

К Р И Б Р У М

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

2021

ИЮНЬ

ДЕСАКРАЛИЗАЦИЯ ПОДВИГА НАРОДА
В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ

ВОЙНА С ПОБЕДОЙ



КАК ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА
СТАЛА ГЛАВНОЙ МИШЕНЬЮ
ИНФОРМАЦИОННЫХ АТАК



АТАКА
НА НАЦИОНАЛЬНУЮ
ПАМЯТЬ И ГЕРОИЧЕСКИЕ
ОБРАЗЫ

ДЕСАКРАЛИЗАЦИЯ ПОДВИГА НАРОДА В ВОВ. ВОЙНА С ПОБЕДОЙ.

Исследование подготовили: Тимонов М.А.,
Курицын А.Н., Лемэр Л.Г., специалисты
аналитического центра АО «Крибрум»; научные
консультанты д.э.н. Гребенюк А.А., к.п.н. и
Ковалева Ю.В.

Москва, 2021 г., 32 с.

Все права защищены. Никакая часть данного издания
не может быть воспроизведена или использована в какой-
либо форме, включая размещение в сети Интернет и
в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для
частного или публичного использования, без письменного
разрешения владельца авторских прав.

© АО «Крибрум», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ

3 Национальная память

АТАКА НА ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ

6 СССР – виновник начала войны

8 Отождествление коммунизма и
фашизма

АТАКА НА КОЛЛЕКТИВНЫЕ ЭМОЦИИ

12 Победобесие

14 «Нечем гордиться» и «День скорби»

АТАКА НА ОБРАЗЫ

18 Маршал Победы

24 Зоя

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

28 Выводы



НАЦИОНАЛЬНАЯ ПАМЯТЬ

КОЛЛЕКТИВНАЯ ПАМЯТЬ – ЭТО КОНСТРУКТ, ОТРАЖАЮЩИЙ КОЛЛЕКТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ ПО ХРАНЕНИЮ И ПЕРЕДАЧЕ ГЛАВНЫХ СОБЫТИЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИСТОРИИ, СОДЕРЖАНИЯ МЕНТАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА И МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОГО УСТРОЙСТВА.

Основу «позитивной» национальной памяти составляет непротиворечивая совместная интерпретация прошлого, порождающая коллективные чувства по отношению к истории своей страны и народа.

Подобная интерпретация фактов происходит на базе своих несущих элементов – причастности к истории государства и чувств сопричастности и гордости, что полностью описывается термином «патриотизм».

Патриотизм по определению относится к категории сакральных

чувств, поскольку манифестирует связь с абсолютным измерением жизни человека – этим является, как подчеркивалось ранее, осознание и проживание ценности, значимости и даже святости пластов исторической или национальной памяти.

Основываясь на национальной памяти, патриотизм не только способствует ее сохранению, но и неизбежно участвует в формировании идеологического поля. Именно поэтому патриотизм, и его источник – национальная память, становятся

первоочередными целями информационных атак.

Одно из основных мест в современной патриотической повестке занимает социокультурный пласт, созданный Великой Отечественной войной – порожденные ею героические образы, представления о беспримерном народном подвиге, уважение принесенным во имя Победы жертвам. Это обусловлено прежде всего тем, что Победа в Великой Отечественной войне – ярчайшее событие новейшей истории, ценность которого в общественном сознании не подвергалась сомнению до последнего времени; а образы, напрямую связанные с Победой, в свою очередь, были незыблемы.

Сегодня в связи с бурным развитием Интернета, массовой информатизацией, возможностями цифровых технологий на первый план выходит фактор внедрения систем взглядов, идей или целостных концепций, в которых заинтересованы идеологические противники. Функция общества по сохранению национальной памяти с учетом описанного инструментария становится уязвима и доступна перехвату и манипулированию. Подрывается способность к самоопределению и развитию общества: совместная активность и социальное взаимодействие приобретают конфликтный характер, утрачивается целостность общества – что, в свою очередь, приводит к негативным эмоциональным состояниям и актуализации чувства коллективной тревоги и страха.

Использование возможностей, предоставляемых цифровыми технологиями, делает национальную память особенно уязвимой перед атаками, цель которых – вытеснение патриотически окрашенных образов из информационного пространства и создание идеологического вакуума.

4 ДЕСАКРАЛИЗАЦИЯ ПОДВИГА НАРОДА В ВОВ



АТАКА НА ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ

НАИБОЛЕЕ ОЧЕВИДНОЙ И ПРОСТОЙ В ПРИМЕНЕНИИ ЯВЛЯЕТСЯ АТАКА НА ИСТОРИЧЕСКИЕ ФАКТЫ ЗА СЧЕТ ИХ ПОДМЕНЫ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ В ТАКОМ СВЕТЕ, В КОТОРОМ НИ ОДНА ИЗ ДЕЙСТВУЮЩИХ СТОРОН НЕ ВЫЗЫВАЕТ СИМПАТИИ. В ТАКОМ СЛУЧАЕ ПРОИСХОДИТ УРАВНИВАНИЕ РОЛИ ОБЕИХ СТОРОН ВОЕННОГО КОНФЛИКТА, И БЕССПОРНЫЙ ТЕЗИС О САМОЗАЩИТЕ В ВОЙНЕ НА УНИЧТОЖЕНИЕ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В УТВЕРЖДЕНИЕ О СПРОВОЦИРОВАННОСТИ ВОЙНЫ САМИМ СССР. ФАКТИЧЕСКИ, ПОПЫТКИ ВОЗЛОЖИТЬ НА СССР ВИНУ ЗА РАЗВЯЗЫВАНИЕ ВОЙНЫ И ПРЕДСТАВИТЬ ЕГО В РОЛИ АГРЕССОРА ЯВЛЯЮТСЯ ПОПЫТКАМИ ЗАМЕЩЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ГОРДОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫМ ЧУВСТВОМ ВИНЫ.

В ЭТОЙ АТАКЕ ВЫДЕЛЯЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯ:

- ОТОЖДЕСТВЛЕНИЕ ИДЕОЛОГИЙ СТРАН-ПРОТИВНИКОВ – КОММУНИЗМА И ФАШИЗМА;
- ОБВИНЕНИЕ СССР В АГРЕССИИ И ОККУПАЦИИ;
- ПРЯМОЕ ОБВИНЕНИЕ СССР В РАЗВЯЗЫВАНИИ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ.

6 АТАКА НА ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ



Немецкие пикирующие бомбардировщики «Юнкерс» Ю-87 из состава 2-й эскадры пикирующих бомбардировщиков в полете в районе Сталинграда



Немецкие солдаты пересекают государственную границу СССР

СССР – ВИНОВНИК НАЧАЛА ВОЙНЫ

Это наиболее используемая в политических целях тема, порождающая возможность манипуляций общественным мнением и конструирования новой информационной повестки, одновременно – это одна из самых старых и проработанных тем, которая начала активно вторгаться в отечественное информационное пространство еще во времена СССР и ранее постсоветское время – в частности, книгами В. Суворова «Ледокол», «День «М»» и др. Главная идея этих книг – подготовка СССР вторжения в Европу и представление Великой Отечественной войны как превентивного удара Германии.



Оригинал статьи «Нет политики без истории» на сайте www.spiegel.de



Русская версия статьи на сайте представительства Германии в России germania.diplo.de

При этом прекрасно известна официальная точка зрения Германии на этот вопрос. Еще в мае 2020 года в журнале *Der Spiegel* была опубликована статья директора Института современной истории в Мюнхене профессора Андреаса Виршинга и федерального министра иностранных дел Хайко Мааса *Keine Politik ohne Geschichte* («Нет политики без истории»), в которой, в частности, говорится: «...Нападением на Польшу Германия в одиночку развязала Вторую мировую войну. И Германия в одиночку несет ответственность за совершенные против человечности преступления Холокоста. Кто сеет сомнения в этом и приписывает другим народам преступную роль, тот совершает несправедливость по отношению к жертвам. Тот превращает историю в свой инструмент и раскалывает Европу...».

Для придания этой версии иллюзии весомости используются тезисы о «союзе Сталина и Гитлера», о роли пакта Молотова-Риббентропа и другие. Анализ информационных кампаний в СМИ и социальных медиа, в которых Советский Союз ставится в один ряд с Третьим Рейхом, позволяет сделать вывод об их срежиссированном и искусственном характере. К таким же выводам можно прийти, рассмотрев хронологию распространения сообщений и в результате анализа авторов и трансляторов публикаций.

Заметную роль при этом играют иностранные пользователи. В ходе исследования обнаружено, что число таких аккаунтов превышало количество российских пользователей. Зачастую авторы публикаций не опираются на факты из истории СССР и истории Великой Отечественной войны. Основной целью является насыщение информационного пространства сведениями, искажающими исторические факты и события, которые дискредитируют роль СССР в Победе.

