Игорь Александрович Николайчук

Центр специальных медиаметрических исследований, г. Москва

ianiko@yandex.ru

**Новые вызовы безопасности России в сфере стратегической пропаганды**

Рассмотрены актуальные проблемы организации государственной пропаганды и контрпропаганды в связи с появлением новой концепции национальной безопасности России. Особое внимание уделено построению современной системы организации антироссийской пропаганды со стороны США и стран НАТО.

Ключевые слова**:** концепция национальной безопасности РФ, информационные угрозы, стратегическая пропаганда, инфлюенсер, фактчекинг.

В интервью «Российской газете» секретарь Совбеза Николай Патрушев заявил, что в последнее время для России стала актуальной проблема появления новых угроз в информационной сфере [3]. В этой связи появилась необходимость формирования нового стратегического национального приоритета – информационной безопасности. Его реализация должна обеспечить суверенитет страны в информационном пространстве.
Сказанное означает лишь одно: информационная война против России не только не утихает, но с каждым годом усиливается.

Следует признать, что информационные войны на постоянной системной основе сегодня с государственного уровня ведут только США. Действия соответствующих структур НАТО и ЕС в этом контексте следует признать лишь маскировкой американских усилий. При этом после победы Запада в холодной войне соответствующие пропагандистские контингенты не были демобилизованы – наоборот, их ресурсы, включая и кадровые, были увеличены. Но работа таких подразделений сегодня отличается одной важной особенностью. В столицах (политических центрах) различных стран ставка делается на контроль за контентом общенациональных и международных СМИ. Связь ответственных функционеров редакций и ведущих журналистов таких изданий, которые выступают в новой роли антивластных (антирежимных, независимых и пр.) инфлюенсеров, тщательным образом маскируется. Инфлюенсеров не следует путать с оппозиционными политиками и даже с приснопамятными советскими диссидентами. Эти люди, являясь высокими профессионалами в области манипуляции общественным мнением и знатоками технологий влияния и находясь под зонтиком американской дипломатии и международной гуманитарной юрисдикции, создают привлекательные для целевых аудиторий фактически рекламные продукты на основе разработанных Государственным департаментом нарративов.

Инфлюенсер – понятие сравнительно новое, пришедшее от маркетологов. На Западе сегодня инфлюенсером является любой контентмейкер, который монетизируется благодаря рекламе. Фактически инфлюенсеров сегодня можно рассматривать как продвинутую форму лидеров общественного мнения, приспособленную к условиям взрывного развития средств массовых коммуникаций [1].

Подготовленные и распространенные Госдепом нарративы имеют ключевое значение для стратегической пропаганды и строятся исходя из национальных интересов США [2]. Для выявления подобных нарративов проведен контент-анализ содержимого флагманского сайта по фактчекингу американского государственного внешнепропагандистского ресурса «Радио Свободная Европа/Радио Свобода» (PCE/PC), который носит название Polygraph. Для анализа взята англоязычная версия этого сайта, имеющая международный охват. С точки зрения американских журналистов, приоритетными темами, по которым необходимо готовить контент, опровергающий как заведомо ложную информацию, исходящую от ведущих российских ньюсмейкеров, сегодня являются вопросы российско-украинских отношений, внутренняя политика нашего государства, деятельность Президента РФ и все, что касается Крыма. Сравнение «напряженности» информационного (ментального) поля с учетом не только российских тем дается на рис. 1.

*Рис. 1. Распределение числа материалов с упоминанием конкретных дескрипторов по темам в базе данных сайта Polygraph.*

Дескрипторы задавались на английском языке. Период мониторинга – с 1 октября 2016 года по 23 марта 2021 года (расчеты автора).

Отметим важный факт: «великий и ужасный» Китай, главный геополитический «противник» современной американской администрации удостоен пропагандистского внимания меньше, чем Республика Крым. Пропагандистские усилия по ослаблению «социалистических» лидеров Венесуэлы вообще едва просматриваются. Весьма серьезную статистику набрали и российские субъектно-объектные образования вроде «Песков» и «RT», которые являются раздражающими факторами для американских СМИ.

Целью специального исследования стало выявление конкретных нарративов, которые Госдеп США рекомендует к использованию в антироссийской пропаганде (рис. 2).

*Рис. 2. Доля материалов за последний год с упоминанием конкретных дескрипторов по темам в базе данных сайта Polygraph по отношению к числу материалов за весь период мониторинга.*

Дескрипторы задавались на английском языке. Период мониторинга – с 1 октября 2016 года по 23 марта 2021 года. Последний год – период с 23 марта 2020 года по 23 марта 2021 года (расчеты автора).

Выявлен факт, что в относительном выражении за последний год главной мишенью и точкой приложения творческих усилий американских борцов с фейками и дезинформацией стал заместитель руководителя Администрации президента Российской Федерации – пресс-секретарь президента Российской Федерации Владимира Путина Дмитрий Песков.

Литература

1. Кто такие инфлюенсеры и на какие типы их делят: классификация Александры Барсенковой. URL: <https://netology.ru/blog/04-2020-kto-takie-inlfuencery>.
2. Николайчук И. А., Янгляева М. М., Якова Т. С. Крылья хаоса. Массмедиа, мировая политика и безопасность государства. М., 2018..
3. Патрушев рассказал о новой стратегии информационной безопасности. URL: [https://ria.ru/20210531/patrushev-1734971963.html](https://ria.ru/20210531/patrushev-1734971963.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop).