

А.И. ПЕТРЕНКО

## СПЕЦПРОПАГАНДА И БОРЬБА С НЕЙ В УСЛОВИЯХ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

***Аннотация.** Тема статьи касается анализа основных характеристик спецпропаганды, ее цели, особенностей осуществления в условиях специальных военных операций. Рассмотрены также проблемы организации контрпропаганды и технологии информационных прививок, как инструмента борьбы со спецпропагандой.*

***Ключевые слова:** пропаганда, спецпропаганда, контрпропаганда, градация принципов военной пропаганды, информационные прививки.*

## SPECIAL PROPAGANDA AND THE FIGHT AGAINST IT IN THE CONTEXT OF A SPECIAL MILITARY OPERATION

***Abstract.** The topic of the article concerns the analysis of the main characteristics of special propaganda, its purpose, and the peculiarities of implementation in the conditions of special military operations. The problems of organizing counterpropaganda and information vaccination technology as a tool to combat special propaganda are also considered.*

***Keywords:** propaganda, special propaganda, counterpropaganda, gradation of the principles of military propaganda, information vaccinations.*

Основные цели развернутой информационной войны и пропаганды против нашей страны можно с определенной долей условности сгруппировать следующим образом: доведение жителей Украины до истероидной русофобии; формирование ненависти к России у населения европейских и других стран; формирование у наших граждан негативного отношения к спецоперации и руководству страны.

Реализация программы по соответствующей работе с украинцами началась задолго до начала СВО. Она представляет собой не просто пролонгированный практически на 30 лет комплекс мероприятий по внесению изменений в сознание украинских граждан кардинальных изменений, которые должны были обусловить практически изменение их менталитета. Это и искажение истории, и гонения на православную церковь, и героизация бандеровщины, и свержение законно избранной власти, и практический

---

ПЕТРЕНКО Анатолий Иванович — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры методики воспитания и дополнительного образования Академии социального управления, г. Москва

запрет на русский язык, и снос исторических памятников, и многое другое. Но все это делалось под мотивы демонизации России, формирования ее образа как единственного и главного врага Украины.

Конечно, этот хорошо спланированный и профинансированный план не мог не дать соответствующие результаты. В данном информационном поле выросло не одно поколение граждан Украины, которое практически было лишено возможности получения какой-либо альтернативной и правдивой информации об истории развития отношений между нашими народами, о совместно пережитых трагедиях и одержанных победах. Все это следует учитывать при реализации продекларированной президентом России цели о денацификации населения Украины. Это — работа на долгие годы, ее следует осуществлять поэтапно и вдумчиво, без чиновничьих реляций по поводу того, кто, сколько и кого денацифицировал.

Формирование ненависти к России у жителей европейских и других стран идет по той же схеме. Тут используется три базовых лозунга: «надо сделать все, чтобы исключить зависимость от России в чем бы то ни было»; «Россия представляет для нас угрозу, в том числе и военную»; «нам надо объединиться и сообща развалить Россию». Всё это делается настолько грамотно, что большинство европейцев даже не понимают, что, избавляясь от надуманной зависимости от России, они стройными рядами идут в кабалу к США. Американцы взорвали готовый к пуску газопровод, находящийся в совместной собственности России и Германии, — кто-то из официальных лиц последней хоть слово по этому поводу сказал? США сделали все, чтобы перевести к себе значительную часть высокотехнологичных экономик — и снова нулевая реакция. Создается впечатление о тотальном зомбировании представителей европейских политических элит, которые делают все, что говорят американцы даже во вред своим странам и народам.

Внушение россиянам негативного отношения к спецоперации также началось задолго до ее начала. Основу программы, направленной на деформацию сознания вначале советского, а затем российского народа, совершенно однозначно сформулировал более 50 лет тому назад основатель ЦРУ и главный методолог того времени Ален Даллес: «Посеяв там [в Советском Союзе] хаос, мы незаметно подменим их ценности на фальшивые и заставим их в эти ценности поверить. Как? Мы найдем единомышленников... Найдем союзников и помощников в самой России.

Эпизод за эпизодом будет разыгрываться грандиозная по своему масштабу трагедия гибели самого непокорного на земле народа, окончательного, необратимого угасания его самосознания...

