

ДЕМОКРАТИЯ И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА

ПОЧЕМУ КРЕМЛЕВСКАЯ ПРОПАГАНДА ОСТАЕТСЯ ЭФФЕКТИВНОЙ В ВОЕННОЕ ВРЕМЯ?

Серия Russian Crisis. Policy paper #1**Фёдор Крашенинников**

Сентябрь 2022



Для потребителя путинская информационная машина выглядит вовсе не как бесконечный монолог одного циничного пропагандиста, а как полноценная дискуссия, в которой практически каждый, кто согласен с базовым тезисом «Путин, так или иначе, прав», может найти что-то для себя.



Прежде чем пытаться переубедить кого-либо в неадекватности путинской пропаганды, необходимо выяснить, в каком из информационных пузырей этот человек или группа людей находится. Внутренняя сложность и противоречивость лояльной Путину аудитории часто преуменьшается или полностью игнорируется.



Причины войны, её смысл и ход – всё это не имеет какого-то единого для всех россиян объяснения, которое можно было бы опровергнуть набором фактов. Те, кто так или иначе поддерживают войну, видят её по-разному и поддерживают совсем не то, что им приписывают.

СОДЕРЖАНИЕ

Почему кремлевская пропаганда остается эффективной в военное время?

Фёдор Крашенинников	3
Множественность нарративов и «информационные пузыри»: иллюзия выбора	3
Война	5
Основные сегменты аудитории	7
Общие выводы и рекомендации	9
Об авторе	11

ПОЧЕМУ КРЕМЛЕВСКАЯ ПРОПАГАНДА ОСТАЕТСЯ ЭФФЕКТИВНОЙ В ВОЕННОЕ ВРЕМЯ?

Фёдор Крашенинников

Сентябрь 2022

«Как россияне могут поддерживать войну против Украины?» – за прошедшие полгода этот вопрос задавался чаще всего. Ответить на него возможно, только поняв, как работает выстроенная Владимиром Путиным информационная машина. В данном документе мы опишем технологии и механизмы функционирования путинской информационной машины, методы её работы во время войны, а также проблемы, мешающие антивоенной пропаганде среди россиян. В самом конце мы предложим некоторые рекомендации по противостоянию путинской информационной машине в условиях войны – как общего характера, так и относящиеся к отдельным группам российского общества.

МНОЖЕСТВЕННОСТЬ НАРРАТИВОВ И «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПУЗЫРИ»: ИЛЛЮЗИЯ ВЫБОРА

Мы мало что знаем о том, как в практическом смысле управляется информационная машина путинизма во время войны. Поэтому нельзя уверенно сказать, является ли всё излагаемое ниже осознанной и целенаправленной политикой Кремля, базирующейся на постоянной аналитической работе, или же это синергетический эффект от самостоятельной деятельности множества структур, каждая из которых пытается доказать свою нужность и тем самым увеличить свои бюджеты. Поэтому предлагаем считать это моделью того, как в практическом смысле работает механизм коммуникации путинского режима с различными группами населения в России, а также за её пределами.

Главной чертой путинизма, о которой необходимо помнить, является отсутствие у него какой-то целостной и единой для всех идеологии¹. Путинизм следует рассматривать как множество нарративов, цель каждого из которых состоит в том, чтобы делать самого Путина и его режим приемлемыми для тех или иных сегментов аудито-

рии, исходя из их потребностей и представлений о мире и себе. При этом никаких противоречий между разными нарративами путинские информационные менеджеры не боятся. Даже наоборот: во всех случаях, сложных для выгодной Кремлю интерпретации событий, он выдвигает множество взаимоисключающих версий, вокруг которых и формируются информационные пузыри для тех, кто готов принять версию, выгодную режиму.

