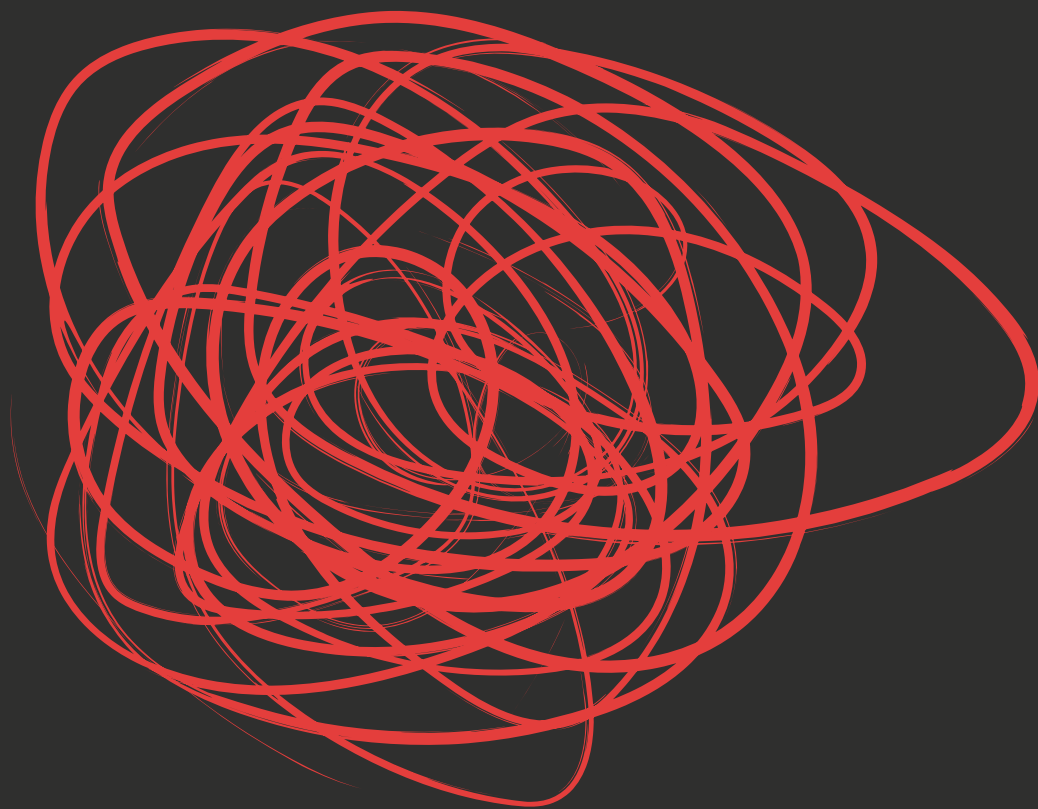


Георгий Почепцов



| дез |
информация

Георгий Почепцов

| д е з |
и н ф о р м а ц и я



Издатель ПАЛИВОДА А. В.
Киев, 2019

УДК 070.16(0.062)



Издание этой книги стало возможным при финансовой поддержке Министерств иностранных дел Дании и Швеции. Содержание книги является исключительной ответственностью общественной организации «Детектор медиа» и не обязательно отражает позицию Министерства иностранных дел Дании или Правительства Швеции.

Сборник статей Георгия Почепцова, написанных автором по договору исключительного авторского права для общественной организации «Детектор медиа» в 2018-2019 гг. и опубликованных на портале www.detektor.media.

Библиотека ОО «Детектор медиа» (Дез)информация / Г. Почепцов. /
Под общей редакцией Н. Лигачевой и Г. Петренко / Редакцией М. Олийнык
П65 – К. : ПАЛИВОДА А. В., 2019. – 248 с. ISBN 978-966-437-563-1.

Сегодняшний мир строится не только с помощью информации, но и дезинформации.

Чем серьезнее событие, тем больше о нем появляется дезинформации, которая пытается исказить реальность.

Однако у человека нет способности различать информацию от дезинформации. Этому следует учиться, чему и посвящена данная книга.

Для широкого круга читателей.

УДК 070.16(0.062)

Содержание

- 6 **Введение**

- 7 **Глава первая**

- 8 Дезинформация: определения
- 13 Контексты возникновения дезинформации
- 18 Дезинформация и ее друзья
- 22 Новая информационная среда способствует дезинформации

- 27 **Глава вторая**

- 28 Как работает кампания дезинформации
- 31 Тролли на марше, или дезинформационное вмешательство России в президентские выборы в США глазами спецпрокурора
- 35 Операции влияния в модели терроризма
- 42 Китайский и российский подходы к операциям влияния

- 46 **Глава третья**

- 47 Как бороться с фейками: новые подходы
- 51 Фейков много, теорий фейков еще больше
- 57 Фейки идут в наступление
- 63 Фейки как новости без событий

- 68 **Глава четвертая**

- 69 Программирование разума, или Откуда появился инструментарий информационной войны
- 74 Новые типы «мирного» воздействия, выстроенные на базе инструментария информационной войны
- 79 Трансформации виртуального пространства в процессах влияния
- 86 Медийный инструментарий когнитивных трансформаций

- 92 **Глава пятая**

- 93 Семь способов коммуникативной трансформации поведения
- 98 Управление массовым сознанием с помощью эмоций и образов
- 105 Фейки соцмедиа конструируют постоянно меняющийся текст в наших головах
- 110 Создающие хаос фейки как политический инструментарий

116 Глава шестая

- 117 Протестность с точки зрения сетевой теории М. Кастельса
- 122 Дигитальные протесты
- 127 Информационное управление протестностью извне как политический инструментарий
- 132 Новые медиа несут новые контексты дезинформации

138 Глава седьмая

- 139 Усиление борьбы с дезинформацией
- 144 Советский опыт управления массовым сознанием как предтеча российских информационных операций
- 153 Войны за будущее: как российское госуправление форматирует завтрашний день
- 167 У виртуальной войны новое лицо

170 Глава восьмая

- 171 Почему фейки и дезинформация стали актуальны именно сегодня
- 178 Фейки и дезинформация: что дальше?
- 183 Фейки как результат создания организованных потоков в случайной информационной среде
- 189 Фейки и дезинформация как манипулятивный инструментарий

197 Глава девятая

- 198 Фейки и дезинформация: в чем их сила?
- 202 Мы наш, мы новый фейк построим
- 207 Дезинформация мечтает стать фейком, а конспирология — правдой
- 215 Как фейки и дезинформация, мемы и конспирология, слухи и анекдоты работают в роли символических триггеров

225 Глава десятая

- 226 Возможны ли новости без доверия?
- 230 Информация нам строить и жить помогает, а книга?
- 239 Мы живем в доме без окон, их нам заменяет информация, которую преподносят на блюдечке
- 243 Украина стоит перед дверью в будущее, от которой у нее нет ключа

246 Заключение

Введение

Мы всегда живем во вчерашнем дне, поскольку оттуда все наши навыки и умения. Однако быстрота сегодняшнего развития ломает успешность таких наших представлений. Если в будущем исчезнет ряд специальностей, то исчезнет и та опора на прошлое, которая все еще характерна для человечества.

Сейчас многие наши привычные сферы, типа образования и науки, потеряли понимание нового будущего, которое наступает. Если в будущем видеть контуры прошлого, то оно никогда у тебя не наступит. Оно наступит у кого-то другого, у другой страны, другого континента.

По сути, будущее уже во многом наступило. Но оно наступило где-то в другом месте. Где-то там, где уже производят то, что мы не умеем делать. Смартфоны, автомобили с электромотором, скоростные поезда, квантовые компьютеры...

Вместе с этим будущим приходят и неприятные вещи, типа фейков, которые пока мы с трудом распознаем. Информация и дезинформация сегодня стали едины, как никогда раньше. Поэтому мы и должны учиться их разграничивать.

Глава первая



ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Дезинформация как системный инструментарий, а не для разового использования, что было всегда в военном деле, является более современным изобретением человечества, чем пропаганда. Правда, пропаганда была вполне почетным термином в далеком прошлом, пока его не «испортили» тоталитарные государства.

Изначально пропаганда была связана с Ватиканом: так обозначалась миссионерская работа по распространению веры. Сегодня пропаганда ушла в тень, ею приличные люди не занимаются, для них придумали теперь новый термин – стратегические коммуникации.

Один из военных приводит пример разговора между американским и вьетнамским полковниками [1]. Американец говорит, мол, вы нас не победили на поле боя. Вьетнамец соглашается, но замечает, что это не имеет значения. Ведь Вьетнам выиграл битву стратегических коммуникаций, а потому и всю войну.

В этой, одной из базовых работ по стратегическим коммуникациям, в ответе на вопрос, что лучше — действия или слова, предпочтение отдается действиям. Здесь говорится: «Действия являются лучшими реализациями стратегических коммуникаций». Правда, сегодня вряд ли можно быть стопроцентно уверенным в правоте этих слов.

При этом пропаганда носит негативный оттенок, а стратегические коммуникации воспринимаются вполне позитивно. Тем более что теперь можно подводить под эту «шапку» все прошлые разрозненные действия, включая информационные и психологические операции, операции влияния и даже столь нелюбимую недавно пропаганду.

Сегодня заговорили о новом типе войны, который ведет Россия [2]. Но, по сути, ничего принципиально нового здесь нет. Разве что эта война ведется сегодня и сейчас и на чужой территории. По этой причине она не может происходить в физическом пространстве, а ведется в информационном. И, естественно, в таком случае она принимает формы агрессивного порядка, базой чего и становится дезинформация.

Если в Германии россияне придумали девочку Лизу [3], изнасилованную мигрантами, то в Украине — «распятого мальчика» [4]. Какие характеристики дезинформации дают нам эти примеры? Давайте их сформулируем:

- высокий эмоциональный уровень, позволяющий эффективно охватывать большие массивы людей;
- дезинформация продвигает не реальный, а придуманный виртуальный объект, который активно ломает привычную картину мира. Например, со времен Первой мировой войны, известно, что наиболее сильно на население действуют рассказы о жертвах среди гражданского населения — стариков, женщин и детей. Именно отсюда и «распятый мальчик», и девочка Лиза;

- при этом дезинформация слабо поддается опровержению, поскольку это сложно делать для несуществующих объектов. Например, российские официальные информационные агентства в первый период войны называли украинское правительство «хунтой», а вооруженные силы — «мясниками», просто избрав хлесткие обозначения, которые уже неоднократно использовались в прошлом с самыми негативными коннотациями.

Российская дезинформация берет начало из активных мероприятий КГБ времен СССР [5].

Это и привязка СПИДа как этнического оружия против Африки к Пентагону, и рассылка расистской брошюры африканским спортсменам от имени Ку-Клукс-Клана во время Олимпиады 1984 года в Лос-Анджелесе.

Еще один пример из времен Холодной войны [6]. В 1959 году свастика появляется на синагоге в Германии со словами «Немцы требуют: евреи, убирайтесь». После этого началось вирусное распространение свастики по всему миру. Все это было придумано в директорате «Д» — дезинформации, возглавляемом генералом Агаянцом. Это западные данные. По советским, Агаянец возглавлял службу «А» (службу активных мероприятий) [7]. Правда, одновременно говорится и о том, что в 1959 году был создан отдел «Д», который он возглавил: «Именно при Агаянце начался новый этап в организации «акций влияния» и родилась наиболее результативная форма этих мероприятий — комплексные акции, отличающиеся упреждающим, наступательным и долгосрочным характером» [8].

Тут важны две характеристики — комплексные акции и упреждающий характер. Вот еще одно мнение по поводу закрытости подразделения, которым руководил Агаянец: «Вернувшись на родину, Агаянец создал весьма необычное специальное подразделение в службе разведки. Его название до сих пор не упоминается. Основные операции, и какие же удачные, пока все под тем же грифом. И Ивану Агаянцу было в виде исключения присвоено в 1965-м редкое для той поры в разведке генеральское звание» [9].

Сегодняшнюю Россию также привязывают к болезненным реакциям первого лица. «Панамские бумаги» увидели свет 3 апреля 2016-го [10]. Путин воспринял это как атаку Запада на него самого, и в результате начались кибератаки.