Мы будем всячески поддерживать и поднимать так называемых художников, которые станут насаждать культ секса, насилия, садизма,

предательства, — словом, всякой безнравственности. В управлении государством мы создадим хаос и неразбериху...

Мы будем незаметно, но активно способствовать самодурству чиновников, взяточников, беспринципности. Бюрократизм и волокита будут возводиться в добродетель...

Честность и порядочность будут осмеиваться и превратятся в пережиток прошлого. Хамство и наглость, ложь и обман, пьянство и наркоманию, животный страх друг перед другом и беззастенчивость, предательство, национализм и вражду народов, прежде всего к русскому народу, — все это мы будем ловко и незаметно культивировать, все это расцветет махровым цветом...».

Как говорится — ни прибавить, ни убавить! Подобная деятельность направлена не только на выработку негативного отношения к спецоперации на Украине, главная ее цель — разложение нашего общества, формирование у населения недоверия к власти и любым принимаемым ею решениям. Сказанное показывает необходимость немедленной разработки и реализации конкретных мер, преследующих цель сплочения российского общества, активной пропагандистской работы на территории Украины и других стран, прежде всего тех, которые входят в различные международные организации под патронажем США.

### **Особенности пропаганды в условиях специальных военных операций**

В первую очередь хотелось бы остановиться на понятии «специальная военная операция». Этот термин введен в оборот американцами еще в 1986 году и в американском полевом уставе сухопутных войск трактовался как небоевая операция по поддержанию мира и боевая операция по установлению мира. Но уже в 1993 году в американских уставных документах данное понятие получило название «конфликт низкой интенсивности».

В чем же те же американцы видят принципиальное отличие понятия «война» от понятия «специальная военная операция» или «конфликт низкой интенсивности»? Если одно государство намерено захватить какую-либо страну или ее часть или сменить в ней политический режим — то это «война». Если же такой задачи не ставится, а планируется разгром вооруженных сил противника и побуждение его к миру, — то это «конфликт низкой интенсивности».

Кроме того, если страна проводит специальную военную операцию, то она теоретически может избежать ответственности по международному гуманитарному праву, которое требует от воюющих сторон соблюдения определенных условий: формальный акт объявления войны, как этого требует Гагская конвенция 1907 года; разрыв дипломатических отношений между

воюющими государствами, что является следствием объявления войны; аннулирование всех двусторонних договоров, торговых и политических; ввод в силу специального правового режима для комбатантов и мирного населения (основа этого правового режима — Женевские конвенции о защите жертв войны 1949 года и Дополнительные протоколы к ним 1977 года, различные соглашения, конвенции, протоколы, резолюции Генеральной Ассамблеи ООН и другие документы).

В России вопросы обороны и безопасности регулируют более чем 70 федеральных законов (в том числе Стратегия национальной безопасности, Военная доктрина, Концепция внешней политики, Концепция строительства военной организации государства), около 200 указов Президента, примерно 500 постановлений Правительства Российской Федерации, а также подзаконные акты. Но у нас до настоящего времени четкого определения понятия «специальная военная операция» так и не выработано, что создает некоторые трудности в ее подготовке и проведении. В новейшей истории примеров проведения «специальных военных операций» или «конфликтов низкой интенсивности» достаточно много. Только США и их союзники осуществляли такого рода «конфликты»:

- на территории Афганистана — 2001 год;
- против Либии, а затем и против Ирака — 2003 год;
- против Пакистана — 2004 год;
- против Ливии — 2011 год;
- против Сирии — 2014 год;
- против Йемена и Камеруна — 2015 год.

И это далеко не полный перечень подобных «конфликтов». Россия также проводила специальные военные операции: в 2008 году — «принуждение к миру» Грузии; в 2015-м — военная помощь Сирии; с 2022 года — специальная военная операция на Украине.

Напомним, как сформулировал цели и задачи нынешней специальной военной операции Президент России В.В. Путин в своем обращении к нации: «...Нам с вами просто не оставили ни одной другой возможности защитить Россию, наших людей, кроме той, которую мы вынуждены будем использовать сегодня. Обстоятельства требуют от нас решительных и незамедлительных действий. Народные республики Донбасса обратились к России с просьбой о помощи. В связи с этим в соответствии со статьей 51 части 7 Устава ООН, с санкции Совета Федерации России и во исполнение ратифицированных Федеральным Собранием 22 февраля сего года договоров о дружбе и взаимопомощи с Донецкой народной республикой и Луганской народной республикой мною принято решение о проведении специальной военной операции.