Наиболее показательный кейс, иллюстрирующий сказанное, – ситуация со сбитым в 2014 году самолётом «Малайзийских авиалиний». С самого начала кризиса, вызванного гибелью пассажиров рейса МН17, российская сторона по разным каналам одновременно предлагала несколько версий развития событий, каждая из которых вела к мысли, что Россия ни при чём и все обвинения в её адрес ложны. Например, утверждалось, что «Боинг-777» якобы был сбит украинским самолётом, находившимся в небе; что установка «Бук», ракета от которой сбила самолёт, была украинской и находилась на территории, контролировавшейся украинцами. Наконец, была запущена и самая экзотичная конспирологическая версия, которая тем не менее нашла своих сторонников: что живых пассажиров в самолёте не было, он был заранее наполнен трупами, а вся катастрофа – операция

¹ Мы подробнее писали об этом ранее: <https://www.spiegel.de/ausland/wladimir-putin-hass-ist-die-gefahrlichste-waffe-des-russischen-praesidenten-a-dec3577d-3300-4e2b-810f-269bc624aac2>

ЦРУ США². Раскритиковать конспирологию с самолетом и трупами, вымышленными персонажами вроде «лётчика Волошина» и «диспетчера Карлоса» весьма соблазнительно³. Однако при всей недостоверности каждой из версий, все они вместе взятые смогли отвлечь лояльную Путину аудиторию от принятия того факта, что пассажирский самолёт был сбит из российского «Бука» российскими военными⁴.

Путинский режим активно использует недоступные диктатурам прошлого возможности современной коммуникационной среды и работает не со всем массивом граждан одновременно и по одной повестке, а с множеством групп и подгрупп общества по отдельности, подбирая для каждой подходящие ей нарративы, собственных лидеров мнений и подсвечивая именно те новости из общенациональной повестки дня, которые значимы и эффективны для работы именно с ней. Таким образом путинская информационная машина продуцирует и/или поддерживает множество выгодных для себя информационных пузырей, в каждом из которых информационный фон отличается, но при этом транслирует лояльность Путину.

Важнейшим механизмом работы с обществом в последние годы стали соцсети, в которых работники «фабрики троллей» не только оскорбляют критиков режима и оспаривают их заявления, но и поддерживают внимание к нужным сюжетам и высказываниям, ориентируясь на вкусы и предпочтения разных групп потребителей информации⁵. Масштаб этой деятельности и её скоординированность сложно оценить, но скорее всего, они гораздо больше, чем принято думать.

Другой аспект использования возможностей социальных сетей – это создание и/или поддержание множества нишевых микромедиа в виде аккаунтов в Telegram, YouTube, TikTok и российских социальных сетях VK, Ok.ru и «Дзен» (до апреля

2022 – Yandex.Zen), ныне принадлежащих компании ООО «ВК», контролируемой государством. Именно такие проекты позволяют оперативно создавать нюансированный контент, учитывающий вкусы и интересы различных групп населения России и тех стран, которые интересуют Кремль.

Значительная часть этих микромедиа, особенно каналы в Telegram, анонимны и позиционируют себя как близкие к центрам власти и силовым структурам источники. Они формируют у своих читателей убеждение, что те получают доступ к важной информации едва ли не из кремлёвских кабинетов. Многочисленные нишевые микромедиа создают эффект плюрализма мнений, иллюзию поиска информации и самостоятельной выработки своего мнения у отдельного индивидуума.

С началом войны в Украине в социальных сетях была развёрнута целая сеть «военкоров»⁶, задача которых – информировать аудиторию о ходе военных действий из первых рук, буквально с передовой. Часть этих авторов (как правило, ведущих телеграм-каналы) действительно находится в действующей армии РФ или вооружённых соединениях, воюющих под флагами «народных республик». Но есть и те, кто просто пересказывает от своего имени официальные сообщения ВС РФ с теми или иными акцентами. В целом всё это создаёт эффект «окопной правды», то есть достоверной информации от свидетелей и участников войны.