Депутат российской Госдумы Илья Пономарев заявил на судебных слушаниях в Киеве, что у Владимира Путина была неудачная посадка вертолета. Путин воспринял это как западную атаку и отдал приказ захватить Крым. Это случилось 22 февраля 2014-го, приказ по Крыму он отдал в ночь на 23 февраля [11]. Единственное возражение может быть построено на том, что любая такая операция имеет длинный шлейф подготовки. То есть решение было принято уже давно, просто его могли запустить в действие чуть раньше.

Facebook принес новые сложности с фейками. С июня 2015-го по август 2017-го 120 фейковых аккаунтов 80 тысяч раз размещали свои посты, тем самым добравшись до 126 миллионов американцев [12]. Сегодня легче сказать, что это не повлияло на выборы. Но если это просто удавшийся эксперимент так называемых ольгинских троллей, то будущее перестает быть безоблачным [13].

Эш Картер, министр обороны США времен Обамы, говорит в интервью изданию Politico о развитии ситуации в мире после Украины: «Я не был удивлен; именно это я видел в военных действиях русских в Украине, в странах Балтии, везде; это маленькие зеленые человечки, это кибератаки, большая ложь и другие способы манипуляции в информационном пространстве. Меня вовсе не удивило то, что они делали в Соединенных Штатах. Но это неприемлемо, особенно потому, что это не старые трюки, продельваемые КГБ в дни Холодной войны, которые были атакующими, но никогда не имели длительных эффектов» [14].

Все это результат появления иного информационного пространства, пришедшего с социальными платформами, созданными в процессе развития информационно-коммуникативных технологий. Они придумывались, чтобы дать голос всем. Но мир оказался не готов к такого рода разноголосице.

Новая информационная среда, как считает Келли Борн, отличается двумя характеристиками: технологиями и политической поляризацией. Борн говорит: «Сегодня контент может создать каждый, каждый может распространить его и сделать это анонимно. Раньше граждане могли оценивать информацию, основываясь на достоверности источника, сегодня же нормой стала передача информации друг другу, что содержит в себе релевантность и точность. Эти беседы в интернете могут перехватываться ботами и троллями, работающими над искусственным усилением сеющих раздор идей. Более того, сбор больших данных дает возможность для микротаргетинга политических сообщений, и нет широкого знания по поводу того, как эти сообщения подгонялись под узкие аудитории. Вполне возможно, что бесконечное количество вариантов отдельного сообщения может тестироваться, пока не будет подогнано под конкретного индивида. Такие сообщения соревнуются за то, чтобы сделать кампанию бессмысленной» [15].

В другой своей работе Келли Борн перечисляет шесть факторов, изменивших информационную среду, что поспособствовало появлению фейков. Они таковы [16]:

- **демократизация создания и распространения информации**, так что любой индивид или группа может влиять в онлайн на большое число людей;
- **информационная социализация**, которая приводит к получению информации отовсюду, а не из институциональных источников, подчиняющихся журналистским стандартам;
- **атомизация** как расхождение индивидуальных новостей от брендов и источников;
- **анонимность создания и распространения информации**: для читателя сегодня важнее то, кто прислал информацию, чем ее источник;
- **персонализация информационной среды**, что отличает ее от печати, радио и телевидения, позволяя пользоваться микротаргетингом;
- **суверенность**: в отличие от телевидения, печати и радио, соцсети являются саморегулируемыми.

Автор этой концепции суверенности Персилли, являющийся профессором права в Стенфорде, увидел новизну кампании Трампа как раз в разрушении

традиционных политических и информационных институтов. Например, главный ее стратег Бэннон ранее возглавлял новостное интернет-агентство. Персили пишет: «Преобладание фальшивых историй в онлайне воздвигает барьеры для информированного принятия политических решений и делает менее вероятным то, что избиратели будут выбирать на основании подлинной информации, а не лжи или обманывающего спина» [17].

То есть возникла питательная среда для нового типа информационного продукта, дешевого и доступного для всех. И в целом все это можно считать последствиями появления интернета с его удешевлением процессов передачи и хранения информации. Сэмюэл Вули в своей работе 2015 года подсчитал, что боты порождают половину всего интернет-трафика. А все потому, что 50 миллионов пользователей Twitter [18] и почти 140 миллионов пользователей Facebook не демонстрируют человеческого поведения [19].

Исследователи Саманта Бредшоу и Филип Ховард выделяют [20] такие типы манипулятивного инструментария: комментарии в социальных медиа, индивидуальный таргетинг, правительственные аккаунты и веб-страницы, фейковые аккаунты и компьютерная пропаганда, создание контента политических месседжей.

Как видим, это даже не манипулятивный инструментарий, а просто возможные средства доставки манипулятивных сообщений, причем перечисленные не очень системно.

И это меняет не только мир, но и войну. Тимоти Томас увидел следующие типы невоенных методов, примененных Россией по отношению к Украине: выборы, использование суррогатов, большая информационная война и кибервойна [21]. По поводу рефлексивного контроля, он пишет следующее: «Преобладающее и расширенное использование понятий рефлексивного контроля и обмана было заметным в течение всей кампании и должно рассматриваться для потенциального использования Россией в будущих конфронтациях. Основное использование военной силы носило тайный характер регулярных российских сил, что никогда не признавалось Россией, но их движение отслеживалось западными спутниками».

Мир изменился. Более того, он никогда уже не вернется в прошлое состояние. Теперь человечеству предстоит исправлять те его недостатки, о которых создатели технических платформ даже не задумывались. Например, их бизнес-модель должна была привлекать всех, из-за чего исчез редакторский взгляд, характерный для медиа прошлого. И сквозь эту щель мир заполнили фейки.

Литература

1. Halloran R. Strategic communication // ssi.armywarcollege.edu/pubs/parameters/articles/07autumn/halloran.pdf.
2. Rutenberg J. RT, Sputnik and Russia's new theory of war // www.nytimes.com/2017/09/13/magazine/rt-sputnik-and-russias-new-theory-of-war.html.
3. На фейковий сюжет «Первого канала» про зґвалтування дівчинки поскаржилися в прокуратуру Берліна // Media Sapiens. – 20 января 2016 // https://ms.detector.media/ethics/manipulation/nimetskiy_advokat_poskarzhivsyia_na_syuzhet_pervogo_kanala_v_prokuraturu/.
4. Авторку сюжету про розп'ятого в Слов'янську хлопчика занесено на Дошку ганьби // Media Sapiens. - 15 июля 2014 // https://ms.detector.media/ethics/manipulation/avtorku_syuzhetu_pro_rozipyatogo_v_slovyansku_khlopchika_zaneseno_na_doshku_ganbi/.
5. Examining Russian Disinformation // www.npr.org/2017/11/19/565153437/examining-russian-disinformation.
6. Weiss M. The making of Russian disinformation campaign // www.cnn.com/2017/10/11/opinions/the-making-of-a-russian-disinformation-campaign-opinion-weiss/index.html.
7. Агаянц, Иван Иванович // ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B3%D0%B0%D1%8F%D0%BD%D1%86_%D0%98%D0%B2%D0%B0%D0%BD_%D0%98%D0%B2%D0%B0%D0%B-D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87.
8. Агаянц Л. Разведчик от Бога, работой с которым гордились резиденты // nvo.ng.ru/spforces/2011-09-02/12_razvedka.html.
9. Долгополов Н. Разведчик был другом де Голя // rg.ru/2014/07/31/razvedchik.html.
10. Мін'юст США почав розслідування після публікації «Панамського архіву» // Media Sapiens. – 20 июля 2016 // https://ms.detector.media/media_law/government/minyust_ssha_pochav_rozsliduvannya_pislya_publicatsii_panamskogo_arkhivu/.
11. Путин дал указание аннексировать Крым в ночь на 23 февраля – Пономарев // Украинская правда. – 14 февраля 2018 // www.pravda.com.ua/rus/news/2018/02/14/7171592/.
12. Social media giants are vulnerable to foreign propaganda. What they can do to change? // www.pbs.org/newshour/show/social-media-giants-are-vulnerable-to-foreign-propaganda-what-can-they-do-to-change.
13. Контентом щодо виборів у США займалося до 90 «російських тролів» – РБК // Media Sapiens. – 17 октября 2017 // https://ms.detector.media/ethics/manipulation/kontentom_schodo_vivoriv_u_ssha_zaymalosya_do_90_rosiyskikh_troliv_rbk/.
14. Ash Carter: full transcript // Politico. – 19 февраля 2018 // www.politico.com/magazine/story/2018/02/19/ash-carter-defense-global-politico-transcript-217023.
15. Q&A with Kelly Born: Getting beyond disinformation // www.hewlett.org/qa-kelly-born-getting-beyond-disinformation/.
16. Born K. Six reasons there's more fake news today // www.marketwatch.com/story/six-features-of-the-age-of-fake-news-2017-10-24.
17. Persily N. Can Democracy Survive the Internet? // Journal of Democracy. - 2017. - Vol. 28. - N 2.
18. Woolley S.C. Automatic power: social bot interference in global politics // firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6161/5300.
19. Grant R. Facebook has no idea how many fake accounts it has — but it could be nearly 140M // venturebeat.com/2014/02/03/facebook-has-no-idea-how-many-fake-accounts-it-has-but-it-could-nearly-140m/.
20. Bradshaw S. a.o. Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation // comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/07/Troops-Trolls-and-Troublemakers.pdf.
21. Thomas T. Russia's Military Strategy and Ukraine: Indirect, Asymmetric—and Putin-Led // Journal of Slavic Military Studies. - 2015. - Vol. 28. - N 3.

КОНТЕКСТЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ДЕЗИНФОРМАЦИИ

Реальность отличается от восприятия ее. Меняя восприятие, мы меняем модель реальности в голове у объекта воздействия, не изменяя самой реальности. От измененного восприятия объект воздействия переходит к измененному решению, поскольку он видит действительность уже по-другому.

Мы живем в мире, который создан как дезинформацией, так и информацией. Даже наука строилась в том числе на базе лысенковщины и «кибернетики, как продажной девки империализма», а не только на базе информации. И сегодня фейки занимают важное место в информационном потоке пользователя соцсетей, поскольку именно их хотят услышать потребители.

Все революции проходят под разными вариантами лозунга «кто был ничем, тот станет всем». И практически все они не выполняют своего обещания. И таких растянутых во времени невыполненных обещаний в политике очень много.

Дезинформацией является обман сознательный, в отличие от обмана случайного, незнания, недооценки, преувеличения. Здесь нет соответствия действительности, но происходит это без злого умысла. Нет злого умысла и в литературе и искусстве, от которых мы тоже не требуем жесткого соответствия действительности.

Дезинформация вставляется в информационный поток, на базе которого принимаются решения. И это должно подтолкнуть лицо, принимающее решение, к интеллектуальному или физическому поступку, выгодному для коммуникатора.

Российский вариант информационной войны базируется как раз на дезинформации, поэтому при его объяснении часто пользуются словами «обман», «маскировка» и тому подобными, вводя противника таким образом в заблуждение.

Георгий Смолян так и говорит, что манипулятивные воздействия лежат в основе рефлексивного управления [1]. Ему вторит Василий Микрюков, отмечая, что «наиболее сложным и опасным приложением рефлексивного управления является его использование для воздействия на процессы принятия государственных решений при помощи тщательно подготовленной информации или дезинформации. Современные технологии значительно расширяют возможности для манипуляции. Информационные диверсии, нарушение линий связи, хищение и копирование данных, их сокрытие и искажение — все это позволяет влиять на принимаемые властные решения» [2].

Реальность отличается от того, как мы ее воспринимаем. Меняя восприятие, мы меняем модель реальности в голове у объекта воздействия, не изменяя самой реальности. От измененного восприятия объект воздействия переходит к измененному решению, поскольку он видит действительность уже иначе.

Практически однотипно выглядит цикл принятия решений Бойда, известный каждому американскому военному [3-4]. Этот цикл носит название НОРД: наблюдение, ориентация, решение, действие. Мы видим нечто, ориентируемся, что это, принимаем решение и действуем.

Главной идеей Бойда является принятие решения скорее, чем это делает противник. В таком случае свое решение он будет принимать в устаревших условиях, поскольку реально они уже были изменены. Но в этом случае речь идет скорее о запаздывании в обработке информации, чем о сознательном обмане противника.