Ее цель — защита людей, которые на протяжении восьми лет подвергаются издевательствам, геноциду со стороны киевского режима. И для этого мы будем стремиться к демилитаризации и денацификации Украины, а также

преданию суду тех, кто совершил многочисленные кровавые преступления против мирных жителей, в том числе и граждан Российской Федерации.

При этом в наши планы не входит оккупация украинских территорий. Мы никому и ничего не собираемся навязывать силой...

Сегодняшние события связаны не с желанием ущемить интересы Украины и украинского народа. Они связаны с защитой самой России от тех, кто взял Украину в заложники и пытается использовать ее против нашей страны и ее народа...».

\* \* \*

С самого начала специальной военной операции произошел резкий всплеск пропагандистской активности всех центров, созданных для планирования и проведения психологических кампаний в отношении России, ее лидера и союзников. Прежде чем говорить о спецпропаганде, необходимо определиться с ее базовым термином. Слово «пропаганда» обрело свое нынешнее значение благодаря названию католической организации Congregatio de Propaganda Fide (Конгрегация распространения веры), созданной папой Григорием XV в 1622 году. Таким образом, пропаганду можно в самом общем приближении рассматривать как распространение информации о чем-либо.

Жанр «спецпропаганда» обычно понимается как ведение информационной работы среди войск и населения противника. Это классика информационных противостояний военного времени. Во многих источниках понятия «спецпропаганда» и «военная пропаганда» настолько тесно переплетаются, что с определенной долей условности можно пользоваться термином спецпропаганда.

Работа по использованию пропаганды в период военных столкновений имеет давнюю историю. Уже в период Первой мировой войны были сформулированы главные цели военной пропаганды [см. 1]: убеждать свое население в правильности действий, поддерживать его боевой дух, мобилизовывать и направлять ненависть против врага; любыми методами вносить раскол в лагерь противника, подрывать его боевой дух, ослаблять и деморализовывать его население; развивать дружбу с нейтральными странами, по возможности, превращая их в союзников.

Весьма интересную градацию принципов военной пропаганды дала бельгийский историк Анна Морелли в 2001 году. Она исследовала опыт войн и колониальных конфликтов XX века и их отражение в военной пропаганде и сформулировала 10 основных принципов этой пропаганды:

1. *Мы не хотим войны, мы только защищаемся.* Государственные деятели практически всех стран всегда торжественно уверяли, что не хотят войны. «Если все лидеры воодушевлены одной и той же волей к миру, возникает вопрос, почему в конце концов вспыхивают войны?», задается вопросом Морелли и отвечает на него при формулировке второго принципа.

2. *Наш противник несет полную ответственность за эту войну.* Этот принцип вытекает из факта, что каждая сторона должна быть вынуждена объявить войну, чтобы помешать противнику «разрушить наши ценности» и поставить под угрозу нашу свободу или полностью нас уничтожить.

3. *Лидер нашего противника изначально зол и похож на дьявола.* Персонафикация образа врага в глазах граждан — важнейшая задача. «Вы не можете ненавидеть группу людей в целом, даже как своих врагов. Поэтому более эффективно направлять ненависть на руководящую личность вражеской страны. Таким образом, у „врага“ будет лицо, и это лицо, естественно, станет объектом ненависти».

4. *Мы защищаем благородное дело, а не свои особые интересы.* Экономические и геополитические цели войны должны быть замаскированы идеалом, моральными и законными ценностями. Так, Джордж Буш — старший, говоря о войне в Персидском заливе, заявил: «Борьба идет не за нефть, а против жестокой агрессии». 22 января 1991 года французская газета Le Monde писала: «Цели этой войны — это прежде всего цели Совета Безопасности ООН. Мы участвуем в этой войне по причинам, лежащим в основе решений Совета Безопасности, и наша цель, по сути, заключается в освобождении Кувейта».

5. *Враг целенаправленно совершает зверства; если мы совершаем ошибки, то это происходит без умысла.* Рассказы о зверствах врага являются существенным элементом пропаганды. Настаивание на том, что зверства совершал только враг, делает рассказы о злодеяниях частью пропаганды. Военная пропаганда не довольствуется реальными инцидентами, она должна выдумывать бесчеловечные зверства, чтобы враг выглядел как альтер эго Гитлера.