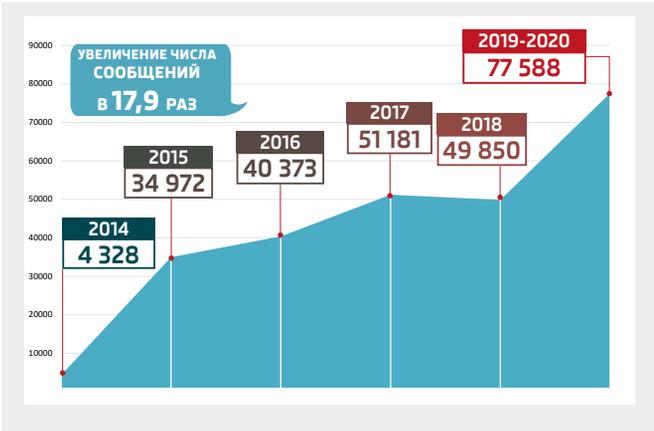
Количество сообщений по данной теме поступательно увеличивается. Всего за период 2014-2020 гг. обнаружено более 260 тысяч публикаций, из которых только 35% из них являются оригинальными, остальные представляют собой их перепечатки, репосты и ретвиты оригинальных публикаций.

Как показывает график динамики распространения сообщений по данной теме, интенсификация активности произошла в 2015 году, что связано с обострением общественно-политической ситуации на Украине в 2013 году и вхождением Крыма в состав России в 2014-ом. Количество публикаций по сравнению с 2014 годом возросло почти в 18 раз.

Т.н. «парад в Бресте» куда более правильно называть церемониальным выводом вермахта под наблюдением советских представителей, поскольку никакого «парада РККА» не было.

Анализ изменения соотношения аккаунтов авторов по географической привязке показывает тенденцию «импорта повестки»: контент широко распространяется зарубежными авторами, количество которых уменьшается по мере проникновения повестки в российский сегмент социальных сетей. Всего обнаружено 150 тысяч пользователей, больше половины из которых являются иностранными (53%).

Прирост сообщений по теме «СССР – виновник начала войны» по годам



Динамика распространения сообщений по теме «СССР – виновник начала войны»



Доля иностранных площадок (соотношение Украина – другие страны)



Значительное количество иностранных аккаунтов, участвующих в распространении тезиса «СССР – виновник начала Второй мировой войны» в начальном периоде исследования (с 2014 по 2016 гг.), постепенное увеличение числа российских авторов, а также постоянный ежегодный рост количества сообщений позволяет сделать вывод об «импорте повестки» в российский сегмент социальных медиа.

8 АТАКА НА ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ



Колонна советских солдат направляется на фронт. 23.06.41.
Фото: Анатолий Гаранин



Ленинградский военный округ (Северный фронт). Лето 1941

ОТОЖДЕСТВЛЕНИЕ КОММУНИЗМА И ФАШИЗМА

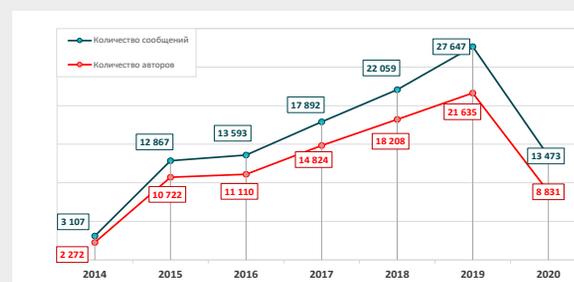
За период с 2014 по 2020 год было опубликовано более 110 тыс. сообщений, посвященных этой теме, причем число сообщений стабильно растет.

Основные пики активности по данной тематике приходятся на март-август и ноябрь каждого года и связаны с датами таких событий, как:

- день смерти И. Сталина;
- критика культа личности И. Сталина на съезде ЦК КПСС;
- начало Великой Отечественной войны;
- подписание договора о ненападении (пакта Молотова-Риббентропа).

Отдельно следует отметить аномальный рост числа сообщений, который пришелся на январь 2020 года. Этот скачок связан с заявлением Леонида Кравчука (СНОСКА: - первый президент Украины) о якобы состоявшейся во Львове перед началом Второй мировой войны встрече советского Сталина с Гитлером, о чем Кравчук сообщил в эфире программы «60 минут» на канале «Россия-1». Это заявление вызвало широкий резонанс и породило общественную дискуссию. Так, Йорг Ганценмюллер (Jörg Ganzenmüller) - доктор исторических наук, председатель правления Фонда «Эттерсберг», профессор Йенского университета Йорг Ганценмюллер в интервью Deutsche Welle сказал: «Нет никаких

Прирост сообщений по теме «СССР – виновник начала войны» по годам



Динамика роста числа сообщений в период с 1 января 2014 по 23 марта 2020 года



документальных подтверждений тому, что Гитлер со Сталиным когда-либо встречались. Где бы то ни было. Они никогда не встречались. И вообще Гитлер всегда старательно избегал этой встречи. Потому что Советский Союз и Сталин для национал-социалистов были главными врагами. Для немцев Советский Союз был военным противником, а большевизм - главной целью идеологического противостояния. Советский Союз представлялся им территорией, которую надо было завоевать».

9 июня 2021 года был в третьем чтении принят законопроект №1166218-7 о внесении изменения в Федеральный закон «Об увековечении Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941 - 1945 годов», дополняющий ст.6 ФЗ следующим пунктом:

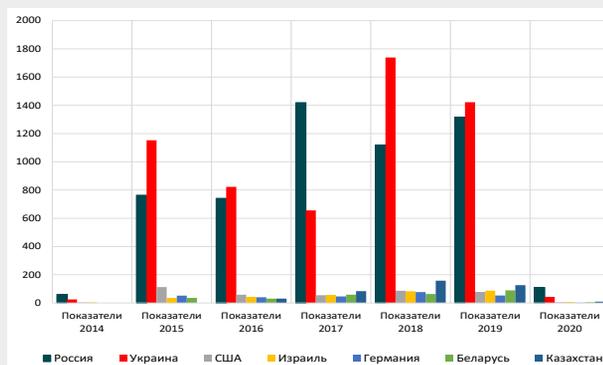
«Запрет публичного отождествления целей, решений и действий руководства СССР, командования и военнослужащих СССР с целями, решениями и действиями руководства нацистской Германии, командования и военнослужащих нацистской Германии и европейских стран Оси в ходе Второй мировой войны, а также отрицания решающей роли советского народа в разгроме нацистской Германии и гуманитарной миссии СССР при освобождении стран Европы».



Военнослужащие полевой жандармерии СС добывают раненого советского мирного жителя. 1941

Основную аудиторию в социальных медиа в данной тематике представляют пользователи российского сегмента. Однако большинство авторов, формирующих повестку, представлены в Facebook, откуда оригинальные сообщения в дальнейшем транслируются на остальные платформы. Таким образом можно сделать вывод, что Facebook играет одну из главных ролей в распространении данной темы. При этом Facebook преобладают представители украинского сегмента социальных медиа, на втором месте по количеству находятся российские аккаунты. Как показал анализ графов связей в случае с распространением термина «победобесие», российские и украинские аккаунты имеют значительное количество связей между собой. В совокупности эти факторы обеспечивают перемещение повестки из украинского регионально-го сегмента социальных сетей в российский.

География авторов сообщений. Facebook



Анализ наиболее популярных и активных авторов сообщений позволяет сделать вывод о том, что формируют повестку преимущественно зарубежные авторы, после чего она проникает в российский сегмент социальных сетей.



Статья «Гитлер и Сталин: немецкие историки о заявлении Кравчука» на сайте интернет-издания «Deutsche Welle»