В постоянно изменяющемся мире не может быть автоматических решений [5]. Сегодня это еще более справедливо, поскольку быстрота изменений такова, что человек уже физически не может на них реагировать так, как раньше.

Число незаметных изменений нашего мира превысило возможные пределы. Мир стал иным, хотя мы не хотим этого признавать. Мир нашего детства теперь полностью противоречит миру наших детей или внуков. Запрещенное тогда стало разрешенным сегодня.

Татьяна Черниговская считает, что современный мир перестал быть соразмерным человеку: «Барклай-де-Толли предпринял определенные шаги, потом пришел Кутузов и распорядился, как необходимо расположить войска. Все это занимало огромное время. Сегодня же системы действуют за наносекунды, они принимают настолько быстрые решения, что все это — уже не нашего мозга дело» [6, 7-8].

Еще одна характеристика нового мира — переход от вербальной основы к визуальной. Мы обучаемся с помощью видеоигр, фильмов, картинок. Черниговская пишет: «Человечество все больше движется в сторону картинок, комиксов. Зачем я буду читать тексты, если есть изображения, которые компактно описывают ситуацию? Уже началось и дальше будет только усиливаться неприятное расслоение социума на тех, кто не хочет углубляться в смыслы, и снобов, интеллектуалов, умников, которые будут чувствовать превосходство над первыми. Это плохой сценарий» [9].

Возрастающую роль сложности и неопределенности в современном мире отмечают практически все новые направления, призванные помочь в принятии решений новым руководителям:

- сетевые структуры побеждают иерархические, заставляя иерархии вести себя как сети, если они хотят добиться победы (Джон Аркилла [10]);
- Фуерт видит спасение в упреждающем управлении [11]. Он объясняет это тем, что число проблем и скорость их появления все время растут. Более того, ни одна проблема не может быть окончательно решена, поскольку в результате она просто превращается в новую проблему;
- комплексные адаптивные системы, в которых имеет место взаимодействие множества независимых составляющих, адаптируются к внешней среде, у них нет централизованного контрольного механизма, поэтому уровень непредсказуемости достаточно высок [12-13].

Сегодня человечество получило новую сложную систему жизни, практически не получив соответствующего инструментария управления. А он все равно нужен, хоть для миллионов, хоть для миллиардов, тем более что произошел определенный упадок религий и идеологий, которые держались в эпоху модерна на мощных

нарративах, задающих правила поведения для всех. Теперь совершенно возможной становится как жизнь по правилам, так и без них.

Информационно сложный мир оказался неспособным к саморегуляции. Технические гигантские социальные платформы при этом не считаются средствами информации и не подчиняются ограничениям, характерным для них.

Именно по той причине, что дезинформация оперирует виртуальными объектами, которые либо слабо поддаются проверке, либо опровергаются постфактум, когда дезинформация уже выполнила свою негативную роль, она стала сегодня таким грозным оружием.

Дин Джексон отмечает определенные сложности распознавания дезинформации из-за того, что можно обозначить специфическим способом ее конструирования. Он пишет: «Аналитики в целом соглашались, что дезинформация всегда целенаправленна и необязательно состоит из прямой лжи и измышлений. Она может быть составлена из правдивых в основном фактов, вырванных из контекста и смешанных с обманом для поддержки предназначенного меседжа, и всегда является частью большего плана» [14].

Время от времени возникает такого рода формула, позволяющая совмещать правдивое и неправдивое для поднятия достоверности сообщений. Типичным советским методом такого рода была как бы подмена реальности отдельным фактом. В результате металлург, получающий квартиру, становился отображением всей страны, точно как американский безработный, роющийся в мусорном баке, становился знаковой картинкой Америки. То есть этот метод можно обозначить как превращение отдельного факта в символ, в знак. На следующем этапе этот знак живет уже своей новой жизнью в виртуальном пространстве, покинув пространство информационное.

Имеем следующие типы переходов, создающих пропагандистские символизации:

- **этап первый:** конкретный факт в физическом пространстве,
- **этап второй:** подача этого факта как частотного в информационном пространстве,
- **этап третий:** превращение факта в правило (знак, символ) в виртуальном пространстве.

Питер Померанцев видит сегодняшнюю российскую пропаганду в следующем виде, считая ее более сложной, чем та, которая была в советское время. Он говорит: «Во-первых, они показывают плохие новости, просто форматируют их определенным способом. Новости начнутся с Путина, поскольку Путин находится на вершине социальной пирамиды, затем что-то плохое, случившееся в России, но сразу после — нечто более плохое, произошедшее на Украине. Они стараются включить реальность людей, они научились подавать плохие новости раньше, поскольку не хотят нового Чернобыля. Основное, что они сделали, это подобие дебатов и дискуссии. Там будет псевдолевая оппозиционная партия, спорящая с псевдоправой оппозиционной партией в политических ток-шоу. Но идеей является сделать так, чтобы Путин

выглядел хорошо на контрасте. Они стали более сложными и гибкими в своем подходе и гораздо более тонкими в своем подходе к идеологии» [15].

Клинт Уотс видит еще одну российскую модель влияния: «Анонимный пользователь какого-то популярного форума публикует поддельный документ. Затем его начинают обсуждать и распространять в «управляемых Кремлем» аккаунтах в Twitter. О дискуссии в микроблогах снимает репортаж российский государственный канал, чьи материалы впоследствии ретранслируются пользователями Facebook или получают дополнительное распространение при помощи рекламных постов» [16].

Здесь мы вновь сталкиваемся с феноменом работы с дезинформацией как с информацией, тем самым она прячется в потоке реальных фактов, поскольку к ней применяются все те же методы рассмотрения, обсуждения и передачи. Такой факт X становится в один ряд с другими. Теперь, чтобы его распознать, надо применить особые знания и умения, а рядовому потребителю это абсолютно не нужно.

И еще одна важная черта — дезинформацию превращают в информацию, относясь к ней соответствующим образом, но за этим происходит следующий шаг — ее превращают в знание, что дает ей более высокий статус. А со знанием уже сложно спорить, его сложно опровергнуть даже другим фактом, поскольку знание стоит выше в пирамиде информационных продуктов.

Процесс дезинформации конструирует под себя нужный факт. Затем факт превращается в информацию, которая циркулирует и в соцмедиа, и в обычных медиа. Эта циркуляция делает из информации знание, которое теперь может размещаться даже в более долговечных продуктах, например, учебнике для средней школы или художественном фильме.

Системы информирования населения испытывают кризис доверия. Например, исследование Эдельман дает следующую картину: «В России уровень доверия к медиа составляет 35 пунктов, как в ЮАР. По данным PRT Edelman Affiliate, 71% российских респондентов всерьез обеспокоен распространением «фейковых» новостей, которые могут использоваться в качестве информационного оружия. По уровню обеспокоенности наша страна составила компанию Бразилии, Индии, Колумбии, Малайзии, Южной Кореи, США и Китаю» [17].

Как видим, медиа перестают быть источником достоверных новостей. Они вернулись в определенном смысле к советскому варианту восприятия их как пропаганды.

И это во многом результат того, как эксплуатируются социальные медиа. Томас Рид подчеркивает разницу между Facebook и Twitter в решении проблемы: «В случае Facebook рынок заставляет его решать проблему и быть более открытым, и они стали более открытыми и постарались решить проблему. Для Twitter верна противоположная ситуация. Рынок толкает Twitter к сокрытию проблемы и тому, чтобы убрать доказательства. Почему? Потому что в основе своей у Twitter другая политика именованья. Вы можете иметь анонимные аккаунты на Twitter. Вы можете иметь много аккаунтов на Twitter, поскольку для этого не нужно реальное имя. Чем больше аккаунтов есть на Twitter, тем лучше Twitter выглядит на рынке, поэтому они прячут множество деятельности ботов на платформе» [18].

Как видим, здесь в очередной раз проявляется несоответствие технической и коммуникативной составляющей Twitter. Технически платформа нуждается в одном, а общество требует от нее другого. Видимо, такие несоответствия были и раньше у других изобретений человечества. Только сейчас изобретения слишком радикально уходят вперед, оставляя человечество в недоумении.

Литература

1. Смолян Г. Рефлексивное управление - технология принятия манипулятивных решений // gtmarket.ru/library/articles/7309.
2. Микрюков В. Наука побуждать // vpk-news.ru/articles/30204.
3. Coram R. Boyd. The Fighter Pilot Who Changed the Art of War. - New York, 2002.
4. McKay B. The Tao of Boyd: How to Master the OODA Loop // www.artofmanliness.com/2014/09/15/ooda-loop/.
5. Bousquet A. Chaoplexic Warfare or the Future of Military Organization // tonyriviera.net/wp-content/uploads/2014/12/Chaoplexic-Warfare-or-the-Future-of-Military-Organization.pdf.
6. Черниговская Т. Если человечество сойдет с ума, все остальное будет уже неважно // news.ifmo.ru/ru/education/trend/news/7324/.
7. Черниговская Т. Нам нет места в этом сверхбыстром мире // koppel.pro/diary/tatana-cernigovskaa-nam-net-mesta-v-etom-sverhbystrom-mire-8520.
8. Грановская Р. Люди с клиповым мышлением элитой не станут // www.rosbalt.ru/piter/2015/03/28/1382125.html.
9. Черниговская Т. Почему мы разучились читать // www.sobaka.ru/city/science/67744.
10. Arquilla J. a.o. The advent of netwar (revisited) // www.aclu.org/files/fbimappingfoia/20111110/ACLURM001570.pdf.
11. Fuerth L.S. Anticipatory Governance Practical Upgrades. - Washington, 2012.
12. What is a complex adaptive system? // code.org/curriculum/science/files/CS_in_Science_Background_papers.pdf.
13. Chan S. Complex adaptive systems // web.mit.edu/esd.83/www/notebook/Complex%20Adaptive%20Systems.pdf.
14. Jackson D. Issue brief: distinguishing disinformation from propaganda, misinformation and 'fake news' // www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news/.
15. Authoritarian media and the era of disinformation // www.ned.org/democracy-ideas-peter-pomerantsev-authoritarian-media-and-the-era-of-disinformation/.
16. Черненко Е. и др. Не каналом единым // www.kommersant.ru/doc/3458850.
17. Исследование Edelman: Россияне обеспокоены дезинформацией в медиа // www.sostav.ru/publication/issdedovanie-edelman-rossiyane-obespokoeny-dezinformatsiej-v-media-30524.html.
18. Social media giants are vulnerable to foreign propaganda. What can they do to change? // www.pbs.org/newshour/show/social-media-giants-are-vulnerable-to-foreign-propaganda-what-can-they-do-to-change.

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И ЕЕ ДРУЗЬЯ

Twitter не зарабатывает деньги так, как это делают Facebook или Google, его метрикой для рынка является «база активных пользователей». Отсюда следует, что он заинтересован в существовании миллионов ботов и фальшивых аккаунтов. Если он будет с ними бороться, он разрушит себя.

Дезинформация сильна там, где ее ждут, когда происходит ожидание именно такого рода сообщений, как это было в советское время, например, с анекдотами и слухами. Они хорошо распространялись потому, что население ждало подтверждения тому, что все считали реальным. Недалекость Леонида Ильича, о которой нельзя было и заикнуться в публичном пространстве, широко обыгрывалась в анекдотах. Это сочетание запрещенного и реализованного и создавало эффект внимания.

Дезинформация однотипно усиливается тем, что ее нацеливают на точки уязвимости массового сознания. Например, и в США, и в Германии времен выборов (президентских в США и парламентских — в Германии) такой точкой была избрана опасность, исходящая от мигрантов. В данном случае это не только социальное, но и чисто биологическое реагирование на человека другой расы.

Известный специалист по безопасности профессор Томас Рид выступил со статьей «Почему Twitter является наилучшей социальной медиа платформой для дезинформации» [1]. Он подчеркивает, что Facebook пытался активно бороться с феноменом дезинформации, в то же время Twitter разрешает иметь множество аккаунтов, быть анонимом. Число автоматических ботов на Twitter достигает миллиона, а каждый из них может вести 100 тысяч аккаунтов. Исследование марта 2017 пришло к выводу о 15% аккаунтов в Twitter как о ботах, другое исследование назвало число 23%. Хотя Twitter является любимой социальной платформой Трампа, в США он начал терять своих пользователей, сохраняя старое их количество в 328 миллионов [2].