6. *Враг использует запрещенное оружие.* Этот принцип рассматривается Морелли в дополнение к предыдущему. Во время Первой мировой войны каждая из воюющих сторон обвиняла другую в применении отравляющего газа. Хотя обе противоборствующие стороны использовали газ и проводили исследования в этой области, он был символическим выражением бесчеловечной войны. Поэтому он приписывался врагу как неприличное и коварное оружие.

7. *Наши потери малы, потери противника значительны.* «За редкими исключениями люди склонны присоединяться к победному делу. В случае войны предпочтение общественного мнения во многом зависит от очевидных результатов конфликта. Если результаты не будут хорошими, пропаганда должна замаскировать наши потери и преувеличить потери противника».

8. *Наше дело поддерживают признанные интеллектуалы и художники.* Каждая сторона войны могла рассчитывать на поддержку художников, писателей и музыкантов, поддерживающих интересы своих стран через инициативы в собственных областях деятельности.

9. *Наше дело свято.* В буквальном смысле война предстает как крестовый поход, подкрепленный божественной миссией. Политические решения

приобретают библейский характер, устраняющий все социальные и экономические проблемы. Ссылка на Бога делается по-разному («На Бога уповаем», «Боже, храни Королеву», «С нами Бог» и т.п.) и служит оправданию действий суверена без малейшего шанса на противоречие.

10. *Тот, кто ставит под сомнение нашу пропаганду, помогает врагу и является предателем.* Ставящий под сомнение даже один из принципов обязательно является коллаборационистом. Есть только две области: хорошая и плохая. Вы можете быть только за зло или против него. По этой логике, противники Косовской войны — сообщники Милошевича. По словам Морелли, этот принцип был вновь применен в иракской войне, хотя мировая общественность была гораздо более расколота, чем в косовском конфликте. Быть против войны означало выступать за Саддама Хусейна [2].

Этой же проблемой был озабочен и британский политик лорд Артур Понсонби (1871–1946). Мы не удержались от того, чтобы не предложить сравнительную таблицу этих двух авторов с градацией принципов военной пропаганды [3]:

<b>По Понсонби (1922 г.) Arthur Ponsonby. Falshood in Wartime, 1922</b>	<b>По Морелли (2004 г.) Anne Morelli. Die Prinzipien der Kriegspropaganda Éditions Labor, Brüssel, 2004</b>
Мы не хотели войны.	Мы не хотим войны, мы только защищаемся.
Враг воплощается в конкретной личности.	Наш противник несет полную ответственность за эту войну.
Наши действия мотивируются принципами человеколюбия.	Лидер нашего противника изначально зол и похож на дьявола.
Действия врага отличаются особой жестокостью и вызывают ужас.	Мы защищаем благородное дело, а не свои особые интересы.
Использовать принцип легитимности.	Враг целенаправленно совершает зверства; если мы совершаем ошибки, то это происходит без умысла.
Всегда нужно преувеличивать свои успехи и потери противника.	Наши потери малы, потери противника значительны.
Распространять дезинформацию и слухи.	Враг использует запрещенное оружие.
Использовать «черную» пропаганду.	Наше дело поддерживают признанные интеллектуалы и художники.
	Наше дело свято.
	Тот, кто ставит под сомнение нашу пропаганду, помогает врагу и является предателем.

У А. Морелли принципов пропаганды больше, разумеется, сформулированы они более современно, но все же какое сходство!

## Контрпропаганда

Контрпропаганда — это комплекс мер, направленных на борьбу с пропагандой противника. В условиях специальной военной операции ее можно рассматривать как разновидность спецпропаганды. Она подразумевает наличие ранее изученной информации о целевой аудитории, которая определяется сущностью идей, требующих нейтрализации. Благодаря информации о нейтрализуемых идеях можно довольно точно вычислить дивергентные сообщества — социальные группы, которые представляют собой явных или потенциальных генераторов данных идей. Для субъектов дивергентных групп создаются такие условия, в которых затруднительно дальнейшее развитие каких-либо устойчивых идей; отсутствует какой-либо конструктивный обмен идеями между субъектами группы и, в особенности, между субъектами группы и представителями внешних групп.

