

## ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-4-71-76  
УДК 32(045)

## Информационное и PR-сопровождение специальной военной операции России на Украине: основные тренды и уроки первого этапа

А.Б. Шатилов

Финансовый университет, Москва, Россия

## АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу состояния пиар- и агитационно-пропагандистской работы российской стороны в ходе первого этапа (февраль-май 2022 г.) специальной военной операции на Украине. В частности, автор, отмечая несомненные боевые успехи российской армии («базис»), тем не менее, полагает, что в плане «надстройки» наше военное и политическое руководство недорабатывает, проигрывая как западным, так и украинским оппонентам. Особое беспокойство вызывают проблемы позиционирования СВО в российском обществе, имиджевая работа по формированию пула героев и культовых персон, контрпропаганда и взаимодействие с «информационными волонтерами». **Ключевые слова:** PR; пиар-сопровождение; спецоперация; СВО; Украина; креатив; имидж; образы; информационно-пропагандистская война; «диванные войска»; патриотизм

**Для цитирования:** Шатилов А.Б. Информационное и PR-сопровождение специальной военной операции России на Украине: основные тренды и уроки первого этапа. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2022;12(4):71-76. DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-4-71-76

## ORIGINAL PAPER

## Information and PR Support of Russia's Special Military Operation in Ukraine: Major Trends and Lessons of the First Stage

A. B. Shatilov

Financial University, Moscow, Russia

## ABSTRACT

The paper analyzes of the state of PR and propaganda work of the Russian side during the first stage (February – May 2022) of the special military operation (SMO) in Ukraine. In particular, the author emphasizes the undoubted combat successes of the Russian troops (“basis”). Nevertheless, he considers that in terms of the superstructure, Russian military and political leadership is underperforming, conceding to both Western and Ukrainian opponents. The specific concerns are about the problems of positioning the SMO in Russian society, image work to form a pool of heroes and cult people, as well as the counter-propaganda and interaction with information volunteers.

**Keywords:** PR; PR support; special operation; SMO; Ukraine; creative; image; forms; information and propaganda war; sofa troops; patriotism

**For citation:** Shatilov A.B. Information and PR support of Russia's special military operation in Ukraine: Major trends and lessons of the first stage. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2022;12(4):71-76. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-4-71-76

**Н**есмотря на то что специальная военная операция России на Украине, начавшаяся 24 февраля 2022 г., имеет своей основной целью принуждение Киева к денацификации и демилитаризации, и задачи, которые решают компетентные органы, в основном являются практическими и конкретными (в диапазоне от ведения боевых

действий до гуманитарного обеспечения освобожденных территорий), тем не менее, не стоит забывать об имиджевом и пиар-сопровождении СВО. Де-факто Спецоперация относится к числу гибридных войн XXI столетия, которые подразумевают не столько противостояние на театре боевых действий, сколько выполнение целого ряда сопутству-

ющих задач. К их числу относятся, прежде всего, следующие:

- Выстраивание отдельно как для внутренней, так и внешней аудитории убедительной легенды и аргументации ведения боевых действий.

- Создание своей стране, ее руководству и ее вооруженным силам позитивного имиджа в соответствии с международными правилами ведения военных конфликтов и политико-культурными приоритетами своего общества.

- Формирование негативного имиджа противника, вплоть до его демонизации.

- Стимулирование роста патриотических настроений в обществе за счет мобилизационной агитационно-пропагандистской работы.

- Привлечение широких общественных сил к содействию СВО, формирование у граждан ощущения сопричастности и общего дела.

- Работа с лидерами общественного мнения (ЛЮМами) и экспертным сообществом.

- Создание культового ряда запоминающихся героических образов и персон, которые способствовали бы популярности специальной военной операции.

Анализируя ситуацию первого этапа СВО, можно сказать, что ее пиар-сопровождение оставляет желать лучшего. В первые месяцы (февраль-май) оно было крайне неэффективным, а на данный момент (август 2022 г.), хотя и произошли определенные позитивные изменения, все равно остается слабым звеном в деятельности власти (как военной, так и гражданской). Для оправдания такого рода ошибок были привлечены различного рода эксперты и специалисты, которые убеждали российское общество в том, что «все идет по плану». Более того, был придуман и вброшен в информационное пространство следующий незамысловатый анекдот:

Два русских танкиста сидят в парижском кафе, пьют кофе с круассанами, а рядом «припаркована» колонна российских танков. Мимо идут армейские обозы. И один танкист говорит другому: «Об одном я сожалею — проиграли мы информационную войну»<sup>1</sup>.