Twitter не зарабатывает деньги так, как это делают Facebook или Google, его метрикой для рынка является «база активных пользователей». Отсюда следует, что он заинтересован в существовании миллионов ботов и фальшивых аккаунтов. Если он будет с ними бороться, он разрушит себя. По всем этим причинам Томас Рид делает вывод: «Все это делает Twitter удобной дезинформационной платформой. Возглавляющий его Джек Дорси выстроил новостную платформу, оптимальную для дезинформации, даже не по намерению, а по результатам».

Одновременно вспомним теплое отношение Трампа к Twitter. Он считает, что если бы не Twitter, он не стал бы президентом. Он говорит: «Новости не являются честными, большая их часть. Это нечестно, и когда у меня есть около 100 миллионов людей, смотрящих на меня [в социальных медиа], у меня есть свое собственное медиа» [3]. Сегодня он активно использует Twitter для нападков на своих оппонентов [4].

Информация может быть ошибочной по множеству причин. Но дезинформация лжет уже по определению, поскольку это сознательно созданная картинка

действительности, отклонение которой от реальности программирует неправильное поведение получателя. Например, известный режиссер Майкл Мур принял участие в антитрамповском митинге, организованном ольгинскими троллями [5]. Желание его быть на антиреспубликанском митинге вполне естественно, необычной является организация такого митинга из другой страны. Спецпрокурор Мюллер видит в таких действиях разжигание ненависти в стране [6]. Две таких группы «сопротивления» вообще повторяли пропагандистские лозунги Северной Кореи [7].

При этом мы все забыли о российской системе управления информационными потоками для внутреннего употребления, а этого делать нельзя, поскольку корни воздействия на американцев идут отсюда. Илья Кизиров описал в свое время пятничные редакторские совещания в Кремле, которые наиболее часто ведет Дмитрий Песков.

Кизиров приводит слова одного из топ-менеджеров после аннексии Крыма: «Сейчас не время искать истину. Наша страна вернулась в холодную войну» [8]. Он вспоминает о том периоде своей работы: «На стене нашего центрального ньюзрума была прикреплена бумажка с надписью: «Крым: не «аннексия», а «воссоединение». Это были термины, которые должны были употреблять ведущие и журналисты при освещении аннексии Крыма. Из нашей студии мы учили всю страну совершенно новому словарю: «хунта» (украинское правительство), «мясники» (украинская армия), «пятая колонна» (российская оппозиция)».

Однотипно управляется разговор со внешней аудиторией, о чем рассказывают иностранные граждане, работавшие на RT или Sputnik [9-10]. Когда они увольняются, они становятся намного разговорчивее.

Дмитрий Киселев, придя к руководству РИА-Новости, сказал коллективу: «Часто под лозунгом объективности мы искажаем концепцию: мы смотрим на свою страну, как на чужую. Мне кажется, что этот период «дистиллированной», отстраненной журналистики закончен» [11-12]. Он продолжил свое разъяснение такими словами: «Я считаю, что нет ни одного издания в мире, которое было бы объективно. Си-эн-эн объективно? Нет. Би-би-си объективно? Нет. Объективность — это миф, который нам предлагают и навязывают [...] Наша страна нуждается в любви».

И еще: «Наша постсоветская журналистика отличается от западной тем, что она не воспроизводит ценности, она их производит. И мы в условиях, когда в стране отсутствуют консенсусные ценности, когда дети не являются ценностью [...], то у нас возникает «вакуум» ценностей [...] Поэтому именно журналистика является тем инструментом, и тем ресурсом для страны, который позволяет все эти ценности создать, определить, что такое хорошо и что такое плохо».

Кстати, это то, о чем писал Даниил Дондурей, придумав даже термин для этой функции — смысловики. Если для Киселева этот подход — верх совершенства, то для Дондурия — это опасный эксперимент над страной, на который мало кто обращает внимание. Он говорит: «Мы редко всматриваемся в колоссальную работу тех, кто эти мировоззренческие, моральные, ментальные, социально-психологические паттерны мышления и поведения имплантирует в сознание (и подсознание) миллионов людей» [13-14]. Он также подчеркивал, что глубинная госбезопасность — это охрана понимания жизни.

Дондурей разъясняет: «Модели эти, как манипуляторы, программируют наши помыслы и поступки, формируют цели и принципы функционирования разных слоев и групп общества. И отдельных людей, конечно, тоже. В XX веке в России было несколько моделей: Империя, Великая утопия, Большой террор, застой, включивший в себя оттепель, возврат к рынку и частной собственности. И за каждой стоят разные идеологемы и картины мира» [15].

Пришли и новые медиатехнологии подачи нужных смыслов. Дондурей говорит о современных политических ток-шоу: «Новая лояльность порождена тем, что смысловики, занимающиеся производством массовых представлений о жизни, становятся все более изощренными. К примеру, чтобы продать консервативный, по сути, продукт, нужно в его обсуждение обязательно включить определенный процент инакомыслия. Раньше оно выжигалось тотально. Заметьте, на 10–12 человек, участвующих в полит-шоу на всех телеканалах, есть квота — два-три несогласных... В соответствии с принципами современных медиатехнологий: ты публично гвоздишь и эмоционально, лучше со скандалом, порешь оппонента, а у зрителей возникает ощущение подлинной победы одной (заметьте, всегда консервативной) точки зрения над другими».

Создаются специальные форматы, куда приглашают за достаточно большие гонорары оппонентов, например, из Украины, которых затем для потехи публики могут и побить [16-23].

И это привлекает еще больше зрителей, поскольку эмоциональность таких ток-шоу зашкаливает.

То есть все эти модели управления массовым сознанием, которые сейчас всплыли в случае США, давно работают в самой России. И если в США влияние было направлено на создание хаоса, неправильной модели мира, то в России, наоборот, на доказательство правильности имеющейся модели.

Сегодняшний мир по производству и распространению контента выиграли «техники», которые подчинены только технологиям и своим бизнес-моделям. У них нет того множества ограничений, которые человечество выработало за столетия по отношению к СМИ. Именно поэтому на горизонте вместо правды засветилась постправда, а фейк стал словом года [24-25]. Оказалось, что технические платформы не в состоянии бороться с дезинформацией и пропагандой, поскольку пришли из мира технологий с другой моделью бизнеса.

Мир стал сложнее для понимания и действия. Сказанное может тут же оказаться ложью. Но оно уже повлекло за собой определенные действия, которые становятся необратимыми. Информация начинает деформировать физическое пространство, поскольку эта информация поднимается на уровень виртуального пространства, становясь законом нашей жизни.

Литература

1. Rid T. Why Twitter Is the Best Social Media Platform for Disinformation // motherboard.vice.com/en_us/article/bj7vam/why-twitter-is-the-best-social-media-platform-for-disinformation.
2. Fiegerman S. Twitter is now losing users in the U.S. // money.cnn.com/2017/07/27/technology/business/twitter-earnings/index.html.
3. Trump says he will submit evidence of wiretapping to House committee 'very soon' // www.foxnews.com/politics/2017/03/15/trump-calls-tax-return-leak-illegal-thinks-msnbc-report-is-disgrace.html.
4. Fiegerman S. Why Trump's offensive tweets don't get him kicked off Twitter // money.cnn.com/2017/06/29/technology/trump-twitter/index.html?iid=EL.
5. Hunter D. Michael Moore Participated In Russia-Sponsored Anti-Trump Rally // dailycaller.com/2018/02/19/michael-moore-russian-anti-trump-rally/?utm_medium=referral&utm_source=ideal-media&utm_campaign=dailycaller.com&utm_term=68814&utm_content=1.
6. Hasson P. Mueller Confirms: Russia Used Anti-Trump Resistance To Stoke Division // dailycaller.com/2018/02/16/russia-trump-resistance-protests/.
7. Hasson P. Anti-Trump 'Resistance' Groups Spreading North Korean Propaganda // dailycaller.com/2017/09/03/anti-trump-resistance-groups-spreading-north-korean-propaganda/.
8. Kizirov I. Confessions of a (Former) State TV Reporter // codastory.com/disinformation-crisis/information-war/confessions-of-a-former-state-tv-reporter.
9. Спаркс Дж. Усиливает ли Россия пропаганду? // www.inopressa.ru/article/08Sep2017/skynews/journalism.html.
10. Фейнберг Э. Моя жизнь в вещательной кампании, которая занимается российской пропагандой // www.inopressa.ru/article/22Aug2017/politico/sputnik_news.html.
11. Киселев призвал журналистов РИА-Новости любить Россию // www.bbc.com/russian/russia/2013/12/131212_kiselev_journalism_ria_novosti.
12. From objective reporting to myths and propaganda: The story of RIA // euvsdisinfo.eu/from-objective-reporting-to-myths-and-propaganda-the-story-of-ria/.
13. Дондурей Д. Смысловики могущественнее политиков // www.bbc.com/russian/russia/2013/12/131212_kiselev_journalism_ria_novosti.
14. Дондурей Д. Российская смысловая матрица // www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/06/01/643174-rossiiskaya-smislovaya-matritsa.
15. Дондурей Д. Главное - не запретить, а поглотить инакомыслие. Интервью // www.novayagazeta.ru/articles/2016/08/26/69674-daniil-dondurey-glavnoe-ne-zapretit-a-poglotit-inakomyслиe.
16. Голованов Р. Антироссийские эксперты в телешоу готовы терпеть побои за хороший гонорар // www.kp.ru/daily/26744.7/3772307/.
17. Голованов Р. Украинец-русофоб Ковтун терпит унижение на российских ток-шоу за миллионный гонорар // www.kp.ru/daily/26798.4/3833354/.
18. Раскрыты гонорары иностранных «мальчиков для битья» на российских ток-шоу // lenta.ru/news/2017/10/17/deneg_net/.
19. Майкл Бом объяснил, в чем ошибка подравшегося в эфире Норкина // www.mk.ru/politics/2018/02/23/maykl-bom-obyasnil-v-chem-oshibka-podravshegosya-v-efire-norkina.html.
20. «Вам надо к Петросяну». Разоблачение украинских экспертов превратило шоу с ними в комедийный ад // lenta.ru/articles/2017/10/22/smekhoranorama/.
21. Россиянин, украинка и поляк устроили драку в студии НТВ // lenta.ru/news/2017/04/26/rus_vs_pol/.
22. Скандальный поляк-антисоветчик предупредил о возможном изгнании из России // lenta.ru/news/2018/02/27/polyak/.
23. Польского журналиста-антисоветчика уличили в связях с украинскими радикалами // lenta.ru/news/2018/02/27/polyak_protiv_givi/.
24. Издавничество Collins назвало «Fake news» понятием року // https://ms.detector.media/print/1411980895/vidavnitsvo_collins_nazvalo_fake_news_ponyattyam_roku/.
25. Flood A. Fake news is 'very real' word of the year for 2017 // www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017.

НОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА СПОСОБСТВУЕТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ

Мы живем в мире, где много ошибочной информации. Но совсем другое дело — когда такую информацию продуцируют сознательно, индустриально, как это было со вмешательством российской фабрики троллей в президентскую кампанию США. Индустриальная работа резко отличается от хаотической.

Человечество незаметно для себя попало в новый информационный мир. Неограниченные объемы информации обрушиваются на всех, и теперь автор и читатель слились в одном лице, когда каждый может заговорить с миллионами. Социальные медиа выдают на-гора столько информации, что ее просто физически невозможно проверить отдельному человеку, а технические гиганты, обеспечивающие эти объемы информации, не имели до самого последнего времени в своей бизнес-модели редакторской функции.