10 ДЕСАКРАЛИЗАЦИЯ ПОДВИГА НАРОДА В ВОВ



АТАКА НА КОЛЛЕКТИВНЫЕ ЧУВСТВА

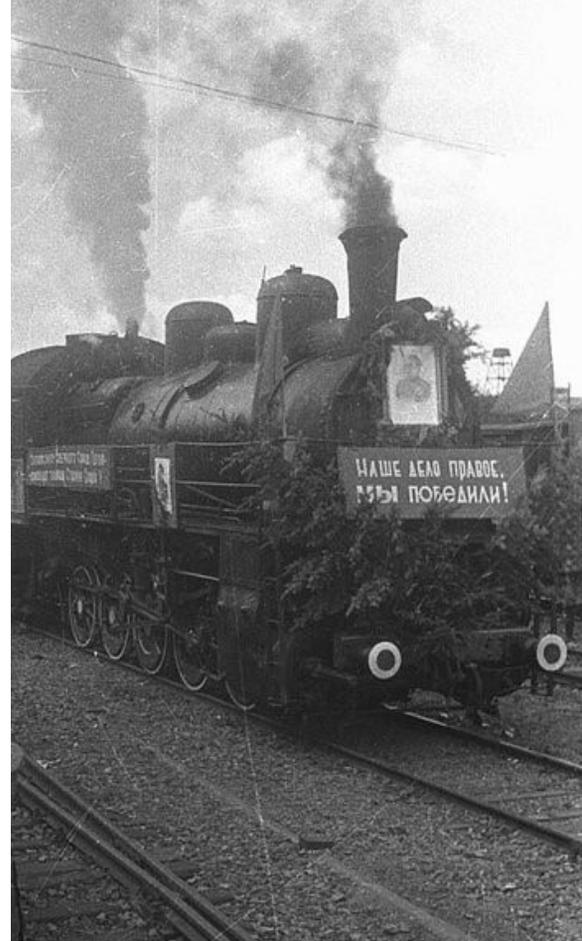
ЕСЛИ В ПРЕДЫДУЩЕМ РАЗДЕЛЕ БЫЛИ РАССМОТРЕНЫ ПОПЫТКИ ПРЯМОЙ ДЕКОНСТРУКЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПАМЯТИ, ТО В ЭТОЙ РЕЧЬ ПОЙДЕТ О МЕНЕЕ ОЧЕВИДНОМ СПОСОБЕ – А ИМЕННО О ДЕСАКРАЛИЗАЦИИ ПАТРИОТИЗМА. ДЛЯ ЭТОГО ИСПОЛЬЗУЮТСЯ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ПОПЫТКИ ИНВЕРТИРОВАТЬ ОТНОШЕНИЕ К САМОЙ ПРИЧИНЕ, ВЫЗЫВАЮЩЕЙ ЭТО ЧУВСТВО, ИЗМЕНИТЬ ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРИЯТИЕ НА ДИАМЕТРАЛЬНО ПРОТИВОПОЛОЖНОЕ.

В СЛУЧАЕ ОТНОШЕНИЯ К ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ ТАКИЕ УСИЛИЯ НАИБОЛЕЕ ЯРКО ПРОЯВИЛИСЬ ВНЕДРЕНИЕМ В ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ ФОРМУЛ «ПОБЕДОБЕСИЕ», «НЕЧЕМ ГОРДИТЬСЯ» И «9 МАЯ – ДЕНЬ СКОРБИ».

НЕСМОТря НА ТО, ЧТО ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ИДЕНТИЧНЫЙ МЕХАНИЗМ ВОЗДЕЙСТВИЯ, ЭТИ ФОРМУЛЫ ТРЕБУЮТ ОТДЕЛЬНОГО РАССМОТРЕНИЯ, ПОСКОЛЬКУ ПРИ ОДИНАКОВОМ МЕХАНИЗМЕ ОНИ ИМЕЮТ ПРИНЦИПИАЛЬНО РАЗНЫЕ ТОЧКИ ПРИЛОЖЕНИЯ.



Советские солдаты и эшелон «Мы из Берлина!». Фото: Виктор Темин



Прибытие эшелона «Мы из Берлина» с советскими военнослужащими. Фото: Евгений Халдей

ПОБЕДОБЕСИЕ

Пожалуй, первой заметной и значимой атакой на сегмент общественного сознания, связанный с Великой Отечественной войной, стало появление в информационном поле термина «победобесие» и последующая его популяризация.

В отличие от ранее рассмотренных атак эта направлена на дискредитацию чувства национального патриотизма в целом. В данном случае не столько ставится под сомнение значимость Победы как таковой, сколько продвигается тезис «Больше гордиться-то и нечем», объявляется крайне спорной современная политика России, и на этом основа-

нии делается вывод о том, что торжественность праздника Победы обуславливается отсутствием иных поводов для гордости. Пожалуй, это классический пример действия мягкой силы и непрямых действий – когда, напрямую не атакая на предмет гордости и источник геро-

ики, происходит атака на вызванные этим источником чувства. При этом под ударом находится не только современное положение России – на которое и направлено прямое действие – но и ценность самого источника по причине выбранной риторики (см. сам термин) и неиз-



Статья в АИФ «Зоя Космодемьянская: героиня или символ?»

Хроника Мифы Анализ Репрессии На экспорт Перлы фото

ПОБЕДОБЕСИЕ

Следпроект "Граней" и Фонда "Свободная Россия"

Facebook Twitter

Слово "победобесие" изобрел протоиерей, профессор Санкт-Петербургской духовной академии Георгий Митрофанов еще в 2005 году. Так он откликнулся на события, связанные с празднованием 60-летия победы в войне с нацистской Германией. Вокруг термина завязались дискуссии, но по-настоящему востребованным «победобесие» стало два года спустя, после того как Россия аннексировала Крым и вторглась в Донбасс. Возрождение фашизма в России, во всем его милитаристском и пропагандистском блеске, сопровождалось восхвалением дедов, которые воевали.



Торжественное построение советских войск перед парадом, посвященным отправке Знамени Победы в Москву. 20.05.45. Фото: Виктор Кинеловск

бежного переноса сформированного отношения на инструмент, при помощи которого оно формировалось.

Термин «победобесие», появившись в 2005 году, изначально олицетворял собой одно из проявлений критики празднования Дня Победы и общепринятой трактовки событий Великой Отечественной войны.

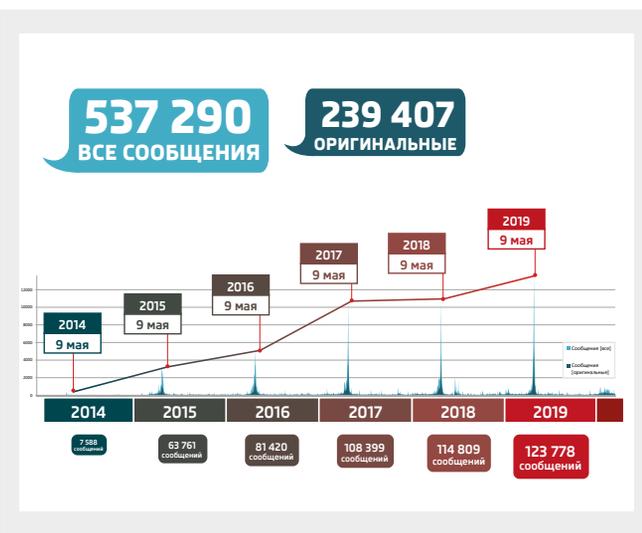
Основной массив публикаций с употреблением термина «победобесие» – перепечатки и репосты, то есть их авторы не писали своих собственных текстов, не загружали новых видео или изображений, а лишь распространяли то, что уже было написано и загружено в Сеть до них. Только 37% сообщений за этот период оказались оригинальными.

Количество публикаций с использованием термина «победобесие» с 2014 года непрерывно возрастает. Максимальное число сообщений зафиксировано в 2019 году, когда количество публикаций выросло на 94% по сравнению с 2015 годом.

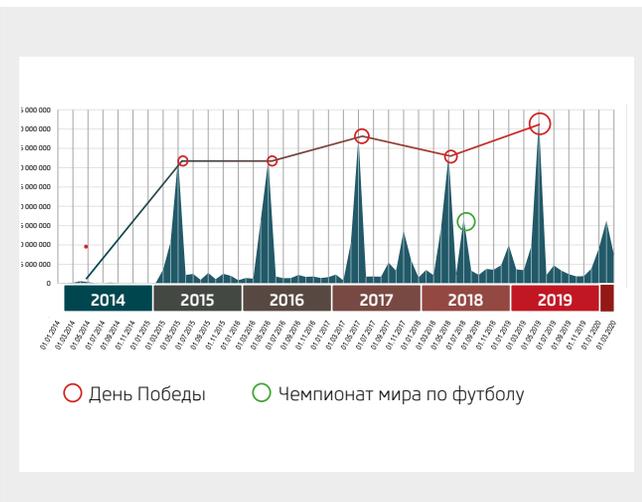
При этом в 2018 году отмечено нарушение традиционной периодичности активности, характеризующая и всплеском количества просмотров, и увеличением количества реакций аудитории.

Всплеск вовлеченности пользователей в мае 2018 г. (36 тыс. лайков) ожидаемо связан с празднованием Дня Победы. Рост количества лайков в июле 2018 (почти 48 тыс. лайков) возник на фоне публикаций о проведении в России Чемпионата мира по футболу. Реакция болельщиков на успехи сборной России также была названа «победобесием». По факту можно говорить об успешном внедрении термина и переходе к следующему этапу – трансферу его применения к любым проявлениям патриотизма.