Однако, чем дольше продолжается СВО, тем более очевидной становится потребность борьбы за умы и симпатии как своей аудитории, так и мирового сообщества.

Почему же PR-обеспечение было таким слабым на первом этапе проведения спецоперации? Мне видится целый ряд причин.

Во-первых, несмотря на то, что уже более 30 лет назад наша страна «отказалась» от марксизма, в среде элиты очень устойчивым является тезис о базисе и надстройке в плане того, что именно «базис определяет надстройку». Причем такая точка зрения доминирует как у тех, кто получал образование и профессиональную подготовку во времена СССР, так и у «рыночников», которые, по аналогии с марксистами, также считают, что «бабло (сиречь ресурсное обеспечение) решает все», и надстройка является не более чем вспомогательным антуражем серьезной политики и серьезного бизнеса. В современную эпоху информационных и гибридных войн подобное категоричное утверждение как минимум представляется спорным.

Во-вторых, злую шутку с руководством Российской Федерации сыграло то обстоятельство, что в последние годы ему достаточно легко удавалось реализовывать масштабные проекты и отражать атаки оппонентов. Поэтому возникло определенное «головокружение от успехов», ощущение того, что любую ситуацию можно «продать» без необходимого PR-сопровождения. В этом плане можно вспомнить хотя бы провальную пенсионную реформу 2018 г., которая в этом плане была проведена исключительно неэффективно и некреативно. Такое пренебрежение «коммуникативностью» привело к резкой «просадке» рейтингов власти в целом и президента России в частности. Более того, крайне неудачно было выбрано время для такой спорной инициативы — практически сразу после триумфальной победы В. В. Путина на президентских выборах, когда его поддержало рекордное число избирателей. И вот вместо «бонусов» и благодарности власть неожиданно реализует непопулярную и необязательную реформу (именно так это было воспринято в российском обществе), которая породила фактически на ровном месте рост протестных и оппозиционных настроений. А ведь даже такую спорную «новеллу» можно было предварительно смягчить соответствующими информационной и PR-кампаниями [1].

<sup>1</sup> URL: <https://www.anekdot.ru/id/690252/>

Откровенно беспомощной оказалась PR-реакция официальных лиц (в том числе, «профильных») и на развязанную против России «допинговую войну». И если своих граждан удалось утихомирить достаточно невнятной патриотической риторикой, то для внешнего мира PR-аргументов вообще не нашлось. В итоге все завершилось крайне болезненным для отечественного национального самосознания выступлением российских спортсменов в «нейтральном» статусе под олимпийским флагом.

***Несмотря на то, что уже более 30 лет назад наша страна «отказалась» от марксизма, в среде элиты очень устойчивым является тезис о базисе и надстройке в плане того, что именно «базис определяет надстройку». Причем такая точка зрения доминирует как у тех, кто получил образование и профессиональную подготовку во времена СССР, так и у «рыночников», которые, по аналогии с марксистами, также считают, что «бабло (сиречь ресурсное обеспечение) решает все», и надстройка является не более чем вспомогательным антуражем серьезной политики и серьезного бизнеса.***

Еще одной серьезной «надстроечной» недоработкой российской власти последних лет стало слабое информационное сопровождение чемпионата мира по футболу 2018 г. Причем в данном случае претензии можно предъявить не столько по поводу основной части мундиаля (здесь все было сделано практически безукоризненно), сколько в плане постэффектов. Чемпионат мира был проведен на таком высоком уровне, что его итоги можно было бы с выгодой «смаковать» в информационном пространстве минимум год. Однако практически сразу после

церемонии закрытия главного футбольного фестиваля планеты тема чемпионата мира парадоксальным образом исчезает из медийных потоков. Таким образом, Российская Федерация недополучила значительную часть PR-эффектов, в том числе пропагандистского плана, которые явно пригодились бы в рамках начавшейся «новой холодной войны» с Западом. Тем не менее в 2018–2021 гг. такого рода «звоночки» не насторожили российскую власть и не привели к кадровым и содержательным оргвыводам.