Важность и успешность этих приёмов нельзя недооценивать, особенно сталкиваясь с убежденными и мотивированными сторонниками той или иной кремлёвской концепции. Удобно думать, что перед нами «жертва пропаганды», которая из одного источника («насмотрелся телевизора») получает все свои представления о мире. В этом случае кажется, что человек изменит свое мнение, стоит лишь сообщить, что путинская пропаганда ему врёт. Однако ситуация может быть зеркальной: сам этот человек считает «жертвами пропаганды» как раз тех, кто пытается с ним спорить и предлагает в качестве истины новостные сводки ВСУ или информацию из иностранных или эмигрантских СМИ. При этом человек, ориентированный на кремлёвскую картину мира, ощущает себя критически мыслящей и эрудиро-

2 См., например: <http://ru-an.info/новости/катастрофа-малайзийского-боинга-это-специальная-операция-цру-сша/>

3 Диспетчер Карлос – человек, которого один раз показали по Russia Today как якобы авиадиспетчера, на его показаниях основывалась аргументация в репортаже. Лётчик Волошин – реальный украинский лётчик, который в 2014 году осуществлял полеты, а в 2018 году покончил с собой. Однако российская пропаганда выдвинула теорию, что он на своём самолете сбил малайзийский боинг, хотя в реальности самолет был сбит ракетой с земли, и лётчик отношения к инциденту не имеет.

4 Обзор российских версий и хронология их появления изложены в расследовании [ICTV](#).

5 О том, как российские власти широко используют фабрики троллей, в разное время выходило много журналистских расследований. См., например, расследования [РБК](#), [ВВС](#) и [«Свободы»](#).

6 Слово из лексики советской пропаганды времен Второй Мировой войны: «военкоры» – военные корреспонденты.

ванной личностью, которая имеет достоверную картину событий, собранную по крупицам из разных источников. Осознать, что все эти источники на самом деле работают на одну цель, а потому манипулируют аудиторией и сознательно её дезинформируют, совсем непросто, особенно находясь много лет внутри информационного пузыря, а не наблюдая его со стороны.

Нельзя не напомнить, что в разгар эпидемии COVID-19 противники вакцинации в России именно себя считали носителями научного и критического мировоззрения как раз на основании того, что пользовались множеством источников, якобы сообщавших неудобную властям правду, в то время как сторонники вакцинации виделись им жертвами прямолинейной пропаганды, транслировавшейся по всем официальным каналам.

С учётом того, что в антипрививочную пропаганду были вовлечены и официальные российские медиа (например, Russia Today), на её примере можно увидеть некоторые приёмы работы путинской информационной машины, применяемые и во время войны. В частности, нельзя не отметить, что проблемы с кампанией вакцинации стали побочным эффектом насаждения в российском обществе конспирологии и тотального недоверия к Западу. Ряд важных для консервативной агитации медиафигур (например, Никита Михалков) продолжали распространять конспирологические теории даже после начала эпидемии в России. Финансируемый государством канал RT, а также связанные с ним аккаунты в соцсетях одновременно агитировали за вакцинацию в России, жёстко критикуя антипрививочников, но на информационных каналах, транслирующихся в Европе, занимались антипрививочной агитацией, которую затем переводили и использовали антипрививочники в России ⁷.

К сожалению, даже после того, как эти тенденции вскрылись, никаких фундаментальных изменений в работе государственной информационной машины не произошло, что многое говорит о её приоритетах: очевидно, сохранение у аудитории конспирологического мышления для российской власти представляется более важным, чем его разоблачение – даже в условиях эпидемии.

Важно отметить также, что даже в насыщенном свободными медиа информационном пространстве Германии и других стран Запада путинская информационная машина добивалась некоторых результатов, дискредитируя политику властей ЕС в борьбе с эпидемией и саботируя прививочную кампанию. Это значит, что все описываемые выше методы и технологии вполне могут работать не только в России, что ещё раз указывает на их эффективность и потенциальную опасность. Стоит ли удивляться, что путинская информационная машина так успешна в России, где у неё нет конкурентов?

ВОЙНА

При всей важности социальных сетей, именно государственное телевидение остаётся связующим элементом всей информационной машины – прежде всего потому, что оно всё ещё имеет большую аудиторию и сохраняет авторитет поставщика достоверных сведений прежде всего для лояльных Путину сегментов российского общества. Именно через политические ток-шоу на телевидении путинский режим презентует аудитории множество противоречащих друг другу спикеров и концепций, которые по отдельности ему удобны. Потом раскрученные на ТВ спикеры создают свои аккаунты в социальных сетях или микромедиа, которые, в свою очередь, цитируются другими медиа. Так формируется целая взаимосвязанная экосистема.

