Направления, темы, группы в пропаганде противника на российскую аудиторию (ноябрь 2022 г)

ДАНИЛИН ПАВЕЛ ВИКТОРОВИЧ

Директор Центра политического анализа

В телеграмме получил распространение медиаплан ЦИПСО от 21-27 ноября. Анализируя его составные части, можно сделать вывод о некоторой коррекции, изменении направления работы пропаганды противника. В связи с остановкой украинского контрнаступления, а также грандиозными потерями ВСУ, можно наблюдать перемены в работе украинской пропаганды при сохранении основных тенденций, определившихся после объявления частичной мобилизации в России (21 сентября 2022 года).

Медиаплан 21-27 ноября

Тема: Проблемы мобилизации

• Поиск и создание материалов о проблемах обеспечения мобилизованных вооружением, экипировкой, ошибки в управлении на поля боя и в ходе подготовки.

• Использовать достоверные видео от мобилизованных, публикуемые в российских новостных и военных Телеграм-каналах.

• Получение, создание и распространение инсайдерской информации о проблемах в регионах. Подробное освещение, генерализация проблемных инцидентов на весь процесс мобилизации.

• Прямое обвинение высшего командования и руководства министерства обороны в коррупции, низкой квалификации и пренебрежении жизнями своих подчиненных.

Тема: Потери в живой силе и технике

• Использование численных данных Генштаба ВСУ, ISW, CIT, Oryx и других одобренных источников.

• Подчеркивать высокие потери среди мобилизованных, а не профессиональных военных. Задача – создать конфликт между карьерными военными и призванными по мобилизации для дальнейшего развития и последовательной актуализации.

• Призывы к сложению оружия и сдаче в плен – сохранение жизни важнее войны за неопределенные цели и кремлевский режим. Привлечение молодежных лидеров мнений и организаций для распространения подобных призывов.

• Потери в технике – переводить оценку в финансовые показатели. Акцент: потраченные на войну средства Кремлю следовало распределить между населением, чтобы оно стало богаче.

• Подчеркивать потери экономики от войны и введенных санкций.

Тема: Внутренние конфликты во власти

• Ключевая линия: укреплять основу для восстания военных против Кремля в случае кризисной ситуации.

• Возвращение к тезисам о конфликтах в российской элите, среди «кремлевских башен». Задача – подорвать доверие гражданских чиновников и силовиков друг к другу.

• Обвинение чиновников Администрации Президента и правительства в несогласии с действиями военных, параллельно распространять информацию о яростном недовольстве военных политическими решениями Кремля. Задача: запуск информации об очередном конфликте гражданской и силовой опор режима.

• Использование спикеров-перебежчиков для запуска информации о конфликтах между силовыми ведомствами – военными, ФСБ, Росгвардия.

• Продолжение линии: дискредитация прошедших референдумов о присоединении к России. Ключевой тезис – среди россиян присоединение регионов не пользуется поддержкой, их сохранение в составе России не считается важным по итогам войны.

Тема: Россия – государство-террорист

• Ключевая линия: Весь мир считает российский режим террористическим по свой сути, наказание за его преступления неизбежно.

• Активное освещение ударов РФ по гражданской инфраструктуре. Подчеркивать страдания мирного население от отключения электричества, жертвы мирного населения от обстрелов.

• Акценты в освещении: Европарламента признает Россию «государством – спонсором терроризма». Парламент Нидерландов проведет голосование за резолюцию о признании РФ «государством – спонсором терроризма». Подчеркивать европейское единство в вопросе признания режима Путина террористическим.

Новая старая аудитория

После неудачной работы с аудиторией семей военных на первом этапе СВО, ЦИПСО, украинская пропаганда и западные партнеры перестали работать с этой аудиторией. Семьи профессиональных военных использовать в своих целях удавалось лишь в единичных случаях, ни один из которых не стал причиной политического конфликта или кризиса.

Однако после 21 сентября пропаганда противника увидела новую возможность в наличии гораздо более слабых и не готовых к соответствующему воздействию групп аудитории.

Речь идет о группах членов семей мобилизованных (ЧСМ).

В отличие от семей контрактников (ЧСВ) у них нет ни иммунитета, ни защиты от вражеской пропаганды. Их мужчины вырваны из привычного быта. Они не располагают тесными связями друг с другом и с командирами частей. Они оставлены фактически наедине сами с собой. Это позволяет применить к ним все те методы манипуляций, которые провалились на начальном этапе, когда речь шла о семьях профессиональных военных.

Из плана ЦИПСО, можно выделить несколько направлений воздействия.