Натаниэль Персили увидел эту сложность в новых формах пропаганды, когда гигантские объемы сетей не дают возможности указать на подлинный источник фейков: «Пропаганда может пересекаться с сатирой, коммерческими фейковыми новостями, конспирологическими теориями, но для нее требуется намного больше: это преднамеренное использование дезинформации для влияния на отношение к проблеме или на кандидата. Фейковые новости, как и пропаганда, могут появляться в любом узле диффузной партийной сети и организации кампании. Они могут приходиться из официальных органов кампании, неофициальных союзнических групп интересов, дружеских медиаорганизаций и вебсайтов, даже от самих кандидатов. Во времена социальных медиа фейковые новости проходят рикошетом среди всех этих узлов кампании, двигаясь в онлайн и офлайн, когда кампании, поддерживающие ее в медиа, повторяют рассказы в новостях» [1]. Кстати, это он описывает президентскую кампанию в США 2016 года.

Самым важным вопросом остается степень влияния фейковых сообщений на результат кампании. С одной стороны, как считают Элкотт и Гентцков, исследовавшие проблему влияния, фейковые новости явно работали на Трампа. В их базе данных было 115 фейков в пользу Трампа, которые распространились по Facebook 30 миллионов раз, и 41 фейк в пользу Клинтон с распространением 7,6 миллионов раз [2-3].

Но каково было воздействие этих больших чисел? При сравнительном подсчете с телерекламой они ссылаются на исследование Спенкух и Тониатти 2017 года [4]. По этому исследованию, одна дополнительная телереклама меняет результат голосования на 0,02%. Отсюда следует, что если бы одна фейковая статья работала как телереклама, то фейки из их базы данных увеличили бы результаты голосования на сотни долей процента. И это меньше того разрыва, который был у Трампа в штатах, от которых зависела победа [5-9].

Евгения Альбац акцентирует роль российских спецслужб во всей этой истории: «Это, конечно, такое стыдное чтение, потому что Мюллер в этом заключении шлепает российские специальные службы и, боюсь, лично президента Российской Федерации, без которого бы этого не могло быть просто быть. В этом я абсолютно убеждена, и вчера об этом у меня на передаче говорил Алексей Петрович Кондауров, генерал-майор КГБ в отставке, который работал, собственно, и в 5-м управлении КГБ, в том числе. Он говорит, что, конечно, без отмашки на самом верхнем уровне, всего этого не могло бы произойти, чтобы люди по подложным документам с украденными личными данными собирали информацию в США, устраивали там митинги и демонстрации, организовывали местных американских сторонников Дональда Трампа и так далее. Это всё ведь было во времена «холодной войны». И этим занималось КГБ. На эту тему существует огромное количество документов в разных странах мира. И очевидно совершенно, что мы решили вернуться в те самые времена» [10]. Издание New Times опубликовало перевод обвинений спецпрокурора [11], а также первый вариант давления от властей на троллей, которые давали интервью [12].

Продолжая рассказ об исследовании Элкотта и Гентцова, следует упомянуть их интересные данные по главным источникам новостей о президентской кампании. Первые места там занимает телевидение: кабельное — 23,5%, сетевое — 19,2%, местное — 14,5%. Правда, вебсайты опережают местное ТВ — 14,8%. И только за ними идут социальные медиа — 13,8%. Замыкают список источников печать — 8%, и радио — 6,2%.

Не следует также сбрасывать со счетов и постоянное снижение уровня доверия к массмедиа [13]. Есть еще один интересный довод фундаментального свойства. Эндрю Эльфбейн акцентирует, что человеческий текст несет возможности обмана [14]. Свою книгу «Суть чтения» он начинает с того, что эволюция запрограммировала нас на множество удивительных вещей, но чтения среди них не было [15]. Оно появилось гораздо позднее. То есть при устном общении мы защищены эволюцией, что позволяет нам распознавать ложь. Письменная речь как бы закрывает от нас биологические ключи к распознаванию лжи.

Интересные исследования чтения ведет также Дэвид Рапп, одна из работ которого посвящена восприятию неточной информации [16]. Он предлагает четыре правила по работе с неточной информацией:

- помогать людям записывать такую информацию в кратковременную память с указанием на ее проблемность;
- на неточную информацию нельзя полагаться, если она отлична от предыдущего опыта, фальшивые утверждения могут встречаться, например, в фэнтези, но на них не будут полагаться в реальной жизни;
- на неправдоподобную информацию люди полагаются меньше, чем на правдоподобную;
- информация передается источниками с различной репутацией, когда неточную информацию передает достоверный источник, люди скорее используют ее, чем если она придет от недостоверного источника.

Сюда также можно добавить не просто само сообщение, а и другие выстраиваемые конструкции, которые увеличивают достоверность. Одной из них является опора на реальные факты, которым придается иная интерпретация. Например, приезд нескольких французских (немецких) депутатов в Крым подается как признание аннексии Крыма конкретной страной. Делается обобщение, которое не соответствует действительности.

Лучшим вариантом разрушения такой дезинформации являются свидетельские показания журналистов, которые готовят такие тексты. До «ольгинских троллей» в 2014 году был шумный уход журналистки из Лондона, работавшей на RT, Сары Фирт [17-20]. Она мотивировала это необъективной подачей на RT информации об Украине и приписыванием Украине гибели малазийского авиалайнера.

Мы живем в мире, где много ошибочной информации. Но совсем другое дело, когда такую информацию создают сознательно, индустриально, как это было со вмешательством российской фабрики троллей в президентскую кампанию США. Индустриальная работа резко отличается от хаотической. Тем более «стержень» этой работы удерживался огромным числом троллей (разные источники говорят о числе работающих от 600 до 1000) и суммами, которыми оперировал холдинг (1 миллион долларов в месяц).

И речь идет не только о США. Большое количество целей отмечено также в Украине, Грузии и Сирии. Была подвергнута атаке президентская кампания Макрона, Брекзит, Каталонский референдум, ряд выборов в восточноевропейских странах. И все это — контексты дезинформации.

Большие компании сегодня создали алгоритмы, которые сильнее продвигают сообщения от достоверных источников [21]. Однако их научились обходить, размещая свое сообщение раньше, чем это сделают мейнстримные медиа. И одним из требований становится открытие этих алгоритмов [22]. Точнее, хотя бы результатов работы алгоритмов, чтобы понять, какой контент попадает, и как он распределяется алгоритмом, кто дает информацию и рекламу, на какие группы пользователей они направлены. Это даст возможность видеть, как это происходит с телевидением и газетами, какая информация остается за бортом, выражают ли эти новости политические интересы правого, левого или центрального направления. Соответствующее программное обеспечение позволит бороться с дезинформацией.

Еще одной проблемой формирования персонального информационного пространства стали эхо-камеры, результат работы которых известен: мы слышим и видим то, что соответствует нашим представлениям о мире, и никакие альтернативные мнения к нам не пробиваются. Карен Норт из Университета Южной Калифорнии говорит по этому поводу: «Психологические исследования показывают, что люди реально нуждаются в подтверждающей информации. Они не только хотят знать, что происходит, они хотят иметь мнения и хотят найти одинаково думающих с ними людей, чтобы сказать им, почему их мнение верно. Это не значит, что люди не могут изменить своего мнения, но для них лучше находить людей, которые их поддерживают и говорят им, почему их мнение правильно» [23]. Норт разъясняет: «Мы ищем мнения, которые подтверждают наши мнения. Во времена предыдущих

поколений было меньше новостных источников, и они были объективными. Сегодня большинство из нас получают наши новости от авторитетов с мнениями, которые нам нравятся. Мы хотим, чтобы к нам приходили наши новости» [24].

Кибератаки направлены на физические цели — средства передачи и хранения информации. Операции влияния, идущие через соцмедиа, направлены на массовое сознание. Здесь дезинформация должна охватить достаточное число людей, чтобы они в нее поверили и поступили так, куда их подталкивает данная дезинформация, подаваемая как самая правдивая информация.

Литература

1. Persily N. Can Democracy Survive the Internet? // *Journal of Democracy*. - 2017. - Vol. 28. - N 2.
2. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election // *Journal of Economic Perspectives*. - 2017. - Vol. 31. - N 2.
3. Shane S. How unwitting Americans encountered Russian operatives online // www.nytimes.com/2018/02/18/us/politics/russian-operatives-facebook-twitter.html.
4. Spenkuch J.L., Toniatti D. Political Advertising and Election Results // www.kellogg.northwestern.edu/faculty/spenkuch/research/advertising.pdf.
5. Барри Р. Как русские интернет-тролли завоевывали умы американцев // www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/02/21/751708-russkie-internet-trolli-amerikantsev.
6. Zurcher A. Seven key takeaways from the Russian indictments // www.bbc.com/news/world-us-canada-43093260.
7. Френкель Ш. Проверка фактов в комментариях одного из руководителей Facebook по поводу российского вмешательства // inosmi.ru/politic/20180221/241529930.html.
8. Шустер С. Обвинения Мюллера — победа российских троллей // inosmi.ru/politic/20180222/241537348.html.
9. Roose K. On Russia, Facebook sends a message it wishes it couldn't // www.nytimes.com/2018/02/19/technology/russia-facebook-trump.html.
10. Альбац Е. Особое мнение // echo.msk.ru/programs/personalno/2151152-echo/.
11. Обвинение спецпрокурора Мюллера // newtimes.ru/articles/detail/147986.
12. Мохова С. Мстительные тролли Пригожина // newtimes.ru/articles/detail/148739.
13. Swift A. Americans' Trust in Mass Media Sinks to New Low // news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx.
14. Elfenbein A. Writing's power to deceive // theconversation.com/writings-power-to-deceive-91386.
15. Elfenbein A. The gist of reading. - Stanford, 2018.
16. Rapp D.N. The Consequences of Reading Inaccurate Information // *Current Directions in Psychological Science*. 2016. - Vol. 25. - N 4.
17. Plunkett J. Russia Today reporter resigns in protest at MH17 coverage // www.theguardian.com/media/2014/jul/18/mh17-russia-today-reporter-resigns-sara-firth-kremlin-malaysia.
18. Saul H. MH17: Russia Today presenter Sara Firth quits over Malaysia Airlines crash coverage // www.independent.co.uk/news/media/mh17-russia-today-presenter-sara-firth-quits-over-malaysia-airlines-crash-coverage-9615489.html.
19. Olah N. Sara Firth: 'Why I Quit Russia Today Over Flight MH17' // www.vice.com/en_uk/article/vd8ba3/sara-firth-russia-today-boeing-mh17-interview-345.
20. Interview: RT Is About 'Pointing Fingers' Says Ex-Correspondent Who Resigned // www.rferl.org/a/ukraine-rt-reporter-sara-firth-resigns/25462473.html.

21. Roose K. YouTube's rapid response partisans game the news of tragedy // www.nytimes.com/2017/11/08/business/youtube-rapid-response-partisans.html.
22. Wheeler T. How to monitor fake news // www.nytimes.com/2018/02/20/opinion/monitor-fake-news.html?rrref=collection%2Fsectioncollection%2Ftechnology&action=click&contentCollection=technology®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=3&pgtype=sectionfront.
23. Kapko M. How social media is shaping the 2016 presidential election // www.cio.com/article/3125120/social-networking/how-social-media-is-shaping-the-2016-presidential-election.html.
24. Swartz J. Obama is right: social media deepens political division // www.usatoday.com/story/tech/columnist/2016/11/08/obama-right-social-media-deepens-political-division/93479096/.



Глава вторая

КАК РАБОТАЕТ КАМПАНИЯ ДЕЗИНФОРМАЦИИ

Мы живем в мире, в котором физическое, информационное и виртуальное пространства пересекаются гораздо более интенсивно, чем это было раньше. Информационное пространство, усиленное социальными сетями, начинает доминировать над пространством физическим и часто над виртуальным, поскольку любое информационное сообщение выстроено под ту или иную виртуальную позицию и тем самым распространяет ее, даже не акцентируя.

Информационное пространство оказывает давление на население, а политики автоматически перенимают это давление от населения на себя, что вынуждает их реагировать. Обычно это вполне нормальные процессы. Когда же они запускаются искусственно, мы получаем искривленную модель мира в массовом сознании, которая неадекватна реальности, а потому опасна для стабильности данного общества.