Отличная иллюстрация вышесказанного – это информационная система, созданная вокруг Владимира Соловьева: помимо трансляции его выступлений, она вводит в оборот множество других спикеров, продвигает их микромедиа, которые бесконечно взаимодействуют между собой в разных конфигурациях.

Другой интересный пример того, как работает рассматриваемая технология – фигура Александра Дугина, маргинального публициста и провластного пропагандиста. На Западе и у части российской оппозиционной публики сформировался миф о его близости к Путину – предположительно, Дугин чуть ли не формирует идеологию нынешнего режима. Благодаря этому мифу создано мнение, что, читая сочинения Дугина и слушая его выступления, можно проникнуть в голову Путина, а критикуя и разоблачая содержащиеся там несуразности – показать всю идей-

⁷ См. исследование «Медузы» об информационной политике Кремля в период вакцинации: <https://meduza.io/feature/2021/11/09/v-rossii-rt-agressivno-propagandiruet-vaktsinatziyu-veduschie-kanala-nazyvayut-ee-protivnikov-imbetsilami-zato-na-zapade-kanal-stal-ruporom-otritsateley-kovida>.

ную ошибочность путинизма или его духовную близость к неонацизму. На самом деле Дугин – лишь один из очень многих персонажей, сотрудничающих с Кремлём, и его задача – снабжать идеологическим продуктом одну из множества консервативно-шовинистических групп, не более того. Если с наиболее одиозными цитатами Дугина подойти к лояльному Путину человеку из других групп, то он, скорее всего, пожмёт плечами и скажет, что или вообще не знает, кто такой Дугин, или же не считает, что его высказывания имеют какое-либо отношение к Путину и его политике.

В итоге для потребителя путинская информационная машина выглядит вовсе не как бесконечный монолог одного циничного пропагандиста, а как полноценная дискуссия, где может что-то найти для себя практически каждый, кто согласен с базовым тезисом: Путин, так или иначе, прав. Всё это усиливает уже описанный выше эффект: потребителям путинских нарративов кажется, что они имеют доступ к широкой палитре мнений и выслушивая разные позиции формируют собственную. Оппоненты же, как мы уже отмечали, кажутся им как раз зомбированными жертвами западной и украинской пропаганды, потому что все они говорят одно и то же («по методичке Госдепа»). Последнее тем более представляется логичным, если учесть, что вся альтернативная информация как раз монологична и исходит из нескольких хорошо скоординированных источников: от военно-политического руководства Украины и структур стран, входящих НАТО.

Таким образом, прежде чем пытаться переубедить какого-то конкретного человека или даже целую группу в неадекватности путинской пропаганды, необходимо как минимум выяснить, в каком из информационных пузырей они живут. Как нам представляется, причина затруднённой коммуникации с лояльной Путину аудиторией коренится именно в том, что её внутренняя сложность и противоречивость преуменьшается или полностью игнорируется.

Потребители информации из западных, украинских и оппозиционно настроенных медиа тоже сидят в разных информационных пузырях, но объединяет их всех консенсус вокруг того, что Россия не права, потому что именно она начала войну, в то время как Украина сопротивляется и потому права, и что российская армия совершает преступления против мирных жителей.

Потребителей же информации путинских медиа объединяет только лояльность Владимиру Путину – причём не обязательно полная и безусловная. По другим вопросам никакого консенсуса между обитателями разных пузырей может и нет быть, более того, они могут смотреть на одни и те же события и явления противоположным образом. Поэтому постоянно приходится сталкиваться с ситуацией, когда некий факт, который для противников Путина и войны выглядит очевидным, вовсе не воспринимается так другой стороной. Напротив, другая сторона оперирует множеством интерпретаций.