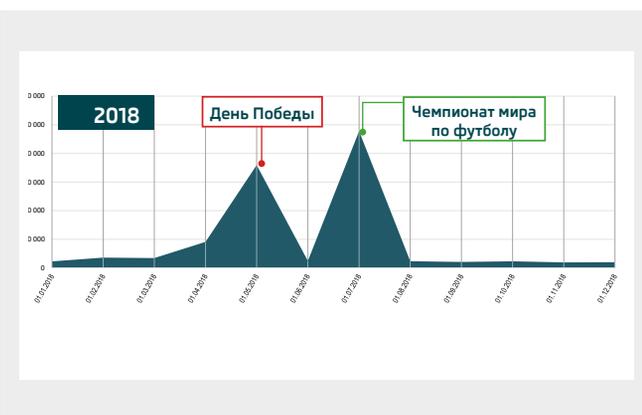
Динамика сообщений с 2014 по май 2020



Просмотры. Динамика с 2014 по май 2020



Лайки. Динамика за 2018 год





Жительницы Киева после бомбардировки немецкой авиацией района Грушки. Киев, 23.06.1941. Фото: К. Лишко

НЕЧЕМ ГОРДИТЬСЯ и ДЕНЬ СКОРБИ

Авторы и трансляторы подобного мнения в качестве основного аргумента используют сведения о потерях, понесенных СССР в ходе Великой Отечественной войны для ретравматизации коллективных чувств. При этом игнорируется тот факт, что в государственном календаре существует день памяти и скорби (22 июня), по сути являющийся днем национального траура – в этот день на зданиях государственных учреждений приспускаются государственные, а кораблях ВМФ — Андреевские - флаги, проводится возложение венков и цветов к памятникам войны.

Подобная подмена, сопровождающаяся вытеснением из общественного сознания поводов и причин для гордости, свидетельствует прежде всего о том, что целью внедрения данных тезисов является вовсе не отдавание дани павшим героям войны, а смена чувства гордости на чувство вины, приводящее к фрустрации и дезориентации как граждан, так и общества в целом.

Динамика распространения сообщений, содержащих тезис «День Победы – это день скорби, а не повод для гордости», чрезвычайно схожа с аналогичным процессом в случае с «победобесием», что дает основания предполагать наличие взаимосвязи между ними.

Подобная атака опасна еще и тем, что формулы «нечем гордиться» и «необходимо скорбеть» полностью обесценивают величайшую жертву, принесенную нашим народом на алтарь Победы - ведь, приняв и признав эти формулы, необходимо признать и то, что эти жертвы были напрасны и бесполезны, ведь «гордиться нечем». Разумеется, подобное отношение наносит крайне значимый удар по национальной гордости и национальной памяти.



Подразделение немецкой пехоты из группы армий «Север» идет мимо горящего дома в деревне под Псковом

Сравнительный анализ авторов и кругов распространения сообщений показал, что имеет место взаимодействие двух тактик: интеграция термина «победобесие» в информационное пространство нивелирует суть Праздника Победы, а тезис «9 мая – это день скорби» заполняет образующийся идеологический вакуум.

Активизация распространения данной повестки происходит строго периодически: в период празднования Дня Победы, также публикации распространялись в День снятия блокады Ленинграда – 27 января, в День памяти и скорби – 22 июня, День памяти жертв Голодомора на Украине (последняя суббота октября). Последняя дата особенно характерна, поскольку никак не связана с хронологией Великой Отечественной войны – однако, как показывает исследование, занимает значимое место в национальной памяти наиболее активных авторов и распространителей.

Распределение авторов, использующих термин «победобесие», показывало наличие признаков импорта информационной повестки. В данном случае, при наличии все тех же признаков формирования повестки за пределами России, влияние на ситуацию в российском сегменте соцсетей не столь значительно, так как число российских авторов за четыре года практически не изменилось.

В рамках темы «Нечем гордиться» отдельно выделяется тезис «День Победы – это не праздник», основу которого составляют публикации о том, что «9 мая – это день скорби». Как и в случае с «победобесием» количество сообщений ежегодно поступательно растет. При этом, если количество сообщений, относящихся ко всей теме «Нечем гордиться», в 2018 году естественным образом снизилось из-за роста патриотических настроений в обществе, показатели информационной кампании «День Победы – это не праздник» остались последовательно возрастающими. В данном случае допустимо говорить об искусственном характере распространения данной категории сообщений.

Динамика распространения сообщений по теме «День Победы – это день скорби»



Сравнение географии в 2015, в 2017 и в 2019 году



Динамика распространения сообщений по теме «Нечем гордиться»





АТАКА НА ОБРАЗЫ



ГЕРОИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ ЗАНИМАЮТ ОТДЕЛЬНОЕ МЕСТО В НАЦИОНАЛЬНОЙ ПАМЯТИ. ОНИ НЕ ТОЛЬКО ПЕРСониФИЦИРУЮТ ВАЖНЫЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ СОБЫТИЯ, НО И ЗАДАЮТ ОБРАЗЕЦ ПОВЕДЕНИЯ В ОСОБЫХ УСЛОВИЯХ – В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ СИТУАЦИЯХ, СИТУАЦИЯХ ВЫБОРА, СИТУАЦИЯХ, ОТ КОТОРЫХ ЗАВИСИТ БУДУЩЕЕ НЕ ТОЛЬКО САМОГО ГЕРОЯ, НО И ДРУГИХ ЛЮДЕЙ, ОБЩЕСТВА, ГОСУДАРСТВА, МИРА. ВЕДУЩЕЕ ЧУВСТВО ПО ОТНОШЕНИЮ К ГЕРОЮ САКРАЛЬНО, ОНО ВЫЗВАНО УВАЖЕНИЕМ, ПРИЗНАНИЕМ ЕГО КАЧЕСТВ, СРАВНЕНИЕМ С САМИМ СОБОЙ, СЛОЖНЫХ ВОПРОСОВ ПРО ВОЗМОЖНОСТЬ ЛИЧНОГО ПОВТОРЕНИЯ ПОДВИГА. ОДНАКО ПОТРЕБНОСТЬ В ГЕРОЯХ ИМЕЕТ НЕ ТОЛЬКО ЛИЧНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ. ГЕРОЙ ПРЕЖДЕ ВСЕГО НУЖЕН ОБЩЕСТВУ, И ОСОЗНАНИЕ ЭТОГО – ВАЖНЫЙ ШАГ ДЛЯ НАЧАЛА КОНСТРУИРОВАНИЯ ИХ ОБРАЗОВ И МИФОВ О НИХ С УЧЕТОМ ИХ ФУНКЦИЙ ПО ОТНОШЕНИЮ К НАИБОЛЕЕ РЕФЕРЕНТНЫМ ГРУППАМ.

ПОЭТОМУ РЕАЛИЗУЕТСЯ ДЕМОНТАЖ ГЕРОИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ И ВЫТЕСНЕНИЕ ИХ ФИГУРАМИ КУМИРОВ, ПОП-ИДОЛОВ, ПРИТЯГИВАЮЩИХ НАСЫЩЕННОСТЬЮ, БРОСКОСТЬЮ СВОИХ ЧЕРТ И НЕ ТРЕБУЮЩИХ ГЛУБОКОГО АНАЛИЗА, ОСОЗНАННОСТИ, РАЗМЫШЛЕНИЙ.



Маршал Георгий Жуков в рабочем кабинете в Москве (1960-е). Фото: Виктор Темин

МАРШАЛ ПОБЕДЫ

Одним из наиболее значимых героических образов, неразрывно связанных в общественном сознании с Победой, является образ Георгия Константиновича Жукова — наиболее известного советского военачальника, отмеченного рекордным количеством советских и иностранных наград, и с послевоенных лет однозначно воспринимаемого в народе как «маршал Победы» (См., напр.: Сперанский А.В. Маршал Победы Г.К. Жуков в исторической памяти народа // Маршал Победы в военной истории России. Сборник научных статей. Екатеринбург: 2016.)

Г. Жуков, безусловно, был личностью неоднозначной, но необходимо четко отделять оценку личности от оценки публичного образа, транслируемой в информационном поле и являющейся частью пропагандистской кампании — вне зависимости от того, проводится эта кампания государством и в государственных интересах или направляется иными методами и в иных целях.

В советском культурном пространстве образ Г. Жукова неоднократно претерпевал изменения, связанные со взлетами и падениями маршала, которые, в

свою очередь, были обусловлены, прежде всего, политической конъюнктурой. Построение на официальном уровне образа «маршала Победы» произошло спустя почти двадцать лет после Победы, закрепив самостоятельно сформировавшееся в народе представление о Г. Жукове и его роли в Великой Отечественной войне. Говорить о государственном признании подобного образа и включении его в систему государственной пропаганды можно с середины шестидесятых годов XX века, после снятия последней опалы. (См. напр. А.Ф. Балашова. Миф о Г. К. Жукове как о Георгии Победоносце Великой Отечественной войны. STEPHANOS, № 4 (12), 2015. с. 153-163)

Именно в периоды «официальных опал» и были сформулированы основные тезисы, направленные на дегероизацию образа Г. Жукова и очернение его личности. Основными из них являются:

- обвинение в незаконном присвоении трофеев;
- «бонапартизм» и раздувание своих заслуг;
- небрежное отношение к жизни солдат.