Направления воздействия на ЧСМ

Тема «ужасной мобилизации и ужасов мобилизации»

1. Поиск и создание материалов о проблемах обеспечения мобилизованных, ошибки в управлении на поле боя и в ходе подготовки.
2. Получение, создание и распространение инсайдерской информации о проблемах в регионах, освещение, генерализация (обобщение) проблемных инцидентов на весь процесс мобилизации.
3. Прямое обвинение высшего командования в коррупции, низкой квалификации, пренебрежении жизнями своих подчиненных.

Тема «ужасных потерь в СВО»

1. Использование баз данных родных и близких военных для получения и отслеживания собственно контактов военных, находящихся в зоне СВО, в том числе для нанесения по ним ударов.
2. Звонки с угрозами. Тут и рассказы о пытках и издевательствах, а также лживое сочувствие, мол, ваш сын мертв».
3. Информация о потерях ВС РФ (Генштаб и международные экспертные структуры).
4. Подчеркивание особенных потерь среди мобилизованных (с одной стороны – направлено на родственников мобилизованных, с другой стороны – для создания потенциального конфликта между профессиональными военными и мобилизованными).
5. Призывы к сложению оружия и сдаче в плен (здесь опять же тройная цель – родственники мобилизованных, сами мобилизованные, а также государство и армия как институты).

Резюме по инфоатаке на ЧСМ

Пропаганда всегда тяготеет к упрощению и созданию двухмерной картины мира, не допуская, кроме чёрного и белого, других цветов, оттенков и полутонов. В нашем случае ситуация именно такая – в аудитории членов семей мобилизованных противник пытается создать монохромную картину, где с одной стороны – ужасная власть (Губернатор, Комиссар, Москва, Кремль, Путин), а с другой стороны – надежда на спасение – украинские военные.

После сообщения о расстреле наших пленных данная картинка не работает в принципе, тем не менее, реализовать хотя бы первую составную часть картинки – где есть только ужасная власть – пропаганда врага стремилась и будет стремиться.

Продолжение темы «дискредитация армии».

Доверие к армии — один из становых хребтов политической системы. Армия, согласно многолетним социологическим исследованиям, является одним из наиболее уважаемых институтов в государстве, наряду с институтом президентской власти, органами госбезопасности и православной церковью. По данным «Левада-центра» (признан в России иностранным агентом, регулярно проводит опросы о доверии общественным институтам) за август 2022 года (опрос проведен 25 — 31 августа 2022 года по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения объемом 1612 человек в возрасте от 18 лет и старше в 137 населенных пунктах, 50 субъектах РФ), уровень доверия армии составлял 77 процентов, уступая лишь уровню доверия президенту (80 процентов).

Подобная картина наблюдается на протяжении последних десяти с небольшим лет. Значимый рост доверия к армии был зафиксирован на фоне конфликта на Донбассе 2014-2015 годов и операции в Сирии. Уровень доверия в этот период вышел на показатели 50+ процентов, а число доверяющих армии резко превысило число не вполне доверяющих и не доверяющих армии как институт вовсе. **На фоне локального снижения показателей доверия президенту в 2019-2021 годах — после пенсионной реформы и в связи с пандемией коронавируса — армия была самым популярным институтом в стране.** В этом контексте дискредитация российской армии представляет собой угрозу государственному суверенитету и целостности государства вообще.

Пример реализации такого типа угрозы в нашей истории уже есть. В ходе войны в Афганистане (1979-1989) США и их союзники прилагали огромные усилия по дискредитации советского присутствия в Афганистане.

Афганский излом

- С целью разработки новейших идей, доктрин и концепций, связанных с афганской проблематикой и призванных обеспечить эффективное ведение информационной войны, Запад (прежде всего США) мобилизовал многочисленные научно-исследовательские центры и большие авторские силы: Институт исследований в области внешней политики (США), Гуверовский институт по проблемам войны, революции и мира при Стэнфордском университете, Совет по Афганистану Азиатского общества в Нью-Йорке, Центр по международным вопросам при Массачусетском технологическом институте, Центр азиатских исследований при университете штата Небраска в Омахе, Ассоциацию по изучению Афганистана, Национальный фонд в поддержку демократии, Австралийский центр стратегических оборонных исследований, лондонский Международный институт стратегических исследований, Принстонский, Корнельский, Колумбийский и другие университеты, Военную академию США, Фонд Карнеги и др., видных ученых-специалистов по Афганистану и региону (Л.Дюпре, Л.Альберта, А.Арнольда, Г.С.Брэдшера, С.С.Харрисона, Р.С.Ньюэлла и Н.П.Ньюэлл, Л.Б.Пуллада и др.), политиков, журналистов, дипломатов, сотрудников государственного департамента США, Пентагона, ЦРУ и пр.

- В 1980 году Конгресс США санкционировал выделение 500 тыс. долларов на создание в Пешаваре (Пакистан) специального афганского информационного центра. Подобный центр под названием «Агентство Афган Ньюс» был создан на средства ЦРУ в Дели. Его возглавил афганский политэмигрант Сеид Мухаммад Майванд. Непосредственно в странах Запада были образованы десятки различных общественных комитетов, фондов, ассоциаций, обществ, бюро (типа парижского Международного бюро по Афганистану) и т.п., количество которых достигло в США – 27, ФРГ – 16, Англии – 5, во Франции – 8.

Афганский излом-2

- Работа пропагандистской машины стран Запада велась не только на афганскую аудиторию и мировое сообщество, но и на советскую аудиторию. Основные направления пропаганды западных медиа были следующими: показать, насколько советская армия была неэффективной, устаревшей, что это была бесполезная и преступная война, как афганцы ненавидели русских, как мы совершали «военные преступления».

- Данная информационная война в целом была проиграна СССР. Уже в июле 1980 года академик Андрей Сахаров публикует открытое письмо к Леониду Брежневу, в котором, частности, утверждает: «Военные действия в Афганистане продолжаются уже семь месяцев. Погибли и искалечены тысячи советских людей и десятки тысяч афганцев — не только партизан, но главным образом мирных жителей — стариков, женщин, детей — крестьян и горожан. Более миллиона афганцев стали беженцами. Особенно зловещи сообщения о бомбежках деревень, оказывающих помощь партизанам, о минировании горных дорог, что создает угрозу голода для целых районов. Есть сведения о применении напалма, мин-ловушек и новых типов оружия. Крайнюю тревогу вызывают (непроверенные) сообщения о случаях применения нервно-паралитических газов». В дальнейшем Сахаров не раз повторял эти тезисы, а в перестроечное время такого типа рассуждения стали мейнстримом в советском обществе. Результатом стало постановление Съезда народных депутатов орт 24 декабря 1989 года, в котором решение о вводе советских войск в Афганистан характеризовалось следующим образом: «это решение заслуживает морального и политического осуждения». Однако **дискредитирована была не только и не столько советская армия, сколько сам советский режим и советское государство. Итоговым результатом широкомасштабной информационной войны против армии стал распад страны.**

Против армии

Сегодня российская армия сталкивается с тем же инструментарием информационной войны, с поправкой на современные технологии. Украинская и западная пропаганда использует любые поводы и создает фейки для дискредитации армии, а через нее — дискредитацию всех политических институтов России. При этом информационный характер современного общества делает практически невозможным блокировку негатива адрес российской армии старыми методами.

Дискредитация активно ведется через популярные соцсети и платформы, которыми пользуются миллионы российских граждан и блокировка которых была бы политически нецелезообразной. Активно используются в целях дискредитации ВС РФ каналы бывших журналистов либеральных СМИ, общественных деятелей (Юлия Латынина, Марк Фейгин, Марк Солонин, Александр Невзоров, бывшие журналисты «Эха Москвы», информационные каналы команды Алексея Навального и др). Многие политэмигранты открыто транслируют украинскую военную пропаганду, при этом численность их аудитории составляет миллионы русскозычных пользователей, в том числе и на территории России.

Основной контент направлен на создание образа ВС РФ, как разложившейся армии мародеров, где все разворовано, а на фронт направляются уголовники и насильно загнанные непрофессионалы.

RUSSIA'S SHAME

Grim account: Olena Zelenska, wife of president Volodymyr Zelensky, at a conference in London yesterday SKY NEWS

PUTIN'S SOLDIERS GIVEN ORDERS 'FROM THE TOP' TO RAPE CIVILIANS, SAYS UKRAINE'S FIRST LADY

by DANIEL BINNS

RUSSIAN soldiers have been ordered 'from the top' to use rape, castration and sexual abuse of children as weapons of war, the wife of Ukraine's president has claimed.

Speaking at a conference in London, Olena Zelenska said Vladimir Putin's troops were systematically using sexual violence during the invasion of her country – and alleged some Russian wives were even urging their husbands to rape Ukrainian women.