Возьмём для примера кейс Бучи – пригорода Киева, где во время оккупации российским войсками были совершены многочисленные преступления против мирных жителей. В антипутинском дискурсе всё выглядит понятным: российская армия во время оккупации совершила доказанные военные преступления, о которых надо рассказать россиянам, и тогда они сразу всё поймут и про эту войну, и про Путина.

В информационных же пузырях путинизма история Бучи может выглядеть иначе и объясняться по-разному: 1) «Это всё постановка, ничего такого не было» 2) «Все убитые – жертвы украинских «национальных батальонов» 3) «Все убитые – нацисты, которых наши антифашисты были вынуждены наказать» 4) «Идёт война, и случайные жертвы неизбежны». 5) «Никто на самом деле не знает, что там было, всё не так однозначно». При этом нужно оставить за скобками идейных российских национал-шовинистов, которым вообще не кажется неправильным убивать представителей других народов просто потому, что они другие.

Причины войны, её смысл и ход – всё это не имеет какого-то единого для всех россиян объяснения, которое можно было бы опровергнуть набором фактов и тем самым доказать, что война эта аморальна и преступна. По одной версии, никакой войны нет, а есть СВО – локальная операция для защиты «граждан ЛДНР». По другой, эта война идёт за освобождение братского украинского народа и всей Украины от ига нацистов и Запада. По третьей, никакого украинского народа вообще нет и речь идёт как бы о гражданской войне, в которой одна часть русского народа, «правильная», спасает другую его часть, которую одурманили внешние силы. По четвёртой, это война за возрождение СССР, где все народы жили как братья, пока их не поссорили. По пятой, это исправление последствий революции 1917 года, в ходе кото-

рой великая и прекрасная Российская империя была разделена большевиками. По шестой, это просто война, в которой наши воюют против наших, и потому надо болеть «за наших». Между прочим, такая версия событий постепенно выходит на первый план, и именно она позволяет не только нивелировать эффект от растущего числа жертв войны в России, но даже использовать их в пользу Путина: из-за чего бы ни началась эта война, на ней уже погибло много наших и теперь уже нельзя просто так остановить её, не отомстив и не победив.

Таким образом, все те, кто против войны, примерно одинаково понимают, против чего они выступают. А вот те, кто так или иначе поддерживают войну, видят её по-разному и, соответственно, поддерживают совсем не то, что им зачастую приписывают противники войны. Достаточно почитать публикуемые разговоры с людьми в России на эту тему⁸, чтобы увидеть, насколько по-разному они описывают свою поддержку и то, что именно они поддерживают.

Множественность информационных пузырей путинизма имеет важную особенность: все они так или иначе связаны между собой. Отдельный человек может одновременно находиться в нескольких из них. Поэтому, даже если в логике одного происходит сбой, то его обитатели всегда могут «перепрыгнуть» в любой другой, где действует новая логика, позволяющая интерпретировать тревожное событие совершенно иначе – выше мы разбирали эту ситуацию на кейсе Бучи.

Таким образом, популярный вопрос «Как россияне могут одобрять войну с Украиной?» лишён смысла без уточнения того, какие именно россияне какую именно войну поддерживают. Как уже отмечалось, в каждом информационном пузыре своя версия войны и свои причины её поддержать или хотя бы не противостоять ей. Поэтому поддержка политики Путина в Украине или хотя бы лояльность к ней многих граждан России вовсе не значит, что они поддерживают всё то, с чем ассоциируется эта война у другой стороны: бомбардировки мирных городов, гибель детей, изнасилования и грабежи. Они или не имеют представления о реальных масштабах происходящего, или возлагают вину за преступления и ужасы войны на другую сторону. В конце концов, они могут сознательно или бессознательно

не хотеть знать ничего плохого про свою страну, своё правительство, свою армию – и это тоже часть общей стратегии путинских коммуникаций с обществом: в каждой конкретной ситуации каждому человеку предлагается множество возможностей выбрать удобную ему сейчас позицию, чтобы не винить ни себя, ни путинский режим.

ОСНОВНЫЕ СЕГМЕНТЫ АУДИТОРИИ

В заключение, чтобы излагаемая концепция была наглядной, позволим себе привести небольшую типологию различных групп аудитории, лояльной Путину.