Все обвинения, звучавшие в адрес Г. Жукова, соответствовали истине в лучшем случае частично и пред-

ставляли собой либо крайне вольную интерпретацию событий, продиктованную политическими требованиями текущего момента, либо откровенную фантазию — так, например, «небрежное отношение к жизням» опровергается статистикой безвозвратных потерь, а обвинение в незаконное присвоение трофеев имеет под собой фактическую основу — которой, однако, оказалось недостаточно для открытия следственных действий.

С началом перестройки, сопровождавшейся тотальным пересмотром истории и ценностей, образ Г. Жукова вновь подвергся атакам в СМИ (См. А. Г. Копнина. Речевые приемы дискредитации маршала Советского Союза Г. К. Жукова в современных масс-медиа. Экология языка и коммуникативная практика, №3 (18), 2021. с. 87-100). Многочисленные публикации не представили практически никаких новых фактов и трактовок, продолжая муссировать и творчески развивать тему уже отзвучавших обвинений. Единственным исключением явилось появление мифа о Тоцких учениях, в ходе которых было применено ядерное оружие.

Новая волна «антижуковской» кампании началась в 1988 году и была вызвана публикацией в СССР книги Виктора Резуна (псевдоним — Виктор Суворов) «Ледокол», предлагающей альтернативную, ревизионистскую версию роли СССР во Второй мировой войне и утверждающей, что СССР был основным выгодоприобретателем развязывания войны, а руководство страны готовило планы захвата Европы летом 1941 года. В дальнейшем это было закреплено в его последующих книгах, последовательно подвергающих сомнению вклад Г. Жукова и дискредитирующих его образ, вплоть до трудов «Тень Победы» и «Беру свои слова обратно», полностью посвященных критике маршала.

После 2014 г. формирование негативного образа Г. Жукова чаще всего было связано с процессом декоммунизации и пересмотра советской истории на Украине. Влияние оказывало как освещение случаев разруше-

ния мемориальных сооружений, посвященных Г. Жукову, в ряде городов Украины, так и распространение в социальных сетях негативных тезисов о полководце.



Г.К. Жуков во время подписания акта о безоговорочной капитуляции Германии. 08.05.1945. Фото: Тимофей Мельник

Основными сюжетами, с помощью которых в социальных медиа формировался негативный образ Г. Жукова, являлись: отношение к солдатам как к расходному материалу, высокий уровень человеческих потерь во время операций (распространение прозвища мясник); отсутствие полководческого таланта, обвинение в неготовности советской армии на начальном этапе войны, присваивание заслуг по разработке военных операций; склонность к личному обогащению («трофейное дело»); негативное отношение к украинским солдатам (миф о нежелании обмундировать и вооружать украинцев при форсировании Днепра); противоречивые черты характера, приписываемые Г. Жукову (хамство, жестокость, самомнение и т.п.).

В распространении информации, дискредитирующей образ Г. Жукова, участие принимают зарубежные авторы. Наибольшую активность проявляли украинские пользователи (более 50% от общего числа иностранных аккаунтов). Пик активности иностранных аккаунтов пришелся на 2019 год в связи с разрушением памятников Г. Жукову украинскими националистами.

Значимый вклад в негативный спектр высказываний вносят иностранные аккаунты, среди которых первое место по количеству сообщений принадлежит украинским. В первую очередь это связано с политикой десоветизации и дерусификации, проводимой на Украине, доходящей до пересмотра итогов Второй мировой войны и отказа от признания вклада СССР. Интересно, что при этом в основном используются очерняющие тезисы, сформулированные и введенные в оборот официальными советскими источниками, СМИ и первыми лицами государства.



Жуков на полевых учениях. 01.11.1940

Динамика упоминания «Мясник победы»



Пики упоминания «Мясник победы»

16-17 июля 2019 г.	Признание конституционным закона о декоммунизации в Украине
4 ноября 2019 г.	Демонтаж барельефа Г. Жукову в Одессе
19 января 2021 г.	На YouTube-канале hrendyabliki опубликовано видео «Георгий Жуков – мясник победы (правда о маршале-монстре)»
27 марта 2021 г.	Ссылки на видео «Жуков – мясник победы» распространяли: аккаунт «История скреп», украинские пользователи, аккаунты сторонников протестных движений в России

Наиболее популярные источники, распространяющие выражение «Мясник победы»

Аккаунт/группа	Кол-во подписчиков	Страна
«ХрЕндЯблИКи»	190 тыс.	Россия
«История скреп»	75,3 тыс.	Россия
«КРЫМский бандеровец»	53,6 тыс.	Украина
Andrei Piontkovsky	50,3 тыс.	Россия
Алла Боссарт	25,8 тыс.	Россия



Интервью сценариста Э. Володарского газете «Московский Комсомолец» 26.11.2004 г.

Попытка внедрения устойчивого выражения «Мясник Победы»

Упоминание прозвища Мясник, которое якобы дали Г. Жукову солдаты во время Великой Отечественной войны за отношение к ним как к расходному материалу, распространялось в СМИ с начала 2000-х гг. (Например, в интервью сценариста Э. Володарского газете «Московский Комсомолец» 26.11.2004 г.) В социальных медиа упоминание прозвища в различных вариациях наблюдается с 2015 г. Активное распространение лексической конструкции «мясник победы» в отношении Г. Жукова в социальных сетях отмечается с июля 2019 г. Заметную роль в его популяризации играют украинские аккаунты. Динамика распространения сообщений характеризуется резкими и краткими всплесками активности, что может свидетельствовать о попытках целенаправленного внедрения тезиса в информационное пространство.

В 2019 г. два пика упоминаемости выступают в качестве информационного сопровождения событий, связанных с пересмотром советской истории на Украине: признание конституционным закона о декоммунизации в июле и демонтаж барельефа Г. Жукову в Одессе в конце октября. Одними из инициаторов распространения тезиса о «мяснике победы» стали авторы анонимного блога антироссийской направленности «История скреп». Материал с критикой Г. Жукова был опубликован в «Живом Журнале» и в дальнейшем ссылки на него были размещены в аккаунтах блога в Twitter и Facebook.

В 2021 г. была зафиксирована еще одна попытка актуализации тезиса «Жуков – мясник победы». На этот раз в видеоформате на YouTube-канале hrendyabliki 19 января. Было опубликовано 10-минутное видео, ссылки на которое в марте активно распространялись тем же аккаунтом «История скреп», украинскими пользователями, а также аккаунтами сторонников протестных движений в России.

Канал проекта hrendyabliki создан в январе 2013 года активистами протестного движения Украины. Контент канала представляет собой видеоролики пропагандистского характера с критикой власти в России, русских как национальности, а также с критикой президента Украины В. Зеленского. Часть публикаций канала находится в федеральном списке экстремистских материалов Министерства юстиции РФ. Интернет-ресурс проекта www.hrendyabliki.com зарегистрирован 16.04.2015 и также содержит материалы с тезисами «об агрессивной природе русских», «мифах о нашествии Наполеона на Россию» и т. п. Целевой аудиторией роликов являются русскоязычные пользователи социальных медиа из Украины, России, Белоруссии и других стран. Проект стал одним из наиболее активных популяризаторов термина «победобесие».

Примеры популярных публикаций



Анализ распространения выражения «Мясник Победы» в марте 2021 г.

Активное обсуждение видеоролика «Георгий Жуков – мясник победы (правда о маршале-монстре)» в социальных сетях началось спустя два месяца после его публикации.

График распространения устойчивого выражения «мясник победы» в марте 2021 г.