Her demand to bring the perpetrators to account comes after a UN

Continued on Page 4 »

Invasion: Vladimir Putin EPA

Против армии-2

В приведенном недельном медиаплане мы видим, что аудиторией являются не только избранные группы типа «члены семей», но в вопросе дискредитации российской армии речь идет о широкой аудитории. Таким образом, можно сказать, что из упомянутых выше сюжетов большая часть также используется и при направлении по **работе по дискредитации армии на широкую аудиторию:**

1. Поиск и создание материалов о проблемах обеспечения мобилизованных, ошибки в управлении на поле боя и в ходе подготовки.
2. Получение, создание и распространение инсайдерской информации о проблемах в регионах, освещение, генерализация (обобщение) проблемных инцидентов на весь процесс мобилизации.
3. Прямое обвинение высшего командования в коррупции, низкой квалификации, пренебрежении жизнями своих подчиненных.
4. Информация о потерях ВС РФ (Генштаб и международные экспертные структуры).
5. Подчеркивание особенных потерь среди мобилизованных (с одной стороны – направлено на родственников мобилизованных, с другой стороны – для создания потенциального конфликта между профессиональными военными и мобилизованными).
6. Призывы к сложению оружия и сдаче в плен (здесь опять же тройная цель – родственники мобилизованных, сами мобилизованные, а также государство и армия как институты).

Против армии-3

Сюда же добавляются и специфические сюжеты:

- Потери в технике (с переводом на финансовую составляющую)
- Возможное восстание военных против Кремля в случае возникновения кризисной ситуации
- Конфликты в элитах (подрыв доверия между чиновниками и силовиками)
- Обвинение чиновников Администрации президента в несогласии с действиями военных
- Обвинение военных в недовольстве действиями Администрации президента
- Создание слухов о конфликтах между различными силовыми структурами (Минобороны, ФСБ, СВР и Росгвардия)

Все эти сюжеты созданы для того, чтобы посеять недоверие внутри правящей элиты, с одной стороны, а с другой показать «народу», что «во власти – бардак».

meduza

В политическом блоке администрации президента (АП) РФ может смениться куратор всех российских выборов. Об этом «Медузе» рассказали три собеседника, близких к Кремлю.

Сейчас проведением выборных кампаний занимается глава управления АП по обеспечению дел Госсовета Александр Харичев — близкий соратник руководителя политического блока Кремля Сергея Кириенко. По словам источников «Медузы», в ближайшее время Харичев уйдет в отставку.

Два собеседника «Медузы» заявили, что чиновник покинет свой пост «по состоянию здоровья», которое «надо поправить после нескольких лет нервной работы». Третий источник «Медузы» добавил, что проблемы со здоровьем — не единственная причина.

По его словам, на отставке Харичева настаивают высокопоставленные силовики, у которых «возникли претензии» к организации «референдумов о присоединении к России» украинских территорий. «Референдумы», за которые отвечало среди прочих управление Харичева, неоднократно переносились из-за поражений армии РФ на фронте. Они все-таки состоялись в конце сентября, но уже в начале ноября российские военные были вынуждены отступить из аннексированного Херсона.

Психология пропаганды – методы

Убеждение – метод обращения к российской аудитории с предложением поверить в информацию, которая соответствует тем или иным представлениям этой аудитории (*власти воруют, во власти бардак*) с генерализацией и с выходом затем на личностный уровень, как то: *во власти бардак, и моего сына убьют из за этой власти на войне / во власти бардак, и мы не сможем победить украинцев / во власти бардак, и эти мобилизованные ничего не решат, а следом они заберут и меня.* То есть, сначала до человека достучались одним из мессиджей, а затем на него насаживают другие мессиджи и умозаключения, предлагая с ними согласиться – «ведь, с главным то вы согласны, значит, и с этим согласитесь, ведь, вы умный человек»…

Внушение – метод психологического воздействия, основанный на некритическом восприятии информации (распространение конкретных идей с целью замещения установки). В настоящее время активно эксплуатируется украинской стороной для внушения российской аудитории ощущения проигранной войны. *Много жертв, мы отступаем, все плохо, украинцы ломят…* Каждый тезис по отдельности может быть правдив. Но вместе они создают фальшивую картинку. **Это внушение призвано заменить убежденность в победе, царившую в российском обществе до конца лета 2022 года.**

Психология пропаганды – принципы

Для большего убеждения используют **принцип повторения**. Мы видим повторяющуюся информацию о проблемах мобилизации, и она затмевает то, что на самом деле мобилизация для наших условий прошла едва ли не идеально. А затем создается общее убеждение, что мобилизация прошла ужасно. И побороть это общее убеждение нереально (как в случае с Афганистаном и уверенностью, что зря мы туда пришли).