В-третьих, пренебрежение PR-составляющей в обеспечении первой фазы СВО было обусловлено неверием профильных руководителей в эффективность деятельности отечественных СМИ и политтехнологов, особенно на внешнем контуре. Многие представители российской элиты считали (да и считают), что западные оппоненты имеют колоссальное преимущество перед российскими массмедиа, и пытаются противодействовать им в международном масштабе — абсолютно бесперспективно. В то же время упускается из вида тот факт, что российские СМИ и соцсети до сих пор являются весьма значимыми источниками информации на постсоветском пространстве, а именно в отношении населения ближнего зарубежья в первую очередь должна вестись разъяснительная и имиджевая работа.

В-четвертых, слабость, а в некоторых случаях и отсутствие вменяемой PR-поддержки российской СВО на Украине были обусловлены кадровыми раскладами сил в отечественном истеблишменте. Традиционно сфера СМИ, политтехнологий и PR в условиях многосоставной путинской элиты была «закреплена» за системными либералами, которые в большинстве своем являются западниками и противниками «мобилизационного общества»<sup>2</sup>. До определенного момента Кремлю удавалось «покупать» их лояльность, однако начало СВО многими из них было воспринято как переход командой Владимира Путина внутриэлитных «красных линий». Поэтому часть из них открыто выразила свое несогласие с линией власти, а другая предпочла вести подпольную работу, фактически саботируя информационное и PR-сопровождение спецоперации. И лишь

<sup>2</sup> URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/fvctzlmuhq/direct/117034469>

ряд жестких оргвыводов<sup>3</sup> руководства страны привел к тому, что российская информационно-пропагандистская машина стала работать хотя бы относительно продуктивно.

Какие основные ошибки «пиаровского» и «коммуникативного» плана, допущенные российской стороной в ходе первой части СВО, можно выделить?

Во-первых, это уже упомянутая кадровая неготовность к информационному, пропагандистскому и PR-обеспечению масштабной военной операции. Помимо уже упоминавшегося саботажа данных направлений частью фрондирующей бюрократии и «четвертой власти», сюда можно отнести также фактическое отсутствие на 24 февраля 2022 г. пула военкоров (далее он был создан, но в авральном режиме и с определенными издержками). Также недостаточным оказался ресурс «ольгинцев», которым на первом этапе СВО с успехом противодействовали центры информационно-психологических операций (ЦИПО) и ряд других украинских «ботоферм»<sup>4</sup>. Тем не менее данное информационно-пропагандистское противостояние в сети Интернет в целом завершилось победой российской стороны, которой оказало существенное содействие непрофессиональное волонтерское сообщество так называемых «диванных войск» [2], инициативно сформированное еще в 2014 г.

В то же время информационные «диванные» волонтеры СВО не получили поддержки со стороны власти, которая сконцентрировалась на официальной пропаганде и (особенно в начале СВО) всячески купировала неформальную агитационно-пропагандистскую и информационную работу. Так, например, российским военным было запрещено размещать «неуставные» фото- и видеоматериалы в соцсетях, причем к таковым относился не только «неосторожный» контент, способный «слить» позиции наших войск, но также контент «провоцирующий», к которому на тот момент отнесли материалы о нанесении ударов по вражеским позициям, съемки убитых противников, видео о захвате пленных. В итоге на первом этапе лишь кадры, игнорировавшие такого рода запреты, выступили (и весьма успешно) в качестве

источника живой информации с театра боевых действий. Несколько позже запрет был снят, но некоторые ограничения все равно сохранились. В частности, в информационном поле СВО до сих пор цензурятся свидетельства об издевательствах и пытках в отношении наших военнопленных со стороны украинских силовиков, хотя дозированный пробор этой темы, с одной стороны, позволил бы дополнительно обосновать проведение спецоперации и перетянуть на свою сторону колеблющиеся слои российского общества, а с другой — развеял бы панические и алармистские слухи «сарафанного радио».