>600
репостов

>19 тыс.
лайков

>485 тыс.
просмотров

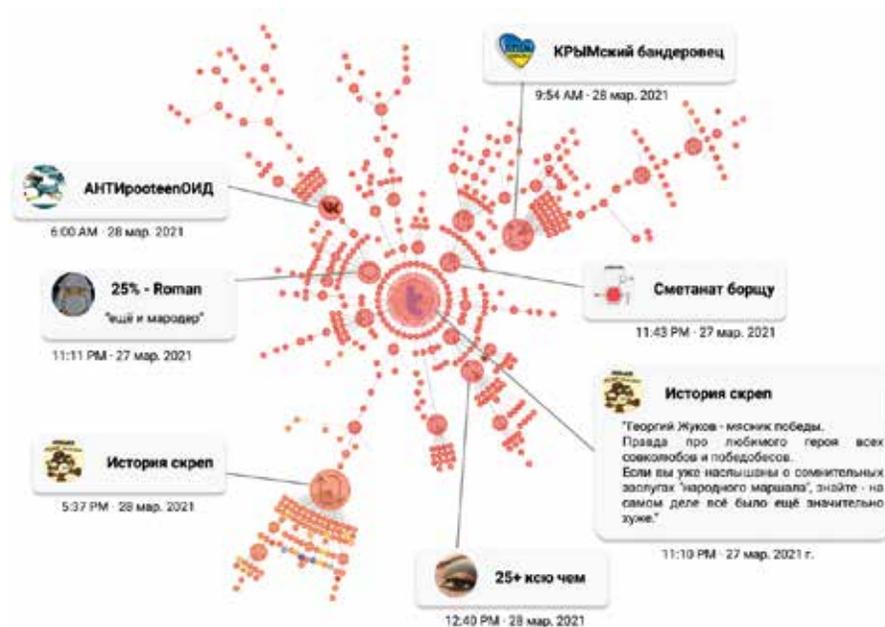


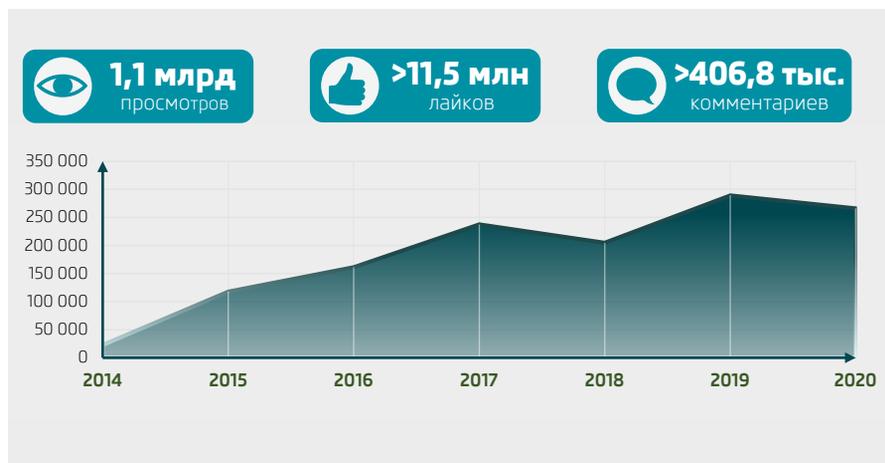
График распространения негативных тезисов через аккаунт «История скреп» имеет следующие характеристики:

- несмотря на то, что ролик был опубликован в январе 2021 г, тезис «мясник победы» получил популярность в марте за счет ссылки на видеоролик в других социальных сетях. В частности, популярность получила запись в Twitter-аккаунте «История скреп»;
- видео получило широкое распространение через Twitter и «ВКонтакте» и привлекло внимание большого числа пользователей;
- основными ретрансляторами публикации стали популярные украинские блогеры, оппозиционно настроенные российские пользователи и другие лидеры общественного мнения;
- пользователи в основном реагировали на оригинальную публикацию, но ее популяризация произошла за счет подписчиков-ретрансляторов с большой аудиторией;
- наблюдается попытка актуализации сюжета за счет повторного репоста оригинального сообщения одним и тем же автором («История скреп»).

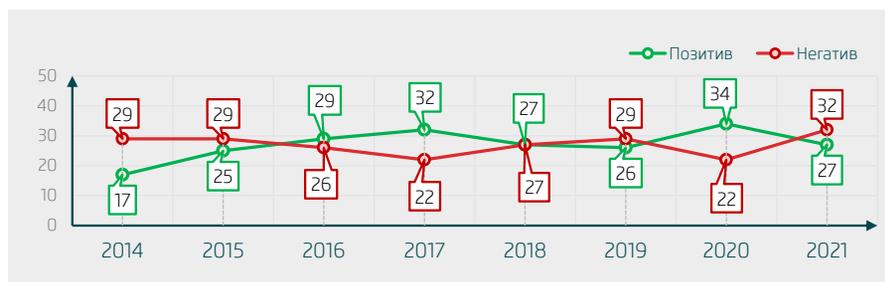
Активность обсуждения в социальных медиа

>1,3 млн
сообщений

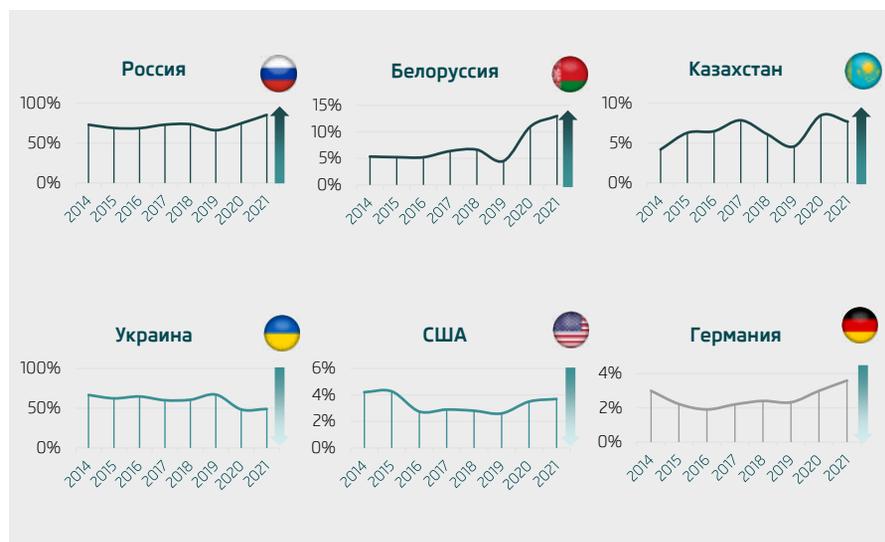
Динамика сообщений



Динамика тональности сообщений (%)



География авторов сообщений



Активность обсуждения Г. Жукова планомерно возрастала с 2014 года.

Повышенная упоминаемость полководца была характерна для определенных периодов каждый год:

- в День Победы,
- в день рождения Г. Жукова (1 декабря),
- в День памяти и скорби (22 июня)
- первого Парада Победы (24 июня).

Основные события в информационном пространстве вокруг Г. Жукова чаще всего связаны с празднованием памятных дат Великой Отечественной войны, жизненного пути военачальника и оценкой исторической роли Г. Жукова аудиторией России и сопредельных государств.

В исследуемый период резонанс в социальных медиа вызывали события, связанные с процессом критики и пересмотра советского прошлого, происходившие на Украине. В частности, как в украинских, так и в российских интернет-источниках активно обсуждались случаи разрушения или осквернения мемориальных сооружений, посвященных Г. Жукову (в Киеве в 2015 г., в Одессе в 2017 и 2020 гг., в Харькове в 2019 г.).

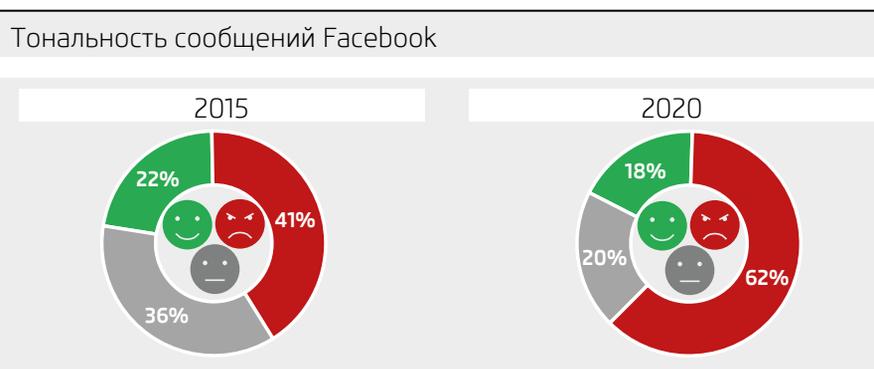
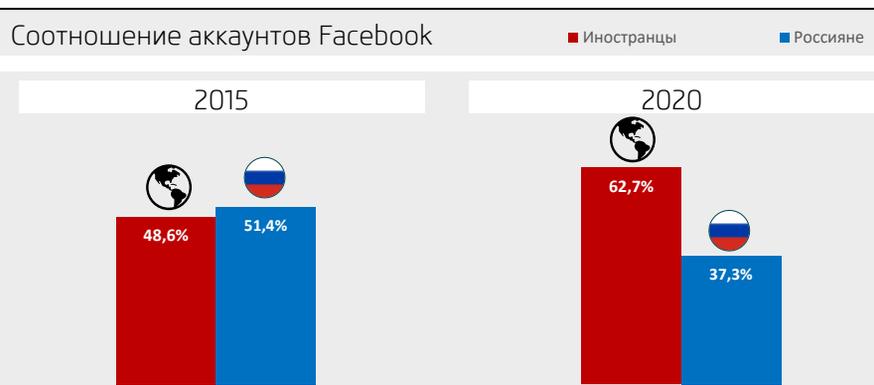
Наибольшую активность в 2014-2019 гг. проявляли авторы из Украины. В основном они распространяли негативные сообщения с упоминанием Г. Жукова. Наблюдался спад доли украинских пользователей в 2020 году, этому могло способствовать увеличение доли позитивных сообщений в Сети в связи с празднованием 75-летия Победы. С 2020 года увеличивается доля авторов из Белоруссии и Казахстана. Они преимущественно размещали позитивные материа-

лы. Также в 2020 году наблюдался всплеск активности пользователей из США и Германии. Однако позже их доля снизилась.