1. «Советские люди». В основном это представители возрастных групп от 45 лет и старше, имеющие личные воспоминания о детстве и молодости в СССР, склонные идеализировать и романтизировать этот период истории. Для них важны советские символы (Ленин, Сталин, красный флаг, другая символика СССР), а символика современной России (триколор, двухглавый орёл) и даже само название страны им часто не нравится. Для этих людей большое значение имеет и культ Победы, потому что в силу возраста они или застали войну (самые старшие из группы) или воспитывались теми, кто её застал в том или ином виде. Несмотря на большое доверие к ТВ, они освоили интернет и социальные сети, но в источниках информации там ориентируются крайне плохо и часто составляют аудиторию всевозможных маргинальных и нишевых микромедиа просоветской направленности.

Война в Украине для них – продолжение Великой Отечественной войны, война против неонацистов-бандеровцев за освобождение и возрождение Советской Украины и вообще СССР. Работая с людьми из этой группы, необходимо избегать негативных оценок советского прошлого, непривычного им изложения исторических событий (в том числе и далёкого прошлого – они свято верят, что история была именно такой, как в советских учебниках) и использовать соответствующий лексикон. Для перенастройки этой группы Путин и его режим могут позиционироваться как преемники Ельцина, антисоветчики, которые уничтожили все социальные завоевания социализма и предали интернационализм. Про Украину необходимо говорить советскими штампами – «братский народ, плечом к плечу с которым мы вместе воевали и строили СССР», представляя войну с Украиной как предательство Путиным об-

⁸ См., например, материал «Медузы»: <https://meduza.io/feature/2022/04/24/voyti-vo-mrak-i-naschupat-v-nem-lyudey>.

щего советского прошлого. Создавая продукцию для этой группы, важно попадать в визуальную и текстуальную эстетику уже существующих просоветских медиапроектов.

Идеальные спикеры для этой группы – возрастные, бывшие военные (или выглядящие как бывшие военные).

2. «Российские патриоты». Ядро этой группы – мужчины 25-45 лет, активно пользующиеся интернетом. Для них Россия – это прежде всего путинская Россия со всеми её праздниками, символами и ритуалами. Другой страны они или не помнят (те, кому 25-30 лет), или же она вызывает у них негативную реакцию («лихие 90-е»). Они считают, что надо быть лояльными своей стране в любой ситуации. В этой группе популярны различные конспирологические теории и «альтернативная история».

Война в Украине для них – это прежде всего возрождение величия России, вынужденная мера, необходимая для сохранения статуса великой державы. Это довольно рыхлая и внутренне очень многообразная группа, но в ней вполне можно выделить тех, кто готов отделиться от Путина и его войны. Работая с ними, важно избегать негативных оценок России, её истории, культуры и прошлого. Надо учитывать приверженность этой группы широко понимаемым «традиционным ценностям» и не требовать от нее одобрения радикально неприемлемых для неё культурных форм вроде гей-парадов и феминизма. Для начала хорошо сводить все коммуникации к тому, что Путин уничтожает будущее России и позорит все её славное прошлое, а война на самом деле только вредит России.

Идеальный спикер для этой группы – взрослый мужчина, предпочтительно с экспертным статусом, рассудительный и скептический в том числе и по отношению к Западу, Украине и российской оппозиции.

3. «Русские националисты». Небольшая, но очень активная группа населения, потенциально готовая к участию в протестах, но не под любыми лозунгами. В основном это молодые русские жители больших городов (15-35 лет). Исповедуют широкий спектр националистических (вплоть до неонацистских) взглядов. Просоветская агитация, как и официозные восторги в адрес Рамзана Кадырова, вызывает у них отторжение. Война в Украине для них – это триумф воли и право сильного, колониальная война, завоевание

вражеской территории. В работе с этой группой надо быть максимально осторожными, лучше опираться на идеологию национал-демократов, которая достаточно разработана и сводится к тому, что русским людям надо думать о том, как обустроить Россию, а Украина им вообще не должна быть интересна. Такой национализм надо объявлять хорошим и перспективным, а другой – обличать. Путин и его режим для данной группы может представляться как антирусский и сознательно стремящийся уничтожить русский народ или ведущий его к упадку ради торжества своих безумных теорий.