Цель контрпропаганды — дискредитация вражеских идей, разрушение нежелательных информационных сущностей и недопущение их возникновения в будущем. Она эффективна, если проведен предварительный и тщательный анализ пропаганды противника; для выстраивания собственной контрпропаганды необходимо четко представлять себе как минимум следующее: кто входил в целевую группу пропаганды противника; каковы планы пропаганды противника; есть ли у нее какие-то результаты, и если да, то какие конкретно; какие слабые и уязвимые места в ней удалось выявить; что из этого можно использовать в контрпропаганде; какие целевые группы должны стать мишенью контрпропаганды; какую контраргументационную модель можно реализовать; каким образом будем осуществлять мониторинг эффективности контрпропаганды.

## Информационные прививки

К контрпропаганде, носящей упреждающий характер, можно отнести технологию «информационных прививок», представляющую собой комплекс мероприятий по заблаговременному оказанию психологического воздействия на сознание аудитории с целью формирования у нее устойчивого негативного отношения к предполагаемым информационным атакам оппонентов. Как уже было сказано, за последнее время радикально возросло количество проводимых против России психологических (информационно-психологических) операций. Заметно меняется их качественная составляющая, направленная на оказание деструктивного воздействия на сознание наших граждан по самым различным направлениям. Еще более активно стали использоваться фейки как инструмент психологических операций. Хотелось бы выделить базовые, на наш взгляд, меры, реализация которых может способствовать нейтрализации деструктивного воздействия такого рода операций. Это меры по упреждению деструктивного воздействия

психологических операций; их сопровождению; устранению последствий их деструктивного воздействия.

К мерам по упреждению деструктивного воздействия психологических операций можно отнести мониторинг информационного пространства для выявления признаков готовящихся информационных атак и проведения операций по информационным прививкам. Подобный мониторинг может позволить заблаговременно прогнозировать время начала таких атак, их контент, а также выделить те социальные страты, на которые они будут направлены. Для его своевременного и качественного проведения необходимо наладить и запустить системную и многоуровневую технологию выявления признаков готовящихся психологических операций, что позволит обнаруживать информационные атаки на наиболее ранних стадиях их подготовки и проведения.

Мониторинг должен охватывать практически все информационное поле, причем не только российское, но и зарубежное. Это — фиксация изменения частотности употребления тех или иных контентных маркеров, их эмоциональное сопровождение и многое другое. Такая информация может способствовать заблаговременному пониманию направленности подготовленных психологических операций как по содержанию, так и по целевым группам — объектам деструктивного воздействия. В совокупности эти меры дадут возможность проведения операций по информационным прививкам прежде всего в стратах, на которые будут направлены информационные атаки.

### ***Проведение операций по информационным прививкам***

*Задачи, решаемые информационными прививками:* ознакомление с основными содержательными элементами фейков, которые будут использованы в очередном транше психологических операций; комментарии по информации, раскрывающие цели авторов психологической операции; формирование психологической готовности к восприятию и оценке вбрасываемой фейковой информации под углом зрения комментариев; организация негативного отношения, недоверия или полного неприятия фейковой информации.

Подготовка материалов для информационных прививок: материалы, которые планируется использовать для информационных прививок, должны быть направлены на разоблачение замыслов организаторов психологических операций, раскрытие целей и методов этих операций; желательно, чтобы в этих материалах использовались словосочетания, похожие на те, которыми будут пользоваться разработчики психологических операций, но с соответствующими комментариями и оценками; в эти материалы целесообразно включать информационные блоки, показывающие, как и в каком виде разработчики конкретной психологической операции будут выдавать

ложную информацию, демонстрировать — как будет нарушаться логика изложения, «замыливаться» доказательность информации за счет чрезмерной эмоциональности изложения.

Проверка их эффективности через фокус-групповое исследование до запуска: предварительная проверка эффективности материалов, которые подготовлены для информационных прививок, дает возможность определить сильные и слабые аспекты этих материалов; фокус-групповое исследование позволяет выявить не только отношение к «прививочным» материалам, но и возможную реакцию на те материалы, которые будут задействованы при организации психологических атак; в качестве экспертов в фокус-групповом исследовании желательно привлекать представителей тех социальных групп, на которые будет направлено деструктивное воздействие; если это деструктивное воздействие ориентировано на несколько страт, то и подбор экспертов должен этому соответствовать.