Позитивные ассоциации сконцентрированы вокруг вклада Г. Жукова в Победу в Великой Отечественной войне; восприятие Жукова как положительного персонажа неразрывно связано с героикой Великой Отечественной.

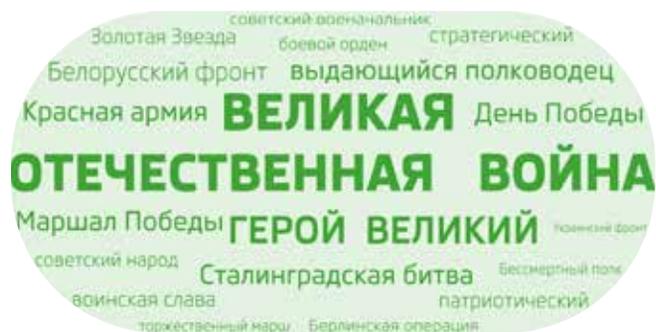
Основные негативные ассоциации практически полностью сконцентрированы вокруг описанных выше обвинений.

При этом ключевые ассоциации с персоной маршала Г. Жукова в социальных медиа не претерпели кардинальных изменений в 2014-2021 гг. Доминантами, вокруг которых формируется его образ, остаются Великая Отечественная война и Советский Союз.



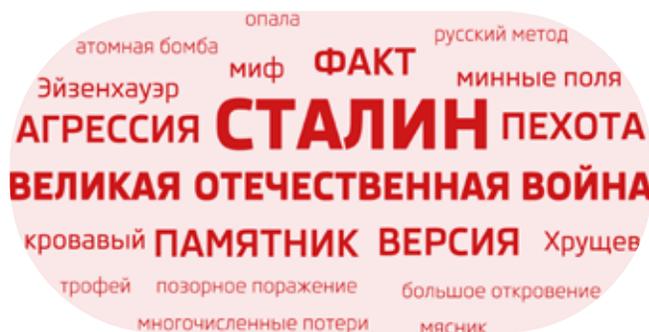
Ассоциации пользователей

Позитивные



2014

Негативные



2021





Зоя перед казнью в деревне Петрищево, 1941

ЗОЯ

Подвиг Зои Космодемьянской — один из наиболее известных символов героизма в Великой Отечественной войне. Ее образ прочно закреплен в массовом сознании, неразрывно связан с историей войны и является одним из неотъемлемых элементов героики ВОВ. Этот образ занимает отдельное место в информационном пространстве, знакомство с ним у широких масс происходит еще в детстве. «Атаки» на него особенно значимы, поскольку деконструируют один из несущих образов и тем самым ставят под сомнение сам факт массового героизма и значимость Победы.

Впервые героический образ З. Космодемьянской подвергся атакам в начале 1990-х годов. Именно тогда сформировалось два основных направления искажений:

- Диверсионная группа, в состав которой входила Космодемьянская, имела задание уничтожить дома местных жителей. Именно жителями она и была схвачена (как вариант мифа - ими же и казнена). Часто этот миф дополняется «сведениями» о том, что немцев в деревне не было.

- Космодемьянская была психически больна (впервые сформулировано в публикации газеты «Аргументы и факты» №43 от 31.10.1991 г.

Оба мифа не имеют документальных подтверждений: первый опровергается показаниями пленных солдат и офицеров вермахта, свидетелей, а также командира и сослуживцев Космодемьянской; второй миф ссылается на вымышленные показания врачей и несуществующие истории болезни.

Начиная с 2015 года начался новый виток информационной кампании, на этот раз - с использованием социальных инструментов Интернета и активным участием медийных личностей. 09.12.2016 в издании Insider появляется публикация А. Бильжо, снова эксплуатирующая миф о психическом нездоровье Зои Космодемьянской. В тот период основную роль в распространении недостоверной информации сыграли пользователи украинского сегмента социальных сетей, что может быть связано с ухудшением отношений между странами. Фактически можно говорить о том,



Статья в АИФ «Зоя Космодемьянская: героиня или символ?»



Диагноз недели с доктором Бильжо: Мединский никакой не историк, а 29-й панфиловец и есть

что эта повестка была активно продвигаема извне в российский сегмент социальных сетей.

Следующий всплеск негативных сообщений произошел в 2021 году. Он связан с выходом фильма о З. Космодемьянской.

Но несмотря на активные попытки дискредитировать образ З. Космодемьянской, количество позитивных сообщений остается высоким: пользователи по-прежнему считают ее героиней. Немаловажную роль в создании и поддержании положительного образа играют патриотические акции, которые систематически проводятся с 2016 года.

Каждый год есть несколько периодов, когда усиливается активность обсуждения З. Космодемьянской: в дни ее рождения и смерти, в дату присвоения звания Героя Советского Союза и в День Победы. Это происходит, каким бы не было информационное поле.

Значимые пики в обсуждении персоны З. Космодемьянской связаны с заявлениями публичных персон, акциями и событиями, посвященными девушке, и актуализацией каких-либо альтернативных версий ее жизни.

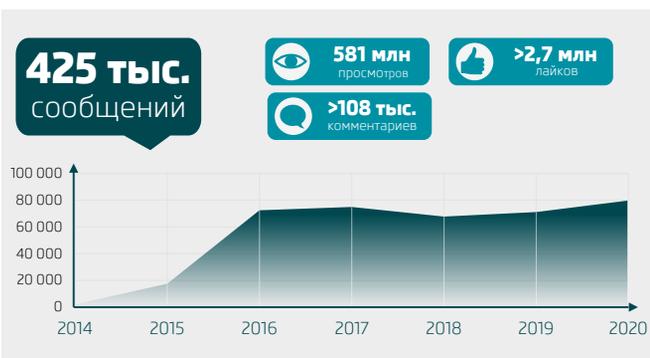
Первый значительный отклик в социальных сетях вызвало высказывание Н. Сванидзе, что история З. Космодемьянской сильно мифологизирована (СНОСКА 7 главных мифов о войне. С комментариями историков <https://theins.ru/history/7421>), после чего значительно увеличилось количество аналогичных предположений от обычных пользователей. Сам факт высказывания также вызвал бурную дискуссию.

Осенью 2015 года в Сети увеличилось число упоминаний З. Космодемьянской в негативном контексте. Тогда девушка выставлялась в отрицательном свете из-за выполнения приказа И. Сталина. В январе 2016 года стартовала акция памяти З. Космодемьянской #ЗояГерой. Она стала ежегодной и теперь оказывает положительное влияние на образ девушки.

Общественный резонанс вызвала статья А. Бильжо, который утверждал, что видел документы, подтверждающие шизофрению у З. Космодемьянской. Позже он отказался от этой версии, но среди части пользователей теория приобрела популярность и упоминается по сей день.

А. Невзоров впервые высказался о З. Космодемьянской в 2017 году, но тогда его речь не привлекла такого широкого внимания, как в 2021 году после выхода фильма «Зоя». Российское военно-историческое общество попросило проверить слова журналиста на соответствие закону из-за резких формулировок. В то же время снятый при поддержке РВИО фильм раскритиковала прокоммунистическая аудитория. Создателей «Зои» обвинили в искажении сути подвига девушки, а также попытке эксплуатации советского прошлого.

Динамика сообщений



СОБЫТИЯ

2015

Н. Сванидзе называет историю о З. Космодемьянской мифом

Начало активного упоминания версии, что З. Космодемьянская была террористкой и поджигательницей

2016

В Сети первый раз проходит акция #ЗояГерой, которая становится ежегодной

А. Бильжо: «З. Космодемьянская – шизофреничка»

2017

Распространение сообщений о том, что история З. Космодемьянской – часть «путинской пропаганды»

А. Невзоров: «Космодемьянская стала плодом сталинского режима»

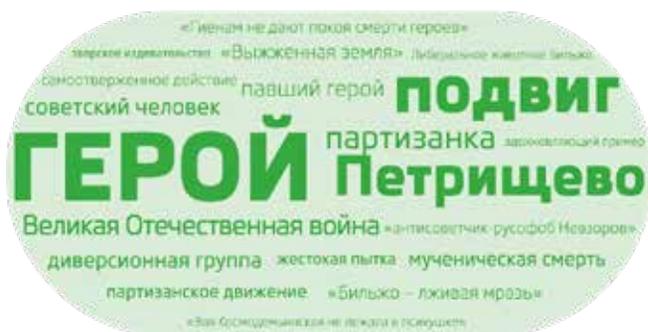
2021

Выход фильма «Зоя», снятого при поддержке Российского военно-исторического общества (РВИО)