Идеальный спикер для этой группы – молодой человек характерной внешности, лучше с биографией в движении (сейчас таких достаточно много в Европе).

4. «Антизападные конспирологи». Аморфная и пассивная группа, в которой могут быть представители самых разных возрастов, со своим сложившимся лексиконом и мифологией. Никакой позитивной идеологии у них нет, зато есть завязанная на конспирологию, гомофобию и ксенофобию ненависть к Западу и прежде всего США.

Война в Украине для них прежде всего – война с Западом, в которой украинцы вообще не являются субъектом. Поэтому представители этой группы могут вполне осознанно ненавидеть Украину и ничуть не жалеть украинцев. Работая с этой группой, необходимо не столько оправдывать Запад и пытаться заставить полюбить Украину, сколько подводить их к мысли, что Путин или сам является агентом Запада, который уничтожает Россию в своих интересах, или настолько глуп и политически близорук, что поддаётся на провокации Запада, втянувшего его в войну с непредсказуемым результатом.

Спикером может быть кто угодно, главное – знание терминологии и умение выворачивать против Путина любые существующие теории заговора.

5. «Обыватели». Самая большая группа населения, которая мало интересуется политической агитацией в любом виде. Могут вполне скептически относиться к Путину и не испытывать никаких восторгов по поводу войны, но в целом предпочитают декларировать лояльность режиму и искать оправдания политике властей. Война в Украине для таких людей – независимое явление, происходящее пока не в их местности. От них не стоит требовать приня-

тия каких-то радикальных антивоенных и антипутинских лозунгов, зато с ними имеет смысл говорить о том, что на Западе жизнь всё равно лучше (с подробными доказательствами), а в России даже то хорошее, что сделал сам Путин, уничтожается им же непонятно для чего. Главный тезис для этой группы: «при Путине никогда больше не будет нормальной жизни». Единственный шанс на нормализацию жизни в стране – уход Путина и завершение войны.

Идеальные спикеры – психологи, преподаватели йоги, фитнес-тренеры или нутрициологи, делящиеся невесёлыми наблюдениями о жизни, сопровождая их нарастающими выпадами в адрес Путина.

Для упрощения коммуникации можно сократить количество групп до трёх: «Обыватели», «Национал-патриоты» и «Советские антизападники».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

1) Не существует никаких «средних россиян», которые видят мир одинаково. Для противодействия информационной войне, которую ведёт режим Путина, недостаточно журналистов, сообщающих факты и новости, и политических активистов и комментаторов, бесконечно повторяющих антивоенные и антипутинские лозунги. Российское общество сегментировано, и для эффективной работы с ним необходимо учитывать его структуру и таргетировать информацию, подбирая для разных групп разные аргументы и факты или адаптируя их с учётом групповых особенностей.

2) Путинский режим создал современную и эффективную систему распространения выгодной ему информации и контроля за умами лояльно настроенной аудитории. Недооценивать её и считать «тупой пропагандой» – большая ошибка, ведущая к неверной реакции на создаваемые ею вызовы.

3) Не имеют смысла «холодные» контакты, то есть попытки любым способом (обзвон, рассылка смс, спама и т.д.) сообщить набор банальных антивоенных и антипутинских лозунгов произвольно выбранному человеку или группе лиц. Скорее всего, это не только не переубедит его, но даже наоборот – укрепит во мнении, что Запад ведёт информационную войну против России, как его неустанно предупреждают в путинских медиа. Ожидать эффекта можно от целенаправленного воздействия на заранее выбранные группы с помощью подобранных именно для них аргументов и фактов.

*

Последняя дата редакции текста 14 сентября 2022. Работа не включает анализ ситуации после начала частичной мобилизации и последующих событий.