Проверка эффективности после запуска (интервью, соцопросы и т.п.): важным этапом в борьбе с деструктивным воздействием психологических операций с использованием фейков является проверка эффективности действия информационных прививок, для этого может быть использован широкий арсенал таких методов как интервью, социологические опросы, анализ изменений в системе отношений в конкретных социумах под воздействием психологических атак; такая работа важна для коррекции контрдиффамационного воздействия в конкретных стратах, а также возможной коррекции работы по упреждению деструктивного воздействия психологических операций.

### ***Меры по сопровождению информационных прививок***

*Мониторинг динамики состояния информационного поля:* такой мониторинг позволяет своевременно проанализировать изменения частотности появления фейков определенного содержания, степени их агрессивности и адресности на конкретные страты, появление новых мемов, расширение круга участников информационных атак; получение такой информации необходимо оперативно учитывать при подготовке контрдиффамационных материалов исходя из их своевременной коррекции.

Оперативная подготовка контрдиффамационных материалов: подготовка таких материалов должна осуществляться в режиме онлайн, поскольку это позволяет резко сократить время между восприятием диффамационных и контрдиффамационных материалов, причем в последних могут содержаться ссылки на материалы, содержащиеся в информационных прививках, что позволит задействовать и этот ресурс для нейтрализации воздействия фейковой информации.

Проверка их эффективности через фокус-групповое исследование до запуска: подготовленные материалы тут же проходят экспертную оценку с помощью фокус-группового исследования, причем здесь участникам исследования обязательно предъявляются как сами фейки, так и подготовленные на них антифейки; по итогам исследования принимается решение либо о срочной доработке материалов, либо об их запуске в информационное поле; комплектование фокус-групп экспертами осуществляется по тем же правилам, как и на этапе упреждения деструктивного воздействия психологических операций.

Размещение материалов на аналогичных ресурсах: это условие крайне важно, поскольку представители каждой группы пользуются определенными информационными ресурсами; стратификация системы размещения контрдифамационных материалов позволит оказывать профилактическое воздействие на конкретных представителей различных страт более прицельно и эффективно; определенные трудности могут возникнуть при попытках размещения материалов, подготовленных для зарубежных пользователей, но если поставлена задача оказания на них конструктивного психологического воздействия, то ее необходимо решать, используя все возможности; практика показывает, что найти и дать возможность подготовки объективных материалов иностранными экспертами и журналистами задача вполне решаемая, но такое решение может иметь кумулятивный эффект, причем как у нас в стране, так и за рубежом.

Проверка эффективности после запуска (интервью, соцопросы и т.п.): работа по анализу эффективности воздействия контрдифамационных материалов на представителей конкретных страт строится аналогично, но в исследование включаются и материалы, использованные в информационных атаках; это позволит выявить сильные и слабые стороны не только самих материалов, использованных в информационных атаках, но и подготовленных контрдифамационных материалов; важно определить, какие конкретно материалы из психологической операции оказали свое деструктивное воздействие, на какие страты и в какой степени, как этому способствовало состояние информационного поля, почему не сработал в полной мере инструмент информационных прививок; такая информация даст возможность оперативной коррекции в подготовке контрдифамационных материалов.

Коррекция выявленных недочетов и ошибок: эта работа должна вестись постоянно и системно, поскольку несмотря на то, что организаторы информационных атак хотя и работают часто по шаблону, все же бывают случаи, когда они предпринимают некие новые технологические приемы; своевременная корректировка системы мер по нейтрализации деструктивного воздействия психологических операций позволит более эффективно вести борьбу с информационными атаками.

***Меры по устранению последствий могут включать в себя следующие направления: анализ реального ущерба от деструктивного воздействия психологических операций***

По контенту: проводя анализ того, как воспринимается и усваивается контент психологических операций теми, на кого эти операции направлены можно более целенаправленно разрабатывать и проводить контрдиффузионные мероприятия, нейтрализуя закрепление деструктивного контента в конкретных целевых группах.

По времени воздействия: важен учет и продолжительности деструктивного влияния на конкретные социальные группы; этот фактор особенно важен, когда воздействие оказывалось в течение значительного времени; это важно еще и потому, что воздействие, оказанное 10, 15 и более лет, реструктурирует сознание уже в раннем возрасте и человек продолжает расти внутри созданного деструктивного информационного поля, продолжая впитывать соответствующий контент.