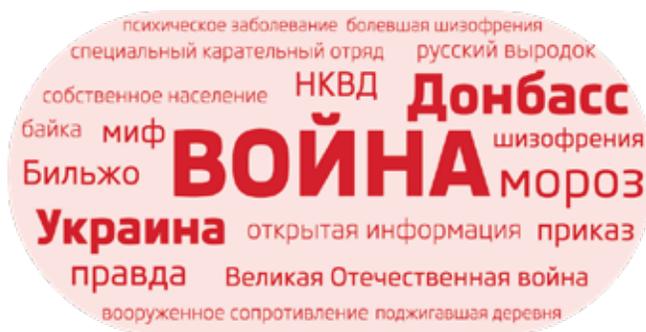
А. Невзоров: «Зоя – фанатичная сталистка» и не годится в герои

Ассоциации пользователей

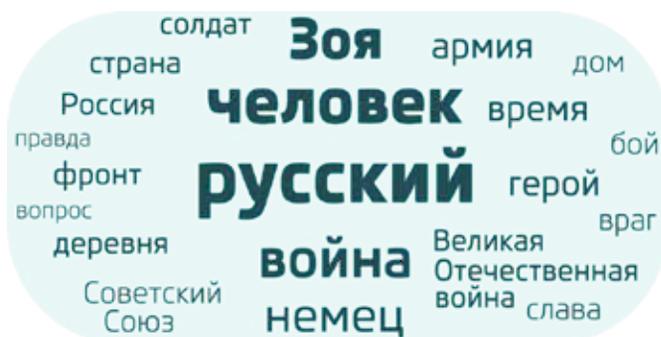
Позитивные



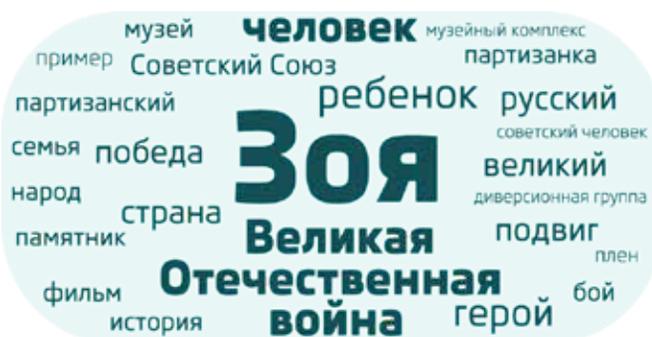
Негативные



2014



2021



Авторы обсуждения

Позитивные

Аккаунт/группа	Кол-во подписчиков	Страна
 Владимир Соловьев	1,4 млн	Россия 
 АРТЕМ КЛЮШИН	766,8 тыс.	Россия 
 Александр Хинштейн	377,9 тыс.	Россия 
 Андрей Воробьев	357,9 тыс.	Россия 
 Николай Валуев	241,2 тыс.	Россия 

Негативные

Аккаунт/группа	Кол-во подписчиков	Страна
 Golbis	585,8 тыс.	Россия 
 Александр Невзоров	443 тыс.	Россия 
 Рустем Адагамов	212,6 тыс.	Чехия 
 Daniel Rodriguez	81 тыс.	Россия 
 авдотья смирнова	45,2 тыс.	Россия 



Советские военные забирают бронзового нацистского орла с фронтона Рейхсканцелярии 01.07.45.
Фото: W.Vandivert

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

Необходимо признать, что в информационном пространстве происходит пересмотр истин, ранее считавшихся незыблемыми. Активность действий, направленных на смещение акцентов, размытие представлений и прямой демонтаж ценностей возрастает год от года. Результаты подобного воздействия можно косвенно оценить по опросам общественного мнения:

Как Вы думаете, насколько серьезный вклад в победу во Второй мировой войне внесли следующие страны? СССР (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

Глядя на эту статистику можно, безусловно, порадоваться, что 86% респондентов оценивают вклад СССР в победу как основной или очень значительный. Однако на самом деле стоит задуматься о тех 14%, которые так не считают. 14% - это больше, чем каждый десятый. И это те 14%, которые уже не готовы оценить вклад СССР в победу более как «довольно значительный».

Как Вы думаете, насколько серьезный вклад в победу во Второй мировой войне внесли следующие страны? СССР (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)*

	Все опрошенные	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	>60 лет
Основной	69	65	68	68	73	68
Очень значительный	17	15	15	17	15	21
Довольно значительный	9	14	8	9	8	7
Незначительный	0	0	0	0	0	1
Практически никакого	1	3	3	0	1	0
Затрудняюсь ответить	4	2	7	5	2	3

	Год замера*	 СССР	 США	 Великобритания	 Франция	 Китай
Основной	2009	86	4	2	2	1
	2016	81	3	1	1	1
	2019	69	1	2	1	2
	2020	69	3	2	1	2
Очень значительный	2009	5	14	10	9	4
	2016	11	7	3	4	3
	2019	15	8	4	2	2
	2020	17	8	6	2	3
Довольно значительный	2009	2	30	26	22	8
	2016	3	22	22	21	11
	2019	10	29	25	19	12
	2020	9	32	29	17	13
Незначительный	2009	1	30	36	34	18
	2016	0	41	40	40	26
	2019	1	33	38	40	26
	2020	0	32	36	40	29
Практически никакого	2009	1	8	9	14	47
	2016	0	14	17	16	35
	2019	1	19	17	25	39
	2020	1	15	13	26	36
Затрудняюсь ответить	2009	5	14	17	19	22
	2016	5	13	17	18	24
	2019	4	9	14	13	20
	2020	4	11	14	14	18



*Опрос ВЦИОМ
«Вторая мировая: что помним, о чем забыли»

Мы безусловно помним и высоко ценим жертвы американского народа, принесенные во имя победы на Тихоокеанском ТВД. Мы знаем и чтим вклад союзников в боях В Средиземноморье и Северной Африке. Мы знаем, что такое «Битва за Британию» и D-Day. Но мы помним и героический массовый подвиг советского народа на европейском театре военных действий Второй мировой. Можно ли всерьез предполагать, что вклад Советского Союза в победу на европейском ТВД не был значим, не был определяющим?



Встреча на Эльбе. Рукопожатия советских солдат из 58-й гвардейской стрелковой дивизии 34-го Гвардейского стрелкового корпуса 5-й Гвардейской Армии 1-го Украинского фронта и американских солдат 273-го пехотного полка 69-й пехотной дивизии VII-го корпуса 1-й Армии США. 25.04.1945.



Лейтенанты армий США и СССР В. Робертсон и А. Сильвашко во время встречи на Эльбе. Торгау, Германия. 25.04.1945. Фото: Аллан Джексон

Предпринимаемые информационные воздействия неслучайны и представляют собой атаки на одни и те же ценности, производимые по разным направлениям. Выявленные хронологические взаимосвязи, пересечения социальных графов распространения различных тезисов позволяют сделать вывод о системности подобных воздействий, зачастую проводимых с участием одних и тех же авторов и трансляторов.

Анализ географии распространения говорит об импорте повестки, появляющихся в иных сегментах социальных медиа и затем внедряемых в российский сегмент. Активнейшее участие представителей украинского сегмента позволяет предположить, что мы имеем дело, помимо прочего, с практической «обкаткой» методов ведения информационной войны, используемой формируемой украинской пропагандой и транслируемое в информационное пространство Украины крайне отрицательное отношение ко всему российскому, отрицание общей истории, пересмотр итогов Второй мировой войны.

Системность попыток влияния на российское общественное сознание в социальных медиа требует столь же системного противодействия, и прежде всего – широкого использования методов цифрового мониторинга и анализа, и разработки инструментария для отражения информационных атак.



КРИБРУМ
Мы слушаем сеть

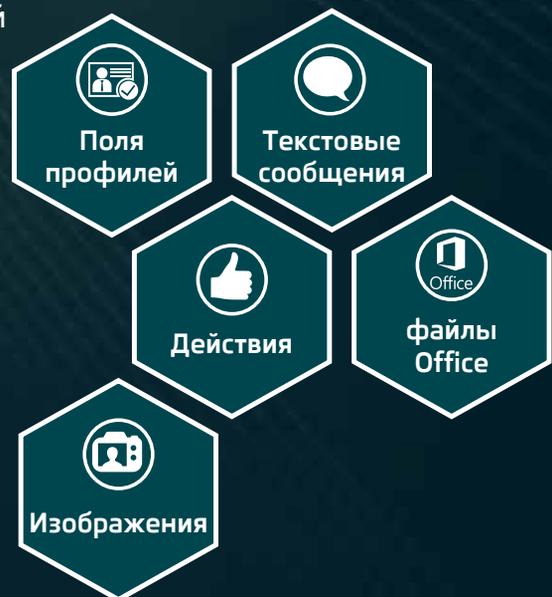
МОНИТОРИНГ И АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА



В ДЕНЬ

140.000.000 текстовых сообщений
40.000.000 изображений
500.000.000 действий

ТИПЫ СОБИРАЕМЫХ ДАННЫХ



WWW.KRIBRUM.RU | +7 (499) 372-53-30