О СЕРИИ

Russian Crisis / «Российский кризис» – серия аналитических материалов, посвященная последствиям серьёзного кризиса, вызванного событиями в современной России и вокруг неё. С одной стороны, полномасштабное вторжение России в суверенную Украину в 2022 году спровоцировало масштабный военный кризис, с другой – оно бросило нам даже более серьезные вызовы. Россия создает кризисы, потому что сама вошла в кризисное состояние и стала, таким образом, очагом других – теперь уже глобальных – кризисов. Данная серия публикаций дает возможность лучше понять ситуацию внутри России и вписать ее в более широкий политический контекст. Цель – наметить разумные стратегии управления кризисами и пути их разрешения, а также дать политикам представление о российской политике и показать им пути, ориентированные на будущее.

Редактором серии является Григорий Юдин – политический теоретик и социолог, сотрудничающий с различными академическими институтами в России и США. Внес свой вклад в теоретизирование российской политики в рамках современных мировых тенденций, проводил полевые исследования в России и за ее пределами, участвовал в методологических дебатах по изучению и прочтению российского общества. Григорий ведет активную научную деятельность, работает над докладами и программными документами под заказ, а также сотрудничает с крупнейшими СМИ в России и за рубежом.

ОБ АВТОРЕ

Фёдор Крашенинников – российский оппозиционный политический аналитик, комментатор и публицист. Автор книг, статей, аналитический записок, постоянный комментатор в русскоязычных медиа. Специализируется на темах российской федеральной и региональной политики, развития современных медиа и их использования в российской пропаганде.

В России подвергался преследованиям и был вынужден покинуть ее в 2020 году. С тех пор живет в Вильнюсе, Литва. В 2022 году Министерство Юстиции РФ признало Фёдора Крашенинникова «иностранным агентом».

Email: antonvalek@gmail.com

Канал YouTube:

<https://www.youtube.com/c/FedorKrashennikov>

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ

Friedrich-Ebert-Stiftung e.V. (FES)

Годесбергер Але 149

53175 Бонн

Германия

www.russia.fes.de

E-mail: info@fes-russia.org

Ответственный за издание:

Отдел международного сотрудничества,
Российская программа Фонда им. Фридриха
Эберта

Ответственный за содержание и редакцию:

Алексей Юсупов

Мнения, выраженные в данной публикации, могут не совпадать с позицией Фонда им. Фридриха Эберта. Коммерческое использование материалов, опубликованных Фондом, не допускается без его письменного согласия. Публикации FES также не могут быть использованы в целях предвыборных кампаний.

© 2022

АННОТАЦИЯ



Путинизм следует рассматривать как множество нарративов, цель каждого из которых состоит в том, чтобы делать самого Путина и его режим приемлемыми для тех или иных сегментов аудитории, исходя из их потребностей и представлений о мире и себе. При этом никаких противоречий между разными нарративами путинские информационные менеджеры не боятся. Даже наоборот: во всех случаях, сложных для выгодной Кремлю интерпретации событий, он выдвигает множество взаимоисключающих версий, вокруг которых и формируются информационные пузыри для тех, кто готов принять версию, выгодную режиму.



Путинский режим активно использует недоступные диктатурам прошлого возможности современной коммуникационной среды и работает не со всем массивом граждан одновременно и по одной повестке, а с множеством групп и подгрупп общества по отдельности, подбирая для каждой подходящие ей нарративы, собственных лидеров мнений и подсвечивая именно те новости из общенациональной повестки дня, которые значимы и эффективны для работы именно с ней. Таким образом, путинская информационная машина производит и/или поддерживает множество выгодных для себя информационных пузырей, в каждом из которых информационный фон отличается, но при этом транслирует лояльность Путину.



Все те, кто против войны, примерно одинаково понимают, против чего они выступают. А вот те, кто так или иначе поддерживают войну, видят её по-разному и, соответственно, поддерживают совсем не то, что им зачастую приписывают противники войны. Достаточно почитать публикуемые разговоры с людьми в Россию на эту тему, чтобы увидеть, насколько по-разному россияне описывают свою поддержку и то, что именно они поддерживают.