По устойчивости изменений: без определения, насколько устойчивы те изменения в сознании представителей конкретных целевых групп, которые были инициированы авторами информационных атак, невозможно предпринять эффективные меры контрдиффузионной направленности, решить вопрос о содержании, интенсивности и продолжительности контрдиффузионного воздействия; здесь важно учесть еще одно весьма важное обстоятельство, — чем эффективнее будет отлажена работа по мониторингу происходящих в различных стратах изменений, спровоцированных фейками, тем больше шансов не допустить глубоких изменений в сознании представителей конкретных целевых групп при разработке мер по упреждению и сопровождению деструктивного воздействия психологических операций, а также при устранении последствий этого воздействия; эта работа должна вестись системно, с учетом динамики любых негативных проявлений в информационном поле.

По конкретным социальным стратам: анализ реального ущерба от деструктивного воздействия психологических операций в конкретных социальных стратах дает возможность рентабельнее строить в них контрдиффузионную работу; далеко не всегда можно применять одни и те же приемы и технологии контрдиффузионного воздействия, направленные на различные страты; нельзя одинаково строить контрдиффузионную работу в молодежной среде и, например, в среде пенсионеров. И это касается не только возрастных, но и других различий.

***Разработка стратегии коррекционной работы***

Меры по локализации возможного продолжения деструктивных изменений в сознании людей: решение этой проблемы нам видится

в широкомасштабном доведении контрдифамационных материалов, подготовленных с учетом тех изменений в сознании, которые произошли в каждой из социальных групп; причем воздействие на каждую из них осуществляется адресно, интенсивно и качественно; и на этом этапе необходимо предусмотреть меры, направленные на подготовку и проведение операций по информационным прививкам против вновь появляющихся диффамационных воздействий.

Меры по доведению информации о стратегии и тактике организаторов психологических операций: здесь необходимо довести информацию о реальных планах, стратегии и тактике, которые применялись в ходе организации и проведения психологических операций; о том, что уже произошло и что могло бы произойти, если бы не были проведены меры по разоблачению замыслов организаторов психологических операций; главная задача — показать как организаторы последних пытались достичь поставленных целей.

Меры по доведению информации о технологиях манипулятивного воздействия в ходе проведения психологических операций: эти меры должны быть направлены прежде всего на то, чтобы показать людям все те приемы и методы, с помощью которых ими манипулировали; наглядно показать — кто, когда и как обманывал людей, причем и здесь следует учитывать психологические особенности представителей различных страт.

Меры по доведению реальной информации по базовым контентам, использованным при проведении психологических операций: тут решаются вопросы, связанные с раскрытием приемов организаторов психологических операций, в том числе и с применением фейков, направленных на использование реальной информации, но с ложной интерпретацией; эти меры могут проводиться как последовательно, так и в определенном сочетании одновременно, но с обязательной ориентацией на особенности социальных страт.

### **Устранение последствий психологических операций**

Технологии устранения последствий деструктивного воздействия психологических операций включают в себя: подготовку и проведение циклов телепередач на топовых каналах, направленных на информационное обеспечение разработанной идеологии; широкомасштабное проведение подготовленных дискуссионных клубов в социальных сетях, использовавшихся в ходе проведения психологических операций; подготовку и размещение на телевидении и в социальных сетях документальных роликов, дискредитирующих замыслы разработчиков психологических операций; подготовку и размещение аналогичных материалов в зарубежных СМИ, в первую очередь тех стран, с чьих территорий наиболее активно и агрессивно проводились

психологические операции; проведение мониторинга эффективности примененных технологий устранения последствий деструктивного воздействия психологических операций.

Важно понимать, что работа по нейтрализации деструктивного воздействия психологических операций с использованием спецпропаганды должна проводиться системно и на государственном уровне. Эта работа требует подготовки специалистов для работы на каждом из выделенных этапов, она не может быть краткосрочной и требует серьезных бюджетных затрат.

### Список литературы

1. Brown J. From Propaganda to Brainwashing. Harmondsworth, 1963.
2. Anne Morelli Die Prinzipien der Kriegspropaganda Éditions Labor, Brüssel. 2004.
3. Arthur Ponsonby. Falshood in Wartime. 1922.