеры атаковали Rutube, платное ТВ и телепрограмму «Яндекса». — РБК. Официальный сайт. 09.05.2022. Доступ: https://www.rbc.ru/technology_and_media/09/05/2022/6278ce689a79476147db8edb (проверено 24.02.2023).

² РИА Новости. Россия. — *Telegram*. Доступ: t.me/rnan_ru (проверено 24.02.2023).

можно оценить как недостаточно убедительную стратегию реагирования на провокацию в Буче: выступления российской стороны звучали как формальное опровержение, без достаточного эмоционального компонента влияния на аудиторию.

В целом, слабыми местами российской информационной *PR*-кампании являются отсутствие нацеленности на качественное расширение аудитории, недостаточная работа на упреждение, реагирование постфактум, слабая работа с молодежной аудиторией и с иностранной общественностью. Интернет и социальные медиа до сих пор не так глубоко и эффективно освоены российскими политтехнологами, как традиционные каналы коммуникации, прежде всего телевидение. Между тем социальные сети на сегодняшний день являются самой перспективной площадкой для ведения информационных войн, поскольку широкий спектр возможностей при низких затратах делают новые медиа особенно эффективными в контексте манипулирования информацией [Бутусов 2018: 73]. Это является вызовом и точкой роста в формировании дальнейшей *PR*-стратегии России.

В качестве резюме отметим, что на данном этапе Россия отстает по уровню ведения пропагандистской деятельности и реализации стратегии информационной борьбы в своей *PR*-кампании. Уровень подготовки украинской стороны высок, что во многом обусловлено влиянием и организационно-идеологической и финансовой помощью западных стран. Без участия третьей стороны Украина скорее всего проиграла бы данную борьбу. Следует принять тот факт, что данный конфликт как в военной, так и в информационной сфере вышел далеко за рамки регионального конфликта и приобрел глобальный масштаб.

Осознание того, что России приходится вести информационную кампанию против коллективного Запада, требует коренного изменения подхода к ее организации. Из рекомендаций для Российской Федерации в области формирования информационной стратегии в отношении конфликта на Украине можно выделить следующие:

- 1) задействовать не только пророссийскую аудиторию, расширять охват целевых групп за счет колеблющихся, не определившихся, нейтральных, в т.ч. за рубежом;
- 2) использовать влияние через социальные сети, браузеры, взломы;
- 3) не занимать оборонительную позицию, работать на упреждение, опережать противника в трактовке фактов, а не только опровергать случившееся;
- 4) задействовать эмоциональную сферу, активно использовать инструменты визуализации;
- 5) активнее работать в социальных медиа, в т.ч. с молодежной аудиторией в соответствующем формате.

Выводы

Рассмотрение примеров информационной войны в ходе военно-политического конфликта на Украине дает понимание, насколько в настоящее время огромен и влиятелен поток информации. Удерживать информационный повод под своим контролем становится очень трудно, особенно в век информационных технологий. Самыми основными факторами влияния являются кибератаки. С их помощью можно удерживать первенство, перехватывать информацию, создавать ложную. Кибератаки предполагают реальное воздействие на телекоммуникационные сети, объекты инженерной и транспортной инфраструктуры, информационные и другие системы [Харланов, Белый 2021: 107]. На этапе разворачивания информационной войны в 2022 г. на фоне проведе-

ния специальной военной операции Россия столкнулась с жестким вызовом и серьезной угрозой государственной информационной безопасности со стороны Украины, которая за счет серьезной поддержки со стороны стран Запада развернула мощную пропагандистскую антироссийскую кампанию, основанную на фейковой, ложной информации. Но эта кампания вследствие ее систематичности и верификации за счет доверия целевых групп прозападной линии оказалась эффективной в своем влиянии как на украинские прозападные и иностранные западные аудитории, так и на российские прозападные аудитории (молодежные, протестные аудитории), способствовала формированию так называемой пятой колонны с целью разобщения российского общества в сложное время. Это требует принципиального пересмотра информационной стратегии России для перелома ситуации в свою пользу. Необходимо как использовать по максимуму технологическую базу для упреждающих киберударов, так и разработать предложения по созданию отдельного комитета для защиты от хакерских атак.

Безусловно, ключевое и определяющее значение будет иметь сам ход и результаты военной операции на Украине (поскольку абсолютизация роли информации в современных военных конфликтах ведет к искажению их сущности и основного содержания – вооруженной борьбы [Орлянский 2008: 63]). Однако поддержка информационной стратегии будет уместна и своевременна как для внешних аудиторий в целях укрепления международного позиционирования России, так и для внутренних – для консолидации российского общества перед лицом внешних вызовов и угроз и нивелирования угрозы со стороны «пятой колонны», на которую в т.ч. делает ставку коллективный Запад.

Список литературы

Бугусов А.В. 2018. Социальные сети как инструмент политического противоборства и информационных войн. – *Вестник Тамбовского университета*. Сер. Общественные науки. № 13. С. 71-75.

Гладкова Л.А. 2016. Глобальная информационная война. – *Социально-гуманитарные знания*. № 1. С. 36-44.

Данилова Е.А., Зиновьева А.А. 2022. Формирование стратегии политического позиционирования современной России: внутриполитический и международный аспекты. – *Власть*. Т. 30. № 4. С. 67-74.

Орлянский В.И. 2008. Информационное оружие и информационная борьба: реальность и домыслы. – *Военная мысль*. № 1. С. 62-70.

Харланов А.С., Белый Р.В. 2021. Новые реалии ведения войны: «кибертерроризм» и информационные войны. – *Юридическая наука*. № 6. С. 106-110.

DANILOVA Elena Aleksandrovna, Dr.Sci. (Pol.Sci.), Professor of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; eadanilova@fa.ru); Head of the Department of Accompanying Socio-Humanitarian Research, Center for the Development of Science, Technology and Education in the Field of Defense and State Security, National Research Tomsk State University (36 Lenina Ave, Tomsk, Russia, 634050)

ZABOLOTNAYA Elizaveta Dmitrievna, 4th year student of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; elizabethzabolotnay@mail.ru)

POLITICAL PR TECHNOLOGIES IN THE INFORMATION WAR OF RF AND THE WEST WITHIN THE FRAMEWORK OF THE MILITARY-POLITICAL CONFLICT IN UKRAINE: NEW CHALLENGES AND NEW OPPORTUNITIES FOR RUSSIA

Abstract. *The article analyzes the use of political PR technologies on the example of conducting an information war between Russia and the West. The paper answers two questions: what methods are used in modern information warfare and how methods of struggle and PR technologies influence public opinion. The authors conclude that Russia has a need to refine the strategy of conducting information warfare in order to ensure a better impact on the opponent – the collective West.*

Ключевые слова: *information warfare, political PR, information warfare strategy, national security*