Любые процессы дезинформационного порядка, когда они запускаются индустриально, то есть массово и сознательно, представляют опасность и сложность для борьбы с ними. Сложность этой борьбы определяется следующим:

- дезинформационная кампания опирается на уже имеющиеся в массовом сознании характеристики, только меняет их приоритетность, акцентируя то, что несет конфликтный потенциал;
- дезинформационная кампания первой вводит в массовое сознание информацию, что создает сложности для создания опровержений, поскольку определенная точка зрения уже введена в массовое сознание первой;
- дезинформационная кампания работает с конкретными социальными группами, выводя их на противостояние друг с другом, остальное население становится свидетелем этой борьбы, однако эти активированные группы очень тяжело поддаются переубеждению;
- вводимые извне нарративы начинают способствовать появлению контрнарративов, чем усиливается противостояние, переходящее из информационного в виртуальное пространство;
- из информационного и виртуального пространств конфликтующие готовы перейти в физическое пространство, что часто и происходит, но «улица» в принципе не может решать информационные и виртуальные проблемы.

Общая модель подготовки дезинформационной кампании выглядит следующим образом:

- определение целевой аудитории,
- определение дестабилизирующих сообщений для данной конкретной аудитории,
- определение уязвимости аудитории и ее уровня сопротивления,
- тестирование контента и языка сообщения в фокус-группах,
- определение каналов доставки сообщений.

Выбор и формулировка основного сообщения, который является основой кампании, сложный процесс, поскольку от него в первую очередь зависит успешность кампании.

Сегодняшние дезинформационные кампании столь же серьезны, как и во время выборов. Анализ твитов января 2018 г., сделанный организацией Hamilton 68, которая анализирует российское влияние в Twitter, показал, что на первое место (31%) среди связанных с Россией аккаунтов вышли нарративы «глубинного государства» [1-2]. Его еще называют «вторым правительством», имея в виду, что независимо от смены президентов национальная безопасность США находится в руках теневых игроков [3-5]. И именно они противостоят законно избранным демократическими методами президентам.

Как видим, возникла новая тема, которая будет «раздражать» многих, тем самым она будет привлекать внимание, и на ее базе возможны информационные столкновения между разными группами. Например, во время избирательной кампании Трампа такими контroversионными темами были: за или против иммиграции, за или против Ислама, если не касаться борьбы с Клинтон.

В январе такой подтемой общей темы глубинного правительства было обсуждение меморандума Нуньеса [6-9]. Это документ, на основании которого ФБР следило за членами избирательного штаба Трампа, подозревая там русский след.

Выборы являются только одной из возможных целей со стороны России [10]. Есть и экономические цели. Россия, например, выступает против использования воды при добыче газа, так как это удешевляет процесс, и цена газа упадет.

Выборы — это не только информация, но и деньги. Например, 8 миллионов чешских крон были «влиты» в организацию Друзья Милоша Земана, что было спланировано его советником, имеющим кремлевские связи [11]. Выборы в Чехии были проанализированы достаточно детально с подсчетом конкретных тем в Facebook [12, 13-14]. Отдельное внимание уделяется российской дезинформационной кампании на Балканах [15]. Выборы французского президента Макрона также подвергались давлению извне, что вызвало широкое обсуждение [16-19].

Макрон даже в присутствии Путина сказал, отвечая на вопрос корреспондента: «Во время кампании Russia Today и Sputnik были агентами влияния, несколько раз распространявшими фейковые новости обо мне лично и моей кампании. Они вели себя как органы влияния, пропаганды и лгущей пропаганды» [20]. Поэтому понятно желание французского президента ввести даже отдельный закон против фейков [21].

Исследователи справедливо подчеркивают, что одновременно надо думать об угрозах будущего и определять уязвимости до того, как они будут использованы [22]. А фейкам тоже нашлось системное место — они уже названы оружием новой холодной войны [23].

Один из британских генералов заявил, что киберпространство — это сегодняшние Балканы. И это понятно, поскольку здесь реализуется мягкий арсенал враждебности. Но он всегда может перейти к более жестким формам.

Любое общество балансирует между разными социальными группами с конфликтующими взглядами. Но количественно они могут быть не так велики,

поскольку основная масса населения не придерживается радикальных взглядов. Если же начинать поддерживать радикалов с двух сторон, что и делают кампании по дезинформации, то они неизбежно начинают втягивать в свой конфликт все большее число людей, которые до этого были нейтральными. И вскоре накал страстей становится таким, что уже нельзя оставаться вне этого столкновения.

Литература

1. Top themes. February 8 // dashboard.securingsdemocracy.org/.
2. Schwartz J. Russia pushes more 'deep state' hashtags // www.politico.com/story/2018/02/06/russia-twitter-hashtags-deep-state-395928.
3. Glennon M.J. National Security and Double Government // harvardnsj.org/wp-content/uploads/2014/01/Glennon-Final.pdf.
4. Ambinder M. Five myths about the deep state // www.washingtonpost.com/opinions/five-myths-about-the-deep-state/2017/03/10/ddb09b54-04da-11e7-ad5b-d22680e18d10_story.html?utm_term=.3996ab5692d1.
5. Deep state in the United States // en.wikipedia.org/wiki/Deep_state_in_the_United_States.
6. Borchers C. The case for releasing the FISA warrant application behind these memos // www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2018/02/06/the-case-for-releasing-the-fisa-warrant-application-behind-these-memos/?utm_term=.e07bca3ce74b.
7. Нуссбаум Н. Меморандум Нуньеса и цели Путина // inosmi.ru/politic/20180205/241364646.html.
8. Козловский В. Меморандум Нуньеса: в чем республиканцы обвиняют ФБР // www.bbc.com/russian/features-42928253.
9. Зуркер Э. Что за секретный документ о ФБР продвигают кремлевские тролли? // www.bbc.com/russian/features-42806394.
10. May C.D. Russia's disinformation offensive // www.washingtontimes.com/news/2018/feb/6/vladimir-putin-uses-cyber-weapons-to-keep-american/.
11. Vichova V. a.o. Will the Kremlin's Most Important Ally in Europe Be Reelected? // www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/will-the-kremlin-s-most-important-ally-in-europe-be-reelected.
12. The role of the Kremlin's influence and disinformation in the Czech presidential elections // www.europevalues.net/wp-content/uploads/2018/02/The-role-of-the-Kremlin%E2%80%99s-influence-and-disinformation-in-the-Czech-presidential-elections.pdf.
13. Guide to Kremlin's disinformation & influence operations in Europe // www.europevalues.net/wp-content/uploads/2017/09/Guide-to-Kremlins-disinformation-influence.pdf.
14. Kremlin Hostile Disinformation Operations // www.europevalues.net/wp-content/uploads/2016/09/Kremlin-Hostile-Disinformation-Operations.pdf.
15. Cappello J. Russia Escalates Disinformation Campaign in Western Balkans // www.defenddemocracy.org/media-hit/john-cappello-russia-escalates-disinformation-campaign-in-western-balkans/.
16. Haldevang de M. Russia's meddling in the French election has backfired spectacularly // qz.com/978011/russias-intervention-in-emmanuel-macrons-election-campaign-was-a-foreign-policy-screw-up-of-astronomic-proportions/.
17. Greenberg A. The NSA confirms it: Russia hacked French election infrastructure // www.wired.com/2017/05/nsa-director-confirms-russia-hacked-french-election-infrastructure/.
18. Hern A. Macron hackers linked to Russian-affiliated group behind US attack // www.theguardian.com/world/2017/may/08/macron-hackers-linked-to-russian-affiliated-group-behind-us-attack.
19. Menn J. Exclusive: Russia used Facebook to try to spy on Macron campaign — sources // www.reuters.com/article/us-cyber-france-facebook-spies-exclusive/exclusive-russia-used-facebook-to-try-to-spy-on-macron-campaign-sources-idUSKBN1AC0EI.

20. Rose M. a.o. After talks, France's Macron hits out at Russian media, Putin denies hacking // www.reuters.com/article/us-france-russia/after-talks-frances-macron-hits-out-at-russian-media-putin-denies-hacking-idUSKBN18P030.
21. Macron plans law to fight 'fake news' in 2018 after pointing finger at Russian media // www.japantimes.co.jp/news/2018/01/04/world/politics-diplomacy-world/macron-plans-law-fight-fake-news-2018-pointing-finger-russian-media/#.WnxatGiWZEY.
22. Rosenberger L. a.o. Shredding the Putin Playbook // democracyjournal.org/magazine/47/shredding-the-putin-playbook/.
23. Heijmans P. Europe's new cold war: fake news // www.usnews.com/news/best-countries/articles/2017-01-18/czech-republic-forms-unit-to-detect-fake-news-sites.

ТРОЛЛИ НА МАРШЕ, или ДЕЗИНФОРМАЦИОННОЕ ВМЕШАТЕЛЬСТВО РОССИИ В ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ВЫБОРЫ В США ГЛАЗАМИ СПЕЦПРОКУРОРА

Информационное вмешательство России в выборы не хочет признавать сам президент Трамп. И это понятно, поскольку тогда возникает элемент, хоть и малый, сомнений в чистоте выборов. Трамп многократно называл обманом обвинения в любой связи с Россией. Однако появление официального документа специального прокурора Роберта Мюллера вновь поменяло расклад сил.

После этого Трамп отреагировал уже несколько иначе. В своем Twitter он написал: «Я никогда не говорил, что Россия не вмешивалась в выборы. Я говорил, что это могла быть Россия, Китай или другая страна или группа. Это мог быть гений в четыреста фунтов, сидящий в спальне и играющий на компьютере» [1]. Трамп считает, что целью России было создание хаоса, к чему и ведут расследования и слушания.

Спецпрокурор Мюллер сделал свою работу, обвинив в своем заключении 13 россиян во главе с Пригожиным во вмешательстве в выборы президента США [2-6]. И Лавров, и Захарова, как главные официальные российские голоса на внешнеполитической арене, саркастически отреагировали на эти обвинения в плане того, что тринадцать человек не могут помешать тому, что охраняется агентствами с миллиардными бюджетами. Да и сами США все же не признают, что вмешательство могло иметь серьезные последствия. С другой стороны, подтвержден факт, что оно было, и его можно рассматривать и как определенную тренировку, демонстрирующую реальные возможности такого рода вмешательства. Тем более такие интервенции с помощью использования соцсетей отслеживались и в других странах, например, во французских президентских выборах, в немецких парламентских выборах, в референдуме по выходу из ЕС в Великобритании, в каталонском референдуме. Обвиняемые тролли во главе со своим шефом Пригожиным также посмотрели на все это саркастично [7-8].

В этих обвинениях нет ничего нового. О самой фабрике троллей выходили объемные статьи на Западе уже в 2015 году [9-10]. А российская пресса описывала их деятельность за несколько лет до этого [11-16]. Частично это внимание было подогремо в связи с уходом одной из сотрудниц, которая в результате конфликта пролила свет на эту работу [17-18].

«Ферма троллей» в результате стала мощным медиа-холдингом [19-22]. Иногда встречается цифра в 600 сотрудников. Они стремительно захватывали аудиторию. Если в декабре 2015-го совокупная аудитория сайтов группы дошла до 5,5 миллионов пользователей, то к середине февраля 2017 это уже было 33 миллиона. Это уже уровень сайта «Комсомольской правды», где также 33 миллиона.

Бюджет американского проекта, который именовался проект Лахта, составил 73 миллиона рублей в месяц, что составляет более 1250 тысяч долларов [2]. Это, несомненно, очень большая сумма. Только премиальные составили один миллион рублей.

Как происходила их работа? Тролли называли себя внутри своей структуры специалистами [23]. Они мониторили успешность своих сообщений. Имели список всех американских праздников, чтобы учитывать их в работе. Имели аккаунты с американскими именами, американские счета для оплаты размещения рекламы. Иногда им удавалось выводить людей на уличные протесты.

Некоторые примеры говорят о том, что это был какой-то эксперимент, обкатка технологий и возможностей. Когда Трамп уже был избран, продолжалось порождение недовольства. В Нью-Йорке были организованы и проведены две противоположные демонстрации: одна за Трампа, другая под лозунгом «Трамп НЕ мой Президент».

А вот рассказ сотрудницы о работе на внутреннюю аудиторию в отделе блогов: «Писали по 12 постов в день. Вначале было по десять, а потом стало по 12, на политические темы, и комментарии различные. Комментарии были как на социальные, так и на политические темы. Любые можно было писать. Писали в ЖЖ. Это было распространение в СМИ информации в определенном ракурсе. В котором было нужно. Распространение определенного мнения о политической обстановке в стране и на Украине» [17].