Во-вторых, на редкость вялыми и некреативными были меседжи, слоганы и образы, которые использовала российская сторона в информационно-пропагандистской борьбе с оппонентами. Причем в этом плане она нередко проигрывала не только западным, но даже украинским пиарщикам. Например, ощущался и до сих пор ощущается дефицит жизненных и запоминающихся образов СВО. Так, наивная старушка с красным флагом (при всем к ней уважении)<sup>5</sup>, вышедшая встречать освободителей, была явно не выигрышным персонажем для раскрутки в качестве символа спецоперации в силу архаики и нехаризматичности. Опять же, умильным, но не мобилизующим является образ мальчугана Алёшки (Алёши Павличенко из Белгородской области), который регулярно бегаёт приветствовать проходящие российские воинские части<sup>6</sup>. При этом собственно герои СВО подаются как в традиционных СМИ, так и на официальных ресурсах российской власти в сети Интернет очень казенно и буднично. Даже фотографии, на которых изображены как живые, так и павшие солдаты и офицеры, берутся из «парадных» официальных баз данных. Что же касается выигрышных моментов, то они либо являются случайными (например, обыгрывание букв «О», «V», «Z», изначально предназначавшихся лишь для обозначения направлений ударов наших войск), либо, опять же, спонтанно возникали «снизу» в ходе народного информационного творчества (вроде культовой раскрутки командира российских

<sup>3</sup> URL: [https://polit.ru/news/2022/03/15/cantlieguys/?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop](https://polit.ru/news/2022/03/15/cantlieguys/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop)

<sup>4</sup> URL: <https://ria.ru/20220513/tsipso-1788372942.html>

<sup>5</sup> URL: <https://memepedia.ru/babushka-z-kto-takaya-babushka-s-krasnym-flagom/>

<sup>6</sup> URL: <https://memepedia.ru/shokolad-aleshka-i-malchik-z/>



морпехов с позывным «Струна», более известного как «Красный рюкзак» и завоевавшего симпатии аудитории своими профессиональными действиями во время штурма Мариуполя). Но даже со своими раскрученными символами и образами российская сторона обращается крайне небрежно. Так, «бабушку с Красным флагом» преждевременно «засветили» и позволили СБУ вывезти ее на подконтрольную Украине территорию<sup>7</sup>, а командира морских пехотинцев не уберегли от вражеской мины, в результате чего он стал инвалидом<sup>8</sup>. Более того, эта кампания запомнилась также гибелью некоторых знаковых персон, ставших символами сопротивления на Донбассе. В частности, в начале августа 2022 г. в результате обстрела Горловки погибла Ольга Качура (позывной «Корса»), один из культовых персонажей «Русской весны» 2014 г., единственная в ДНР женщина-полковник, которая очень эффективно командовала дивизионом РСЗО «Град»<sup>9</sup>.

В-третьих, российская военная кампания ведется (за редким исключением) чисто технически, без нанесения по противнику информационных, имиджевых и психологических ударов. Понятно, что существует определенная дипломатическая и гуманитарная составляющая противостояния, что исключает, например, нанесение массированных ударов по украинским крупным городам или же атаки на реальные центры принятия решений. Однако возникает вопрос: что мешает, по образцу югославской операции США 1999 г., разрушить фактически пустующий административный квартал в Киеве, чтобы создать у киевлян (в большинстве своем — сторонников войны с Россией) ощущение безысходности и обреченности? И это при том, что украинская сторона не стесняется извлекать такого рода пропагандистские и пиар-дивиденды: взять хотя бы атаку на штаб ВМФ России в Крыму [3], обстрел Запорожской АЭС<sup>10</sup>, провокацию

в Буче или террор в отношении пророссийских общественников на освобожденных территориях Украины.

В-четвертых, крайне неубедительно обстоит дело с формированием образа врага. Конечно, основной целью российской СВО является не борьба с братским украинским народом (о чем неоднократно говорил В. Путин [4]), а денацификация и демилитаризация бандеровского режима. Однако даже при этом российская пиар- и информационная политика является очень противоречивой и непоследовательной. Так, например, нет четкой, однозначной и убедительной оценки русофобской политики Украины начиная с 1991 г.; нет единства в оценке современной «незалежной» элиты (с одной стороны, «нацисты и наркоманы», с другой — «украинские партнеры»); не сформулированы (хотя бы в диапазоне «программа-минимум» и «программа-максимум») цели и задачи СВО. Все это приводит к тому, что в определенные моменты (например, во время латентных стамбульских переговоров<sup>11</sup>) наше общество «лихорадит», патриотическая общественность (а именно она является в настоящий момент «стержнем» общественной поддержки власти) начинает «пожарить», а российская бюрократия (как гражданская, так и силовая) замирает в раздумьях относительно «генеральной линии» власти. Более того, даже в отношении открытых нацистов (например, из «Азова» и других нацбатов) и иностранных наемников нет единой и четкой сформулированной позиции. Изначально заявлялось о том, что это военные преступники, которые не подлежат обмену и заслуживают самой суровой кары, однако потом начались определенные «маневры» и «исключения», результатом чего стало освобождение под благовидным предлогом даже культовых для украинской стороны персон, вроде убежденной нацистки Юлии Паевской (позывной «Тайра») [5].