Принцип первичной информации. В одном из пунктов ЦИПСО требует «использовать достоверные видео, публикуемые российсими новостными и телеграм-каналами». Информация из первых рук, даже если она не оперативна – первична. **Принцип непротиворечивости информации** – она же, поскольку исходит из первых рук и не противоречит базовой логике информационной кампании. **Принцип обеспечения доверия к источнику информации** – в нашем случае активно используются российские региональные СМИ, освещавшие проблемы мобилизации. Но, исходя из проблем в отдельных центрах обучения, делается вывод о том, что вся мобилизация проблемна. Впрочем, если бы информация маркировалась бы украинскими телеграм каналами или СМИ, она не вызывал бы никакого доверия – причина – в потере украинскими СМИ и блогерами всяческого доверия к себе со стороны российского социума к концу марта 2022 года. Соседствует с **принципом «доверия»** и принципы «объективности», независимости или альтернативности. Для потребителя информации предоставление фактов от региональных СМИ соответствует категории **объективности.** А предоставление фактов посредством блогеров – **независимости и альтернативности**.

Психология пропаганды – методы 2

Метод приклеивания ярлыков. В документе ЦИПСО целый раздел посвящен направлению внедрения в сознание российского общества (и не только) идеи, что Россия является «террористическим государством». Обоснования не нужны – достаточно приклеить соответствующий ярлык

- Весь мир считает российский режим террористическим по своей сути
- Наказание за преступления неизбежно
- Освещение ударов РФ по гражданской инфраструктуре, подчеркивание страданий мирного населения от отключения электричества
- Европарламент признает Россию государством-спонсором терроризма, подчеркивать европейское единство в вопросе признания режима Путина террористическим.

Итак, длительная работа пропаганды врага в этом направлении способна привести к тому, что внешние игроки согласятся ставить знак равенства между Россией и терроризмом. Внутри страны сделать это трудно. Однако стоит заметить, что за 3 года гласности удалось убедить всю страну, что КПСС – абсолютное зло, а все Генсеки были мерзавцами, зверями, в крайнем случае просто старыми маразматиками…

Психология пропаганды – методы 3

- **Метод обобщения.** Сами пропагандисты ЦИПСО в своем документе, не скрываясь требуют от исполнителей «генерализовать» - то есть, обобщить частичные недостатки при мобилизации и слить их в общую тему «провала мобилизации».
- **Метод общей платформы.** Тут все четко прописано в самом документе:
- Европарламент признает Россию государством-спонсором терроризма, подчеркивать европейское единство в вопросе признания режима Путина террористическим.
- **Метод игры в простонародность.** Побуждение объекта пропаганды разделить те же эмоции, что хочет получить актор пропаганды. В нашем случае это попытки давить на жалость и предлагать представить «как плохо сейчас рядовым киевлянам»…
- **Метод устрашения.** Работает довольно плохо, так как ВСУ в последнее время не имеет успехов. Тем не менее, ЦИПСО предлагает использовать этот метод, рассказывая, что «наказание за военные преступления неизбежно»
- **Метод эмоционального подавления** – формирования у объекта пропаганды тревоги, депрессии и апатии: что не делай, а против нас весь мир, против всего мира не попрешь и др…

Психология пропаганды методы-4

Метод переноса. Посредством подключения к пропаганде экс-лидеров российского общественного мнения, уехавших из страны, пытаются донести до аудитории соответствующий тезис. См пример с высказываниями Ильи Бера (он, конечно, не ЛОМ, но на свою аудиторию оттуда вещает по общей методичке ЦИПСО). Такие же цитаты можно найти и у других «совестливых эмигрантов» типа Натальи Геворкян.

Метод свидетельства, когда цитата или высказывание ЛОМа (не обязательно современника) используются для подтверждения тезиса, оценки или нарратива.

Психология пропаганды – финал

Метод инициирования агрессивных эмоциональных состояний – формирование у групп аудитории подозрительности, недоброжелательности и гнева. Здесь может идти речь как в целом о программе дискредитации российской армии, так и о специфических «разводках»:

- Возможное восстание военных против Кремля в случае возникновения кризисной ситуации
- Конфликты в элитах (подрыв доверия между чиновниками и силовиками)
- Обвинение чиновников Администрации президента в несогласии с действиями военных
- Обвинение военных в недовольстве действиями Администрации президента
- Создание слухов о конфликтах между различными силовыми структурами (Минобороны, ФСБ, СВР и Росгвардия)

Банальные истины:

- В пропаганде необходима – системность.
- Вода камень точит
- Если бить в одно место, то треснет