Вот еще рассказ о внутренней работе: «Спрашиваю, требуется ли от меня, как от тролля, вступать в дискуссию. «Где-то требуется, где-то нет, но вводить полемику не стоит, потому что люди на том конце хотят поболтать, а у вас это рабочий день. Ответили на шесть строчек, потом на одну, и все. [...] Мы вам скинем все сайты и ссылки на статьи, на которые стоит ориентироваться. По нормам нужно писать около 100 комментариев в день» [11].

Это большие количественные показатели. Такими могут быть только фоновые сообщения, которые удерживают уже введенную ранее тематику. И писать по-русски, конечно, легче, чем по-английски, тем более что в медиа есть критика по языку английских текстов троллей.

А вот рассказ сотрудника о работе на внешнюю аудиторию: «Поначалу, мне кажется, в иностранном отделе не гнались за количеством постов, старались

качественно работать. Там было такое пренебрежительное отношение к русскому отделу — там сидят боты, тролли, а мы формируем повестку у иностранцев, мы на это влияем. Была цель — повлиять на мнения, вывести на дискуссию. Аргументирование не только «Обама — обезьяна, а Путин — молодец». Такого не принимали, за это штрафовали даже. В английском отделе другая подотчетность: там нужно было замерять реакцию. Реакция — это сколько тебе поставили лайков, коммент должен был вызвать дискуссию. Там был документ «стратегия». Нужно было знать все основные проблемы Соединенных Штатов Америки. Налоговые проблемы, проблема геев, сексуальных меньшинств, оружия» [24].

Кстати, от сотрудников «фабрики» требовалось посмотреть сериал «Карточный домик» на языке оригинала, чтобы расширить свое понимание американской политики. Известно, что и Путин рекомендовал Шойгу посмотреть этот сериал.

Вот еще мнение сотрудника по работе с контентом: «Тебе давали список СМИ, которые ты должен был мониторить и комментировать. New York Times, Washington Post — там доходило до десятков тысяч комментариев. Нужно было все это просмотреть и понять общую тенденцию, о чем люди пишут, о чем спорят. А потом самому влезать в спор, чтобы разжечь его, стараться раскачать лодку.

Самые распространенные темы — ношение оружия, геи. Когда геи, то почти всегда нам нужно было на религиозные темы выводить. Американцы очень религиозные, особенно те, которые сидят на форумах, на новостных сайтах и пишут комментарии. Нужно было писать, что содомия — это грех. Это всегда парочку десятков лайков могло тебе принести» [24].

Как видим, все время действует одна модель — заставить аудиторию спорить, втянуть ее в дискуссию, что соответственно ведет к повышению уровня эмоциональности разговора. Известно, что эмоциональность можно победить только еще большей эмоциональностью, рациональные аргументы уже не работают.

Вот еще информация о характере работы [25]. Каждый блогер поддерживает шесть аккаунтов в Facebook. Он размещает не меньше трех постов в день, дважды в день обсуждает новости в группе. В Twitter блогеры поддерживают уже десять аккаунтов, которые доводятся до двух тысяч последователей, а твиты блогер должен размещать 50 раз в день.

Все это направлено на создание атмосферы разногласий и злости [23]. Все сообщения жестко ориентированы. Один пост говорит «Хиллари Клинтон не заслуживает черного голосования», другой — «Трамп — наша единственная надежда на лучшее будущее». При этом нельзя было показать, что эти посты приходят из России. Для этих целей использовались VPN — Virtual Private Networks.

Тролли ударили и по работе спецпрокурора Мюллера. 16 процентов твитов критиковали Мюллера и поднимали проблему «глубинного государства», под которым понимаются скрытые игроки, как бы существующие и правящие в сфере национальной безопасности вне демократического контроля [26]. Этой критикой занимались 600 аккаунтов, принадлежащих платформам Sputnik и RT, а также аккаунты-боты «фабрики троллей».

Остается еще одна проблема, которая также активно обсуждается. Существовала ли связь «фабрики троллей» с известной фирмой Cambridge Analytica, которая была главной по поставке информации о пользователях Facebook как для кампании Трампа, так и для Брексита? И в том, и в другом случае использовался метод микротаргетинга, позволявший выходить на нужных индивидуальных пользователей. Тут мнения пока расходятся [27-32]. При этом по поддержке Брексита установлено, что российская работа велась [33].

В заключение следует подчеркнуть всевозрастающий статус социальных медиа, которые теперь исследуются и с точки зрения опасности для политических кампаний [34], и для военных целей [35].

Современный мир получил в свои руки новый инструментарий, который может быть использован как во зло, так и для добрых целей.

Литература

1. Vazquez M. Trump: 'They are laughing their asses off in Moscow' over how US handled Russia investigations // www.cnn.com/2018/02/18/politics/trump-russia-laughing-moscow-tweets/index.html.
2. In the United States district court for the district of Columbia // www.justice.gov/file/1035477/download.
3. Chen A. What Mueller's Indictment Reveals About Russia's Internet Research Agency // www.newyorker.com/news/news-desk/what-muellers-indictment-reveals-about-russias-internet-research-agency.
4. Grant S. a.o. Russian Influence Campaign: What's in the Latest Mueller Indictment // www.lawfareblog.com/russian-influence-campaign-whats-latest-mueller-indictment.
5. Ермаков А. Под колпаком у Мюллера // www.fontanka.ru/2018/02/16/135/.
6. Эксперты «Атлантического совета» о новых обвинениях спецпрокурора Мюллера // www.golos-ameriki.ru/a/atlantic-council-experts/4259184.html.
7. Пригожин отреагировал на обвинения США во вмешательстве // www.gazeta.ru/tech/news/2018/02/16/n_11180041.shtml?updated.
8. Программист Михаил Бурчик, которого США включили в новый санкционный список: «Несколько россиян влияли на выборы в Америке? Я удивлен!» // www.kp.ru/daily/26796.5/3830800/.
9. Chen A. The agency // www.nytimes.com/2015/06/07/magazine/the-agency.html.
10. Walker S. The Russian troll factory at the heart of the meddling allegations // www.theguardian.com/world/2015/apr/02/putin-kremlin-inside-russian-troll-house.
11. Гармажапова А. Где живут тролли. И кто их кормит // www.novayagazeta.ru/articles/2013/09/07/56253-gde-zhivut-trolli-i-kto-ih-kormit.
12. Коротков Д. Искренние тролли Ольгино // fontanka.ru/2014/06/03/182.
13. Ольгинские тролли // cyclowiki.org/wiki/%D0%9E%D0%BB%D1%8C%D0%B3%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B8.
14. Бобраков-Тимошкин А. Как работает «американский отдел» троллей из Ольгино. Главное из расследований РБК и «Дождя» // www.currenttime.tv/a/28800171.html.
15. Городской типаж: блогер-пропагандист // www.sobaka.ru/city/city/32942/.
16. Переводчики, психологи, изобретатели. Что удалось узнать о россиянах, обвиненных во вмешательстве в президентские выборы в США // meduza.io/feature/2018/02/17/perevodchiki-psihologi-izobretateli.
17. Резунков В. Побег с «фабрики троллей» // www.svoboda.org/a/27970298.html.
18. Давлятчин И. «Тролли» из Ольгино ушли в тень // www.rosbalt.ru/piter/2017/02/01/1588262.html.

19. В недрах «фабрики троллей» вырос крупнейший в России медиахолдинг // www.rbc.ru/technology_and_media/23/03/2017/58d2c2df9a7947273ccb28e5.
20. Расследование РБК: как из «фабрики троллей» выросла «фабрика медиа» // www.rbc.ru/magazine/2017/04/58d106b09a794710fa8934ac.
21. Chen A. The propaganda about Russian propaganda // www.newyorker.com/news/news-desk/the-propaganda-about-russian-propaganda.
22. Remnick D. Mueller's Indictment Ends Trump's Myth of the Russia «Hoax» // www.newyorker.com/sections/news/muellers-indictments-end-trumps-myth-of-the-russia-hoax.
23. Lee D. The tactics of a Russian troll farm // www.bbc.com/news/technology-43093390.
24. Котляр Е. «У нас была цель... вызвать беспорядки»: интервью с экс-сотрудником «фабрики троллей» в Санкт-Петербурге // tvrain.ru/teleshov/bremja_novostej/fabrika-447628/.
25. Seddon M. Documents Show How Russia's Troll Army Hit America // www.buzzfeed.com/maxseddon/documents-show-how-russias-troll-army-hit-america?utm_term=.jvdX0Y8v16#.ulrN4jOnWd.
26. Аронов Е. Фонд Маршалла: кремлевские тролли атакуют спецпрокурора Мюллера // www.svoboda.org/a/28959007.html.
27. Dreyfuss B. Did Moscow Get Help From the Trump Campaign in Its Social-Media Trolling? // www.thenation.com/article/did-moscow-get-help-from-the-trump-campaign-in-its-social-media-trolling/.
28. Calabresi M. Inside Russia's Social Media War on America // time.com/4783932/inside-russia-social-media-war-america/.
29. Trump Campaign officially linked to Russia via Wikileaks through Cambridge Analytica // www.thedaily-banner.com/trump-campaign-officially-linked-to-russia-via-wikileaks-through-cambridge-analytica/.
30. Bertrand N. Mueller is reportedly zeroing in on the Trump campaign's data operation — and the RNC // www.businessinsider.com/mueller-questions-rnc-digital-operation-trump-campaign-russia-2017-12.
31. Le Tourneau N. Did the Trump campaign help Russia target voters on social media // washingtonmonthly.com/2017/09/07/did-the-trump-campaign-help-russia-target-voters-on-social-media/.
32. Russian meddling: are free and fair elections impossible? // www.theweek.co.uk/in-depth/90809/russian-meddling-are-free-and-fair-elections-impossible.
33. Glaser A. In 2016, Russian Bots Were Busy Supporting Brexit, Too // www.slate.com/blogs/future_tense/2017/11/15/russian_bots_were_busy_supporting_brexit_in_2016_too.html.
34. Cybersecurity Campaign Playbook // www.belfercenter.org/CyberPlaybook.
35. Marcellino W. a.o. Monitoring Social Media Lessons for Future Department of Defense Social Media Analysis in Support of Information Operations. - Santa Monica, 2017.

ОПЕРАЦИИ ВЛИЯНИЯ В МОДЕЛИ ТЕРРОРИЗМА

Терроризм воспользовался усилением информационного компонента современного общества. Для его модели жертвы вторичны, главным является тот эффект, который эти жертвы произведут в массовом сознании. Самым ярким примером этой новой эры стало 11 сентября.

Стандартная война была направлена на поражение тела, современная война целится в разум. Смерть биологических тел для терроризма является коммуникацией, направленной на более широкий круг лиц, чем непосредственные жертвы теракта, чей разум подвергнется шоковым трансформациям. Кстати. Вывести человека из послешокового состояния, типа 11 сентября, может только другой шок.

Террористическим инструментарием является так называемая пропаганда действием (POTD — Propaganda of the deed). Она придумана еще в девятнадцатом веке, но расцвела в наше время, поскольку теперь возникли гораздо большие возможности для распространения информации.

Анализируя эту тему, Невилл Болт предлагает множество интересных выводов. Сам этот тип пропаганды он трактует как акт насилия, создающий идеологическое воздействие, диспропорциональное по объему самому насилию [1]. При этом он цитирует «отца терроризма» Бакунина.

Вот небольшая часть из выводов Болта:

- POTD — это процесс конструирования нарратива, поддерживаемого и усиливаемого действиями;
- анализ POTD должен сместиться из военного в политическое пространство;
- POTD является символическим и риторическим инструментом «политического маркетинга» для формирования сообществ поддержки;
- современные технологии сократили время между событием и рассказом о нем, тем самым уменьшая «время раздумий» для медиа и государств в пользу террористов;
- POTD сместился с территориального в виртуальный театр операций.

Болт противопоставляет пропаганду словами и пропаганду действиями. POTD он трактует как форму политического маркетинга, поскольку цели избираются исходя из легкого узнавания и возможности символического воздействия, тем самым увеличивается резонанс события в аудитории.