Справедливости ради, необходимо отметить, что в последние месяцы (начиная с июня 2022 г.) в PR-сопровождении СВО наблюдаются некоторые позитивные подвижки, хотя в информационно-пропагандистском плане мы все равно пока продолжаем проигрывать нашим оппонентам.

<sup>7</sup> URL: [https://www.1tv.ru/news/2022-05-08/428319-babushka\\_kotoraya\\_vyshla\\_k\\_ukrainskim\\_voennym\\_s\\_krasnym\\_znamenem\\_zhiva\\_i\\_nahoditsya\\_v\\_harkove](https://www.1tv.ru/news/2022-05-08/428319-babushka_kotoraya_vyshla_k_ukrainskim_voennym_s_krasnym_znamenem_zhiva_i_nahoditsya_v_harkove)

<sup>8</sup> URL: <https://kovi.ru/morpeh-s-pozyvnyim-struna/>

<sup>9</sup> URL: <https://www.5-tv.ru/news/396666/legendarnaa-artilleristka-olga-korsa-pogibla-pri-obstrele-vdnr/>

<sup>10</sup> URL: [https://ria.ru/20220812/zaes-1809185486.html?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D](https://ria.ru/20220812/zaes-1809185486.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D)

<sup>11</sup> URL: <https://inforuss.info/chto-dejstvitelno-proizoshlo-v-stambule/>

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шатилов А. Б. Пенсионеры 2.0. URL: <https://iz.ru/715184/aleksandr-shatilov/pensionery-20>.
2. Шатилов А. Б. «Диванные войска» как новая форма информационно-пропагандистского сопровождения политических и военных конфликтов в начале XXI в. *Власть*. 2014;(7):56–58.
3. Вадатурский Г. Атака на штаб ЧФ в Севастополе: кто, как и зачем это сделал. URL: <https://sevastopol.su/news/ataka-na-shtab-chf-v-sevastopole-kto-kak-i-zachem-eto-sdelal>
4. Путин В. Об историческом единстве русских и украинцев. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/66181>
5. Джерелиевский Б. Операция «Обмен». URL: [https://img.segodnia.ru/content/258651?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D](https://img.segodnia.ru/content/258651?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D)

### REFERENCES

1. Shatilov A. B. Pensioners 2.0. URL: <https://iz.ru/715184/aleksandr-shatilov/pensionery-20>. (In Russ.).
2. Shatilov A. B. Sofa troops as a new form of information and propaganda support for political and military conflicts at the beginning of the 21st century. *Power*. 2014;(7):56–58. (In Russ.).
3. Vadatursky G. Attack on the headquarters of the Black Sea Fleet in Sevastopol: Who, how and why did it. URL: <https://sevastopol.su/news/ataka-na-shtab-chf-v-sevastopol-kto-kak-i-zachem-eto-sdelal>. (In Russ.).
4. Putin V. On the historical unity of Russians and Ukrainians. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/66181>. (In Russ.).
5. Dzherelievsky B. Operation “Exchange”. URL: [https://img.segodnia.ru/content/258651?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D](https://img.segodnia.ru/content/258651?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D). (In Russ.).

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

**Александр Борисович Шатилов** — кандидат политических наук, профессор, декан факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия  
**Aleksandr B. Shatilov** — Cand. Sc. (Political), Professor, Dean of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia  
<https://orcid.org/0000-0002-4776-0934>  
[ashatilov@fa.ru](mailto:ashatilov@fa.ru)

*Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.*  
*Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.*

*Статья поступила 01.08.2022; принята к публикации 13.08.2022.*  
*Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.*  
*The article was received on 01.08.2022; accepted for publication on 13.08.2022.*  
*The author read and approved the final version of the manuscript.*