Если мы посмотрим на работу «Медиа джихад», то найдем в ней множество параллелей. Здесь пропаганда рассматривается как база для выживания исламского государства и даже в будущем она останется флагом, вокруг которого будут собираться верующие в проект халифата. В их текстах встречается даже термин «Медиа муджахедин». Им определяют того, кто порождает и доставляет пропаганду.

Среди выводов исследования прозвучала такая: «Производство и распространение пропаганды иногда рассматривается как более важное, чем военный джихад» [2].

Мы видим, что имеет место замена в типе оружия, когда меняется цель. Терроризм ушел из физического пространства в информационное, пытаясь достичь своих целей с помощью новых методов.

Современная форма терроризма развивается в ответ на развитие информационного пространства. Сегодняшний терроризм возникает в середине-конце девятнадцатого столетия параллельно возникновению газет и других форм распространения информации среди широкой аудитории [3]. Например, телеграф давал возможность моментального распространения новостей на далекие территории. Потом пришло время эксплуатации телевидения.

Все эти новые средства передачи информации достигли пика своих возможностей в случае соцмедиа. В этом случае снова актер негосударственного уровня получает в свои руки информационные средства, сравнимые с теми, какие есть у государств.

Употреблено слово «пик», поскольку возникло сочетание самого дешевого способа доставки самому большому числу потребителей. Новое поколение миллениалов среди джихадистов использует весь потенциал самых продвинутых технологий.

При этом потребители информации получают именно то, что хотят услышать: их обиды усиливаются, их точка зрения получает подтверждение. Такие нарративы несут явную психотерапевтическую функцию, поскольку именно этих слов ждут читатели.

По этой причине терроризм не забывает и традиционный пропагандистский инструментарий, распространяя свои нарративы, которые легитимизируют применение силы. В ответ начинается разработка контрнарративов, тем самым современный терроризм включен в нарративную войну, когда каждая из противоборствующих сторон пытается доказать силу своей модели мира, из которой и вытекают все действия, включая применение силы.

Сложный мир несет в себе множество противоречивых сигналов, из которых каждый выбирает себе то, что соответствует его представлениям о правильности и откидывает то, что считает несправедливым [4]. При этом согласование интересов отступает на задний план, поскольку мир вступил на путь поляризации политических взглядов.

Сегодня исследователи и практики пришли к выводу о таких возможных вариантах борьбы с радикальной пропагандой [5]:

- разрыв — вмешательство в распространение пропаганды на уровне источника, чтобы не допустить ее распространения среди целевой аудитории;
- перенаправление — вместо стирания пропаганды пользователей перенаправляют на другие месседжи, чтобы «вытолкнуть» их на иное поведение, те, кто ищут джихадистские материалы, получают контр-материалы [6-10];
- усиление коммуникативных кампаний общественных организаций, построенных на контрнарративах;
- усиление правительственных коммуникаций и синхронизации месседжей и действий.

Еще ранее военные обратились к литературоведческому понятию нарратива именно в поиске контрнарративов, которые могут противостоять коммуникативной агрессии. В рамках постановки вопроса о роли контрнарративов возникли следующие темы исследований [11, 12-13]:

- психологические аспекты контртерроризма и почему рассказы играют роль в экосистеме насилия;
- основные составляющие рассказа;
- типология нарративов, возникающих на разных стадиях развития террористических групп;
- риторическая модель Аристотеля для оценки успешности рассказа;
- принципы формулирования контрнарративов.

В это изучение включилось агентство DARPA, которое несколько раз предоставляло гранты [14]. И на последнем этапе возникла тема большей объективации нарративного подхода, что привело к формулировке «нейробиология нарратива», где использовались методы сканирования головного мозга.

Уже с помощью этих объективных методов изучались сакральные ценности и их влияние на интерпретацию рассказываемых историй [15]. Ценности оказались связанными с психологией идентичности, эмоциями, моральной стороной принятия решений. При этом исследователи опирались на работы по анализу когнитивной биологии моральных ценностей [16].

По сути, нарратив является базовым инструментарием по формированию идентичности, он формулирует обиды, из которых вытекают способы их решения. Более того, прозвучала даже фраза, что нарратив централен с точки зрения американских интересов в сфере национальной безопасности [17].

Подъем нарратива на такую высокую ступень в определенной степени несколько странен. Это чисто гуманитарное понятие вдруг захватило и специалистов по борьбе с терроризмом, и даже сферу нацбезопасности. Также не преодолена и большая степень неопределенности, которая возникает при оперировании любым гуманитарным объектом, когда на нем пытаются выстроить объективное воздействие.

Некоторые исследователи трактуют нарратив как ментальную подсказку для понимания действий других. Сюжет выражает борьбу героя и антигероя, которые воплощают глубинные культурные коды. При этом важной составляющей является создание неотразимого героя, который может захватить массовое сознание. Нарративы носят универсальный характер: «В то время как нарративы могут быть использованы для усиления стереотипов (и часто стереотипы содержат усиливающие нарративы), можно использовать нарративы для успешной борьбы со стереотипами. Нарративы часто передают информацию о том, кто принадлежит к нашей группе и кто заслуживает маргинализации. Осознаем мы это или нет, но мы удерживаем скрытые схемы о функционировании предубеждений, мы рассказываем себе истории, чтобы рационализировать смех над сексистской шуткой комика [...]. Наши нарративы на базе предубеждений служат примерами того, как различия в когнитивных схемах влияют на поведенческие последствия» [18].

Сегодня соцмедиа стали основным каналом вербовки террористов. Онлайн открывает для этого новые возможности. Например, 4500 западных граждан отправились воевать в Сирию или Ирак, причем каждая седьмая из них — женщина [19, 20-21]. Исследование мотивации женщин показало, что романтические отношения или секс не играют той роли, которую пресса пытается им приписать [22]. А вот, например, есть такой фактор, как изоляция (религиозная и политическая) и угроза дома, которая мобилизует их на экстремизм. Официальные же лица, объясняя поведение женщин, не упоминают религиозные и идеологические причины, хотя именно они являются основными как для мужчин, так и для женщин.

Какие еще инструменты помогают в борьбе с радикализмом?

Дж. Донован, например, считает, что белые националисты и исламисты, имея разные взгляды, в онлайн действуют достаточно однотипно [23]. По этой причине можно выстраивать противодействие по общим лекалам.

Интернет предлагают контролировать с помощью анализа точек контроля, а не географически и локально [24-25], автор этой идеи Д. Кларк [26]. Он говорит: «Анализ контрольных точек является методом, определяющим, «кто контролирует что, когда и как». Он полезен также для сопоставления разных позиций в сфере киберполитики в международных отношениях, а также сопутствующих инструментов влияния и контроля» [27].

На новый уровень вышел анализ эмоций в соцмедиа [28-30]. Исследователей интересовало, как месседжи ИГИЛ резонируют с людьми, далекими от Ирака и Сирии. В качестве примера был взят Египет. Исследователи проанализировали 6 миллионов египетских твитов, чтобы увидеть, стали ли люди говорить, как ИГИЛ. Они увидели в результате, что только 1-2% заимствовали слова. Люди скорее описывали мир, как это делают братья-мусульмане.

Исследователи не только работали со словами, но и приписывали им ценностные характеристики. И тут пришло совершенно новое понимание. ИГИЛ не порождало нечто негативное с ненавистью. Это было интенсивное выступление, ориентированное на будущее, сфокусированное на социальных ценностях и отношениях. Здесь было больше высказываний с «мы», а не с «они».

Кстати, один из выводов исследования на будущее гласит, что законы, защищающие приватность, не принимают во внимание ключевые характеристики соцмедиа, они не защищают от информационных операций извне.

Исследователи назвали свой подход анализом резонанса [31]. Они подчеркивают, что слова не только передают информацию, но отражают и формируют то, как мы видим мир. Они пишут: «Эта связь между языковым поведением и картиной мира имеет важные последствия для нашего исследования. Контроль терминов дискуссии, формирующий дискурс, является критичным для убеждения и влияния. Это имеет значение в конфликте, когда конструирование дискурса вокруг конфликта предоставляет политические преимущества. Например, если одна сторона конфликта успешно подает другую как террористов, совершающих зверства и массовые убийства, обвинитель имеет сильные социальные и политические преимущества для действия. Формирование дискурса имеет множество измерений в дополнение к выбору конкретных слов типа террорист или борец за свободу, объемы и повторы могут существенно структурировать дискурс».

И в продолжение идеи повторов. Оказалось, например, что американский и арабский дискурсы по-разному оперируют повторами. По этой причине дискурсивные правила должны учитываться при переводах. Например, формулируется следующее правило: «Просто перевода на другой язык недостаточно. Можно говорить на другом языке, повторяя дискурсивные стратегии своей собственной культуры. Искренность и доверие являются хорошим примером. В арабском дискурсе повторение является невероятно важным доказательством искренности и основной лингвистической стратегией в аргументировании. В арабском дискурсе повтор действует как на уровне содержания, так и на уровне структуры. Чтобы быть убедительными в аргументировании, говорящие по-арабски должны повторять свою суть снова и снова (содержание), но они могут сделать это ритмично, повторяя параллельные

предложения или сочетания слов (структура). Это конфликтует с западной, конкретно американской идеей искренности, основанной частично на краткости и конструировании достоверного духа добродетели» [32].

Приведем некоторые максимы из большого числа сформулированных для информационных операций у военных [33-34]:

- хорошие дела не говорят сами за себя;
- не думайте, что изменение отношений изменит поведение;
- рассматривайте информационную среду с точки зрения населения;
- события не всегда происходят по причинам, о которых вы думаете; причинность осложняется, когда включенными оказываются поведения, восприятие, мышление и культура;
- каждая операция — это информационная операция.

Перед нами результат реального опыта информационного взаимодействия в абсолютно разных культурных средах. Причем это конфликтующие правила: верное в одной культуре является неправильным в другой.

Это подтверждает и изучение медиасреды осужденных террористов [35]. Изъятые издания дают возможность понять контекст и точки отсчета, которые формируют перспективы индивидов, включенных в террористическую деятельность.

Как видим, перед нами открывается более сложный мир иного информационного и виртуального пространств. При этом вхождение в него вдвойне сложнее для военных, поскольку армия в своей базе ориентирована на физическое пространство, а долгая война требует работы также в информационном и виртуальном пространствах.

Литература

1. Bolt N. a.o. Propaganda of the Deed 2008. Understanding the Phenomenon // rusi.org/sites/default/files/200809_whr_propaganda_of_the_deed_0.pdf.
2. Winter C. Media Jihad: The Islamic State's Doctrine for Information Warfare // icr.info/wp-content/uploads/2017/02/Media-jihad_web.pdf.
3. Burke J. The Age of Selfie Jihad: How Evolving Media Technology is Changing Terrorism // www.css.ethz.ch/en/services/digital-library/articles/article.html/a7b2a4ee-4217-4cf7-8617-8600d8740487/pdf.
4. Binder L. Jihadists' Grievance Narratives against France // icct.nl/wp-content/uploads/2018/02/Binder-Jihadists-Grievance-Narratives-Against-France-February2018.pdf.
5. Reed A.a.o. Countering terrorist narratives // icct.nl/wp-content/uploads/2017/11/Reed-Ingram-Whitaker-Narratives.pdf.
6. The redirect method // redirectmethod.org/.
7. Moonshot cve // moonshotcve.com/.
8. Greenberg A. Google's clever plan to stop aspiring ISIS recruits // www.wired.com/2016/09/googles-clever-plan-stop-aspiring-isis-recruits/.
9. O'Hara K. The Limits of Redirection // www.slate.com/articles/technology/future_tense/2016/09/the_problem_with_google_jigsaw_s_anti_extremism_plan_redirect.html.
10. Hadra D. What tech companies can do to counter violent extremism // www.brookings.edu/blog/markaz/2016/09/13/what-tech-companies-can-do-to-counter-violent-extremism/.

11. Casebeer W.D. a.o. Storytelling and Terrorism: Towards a Comprehensive 'Counter Narrative Strategy' // www.au.af.mil/au/awc/awcgate/nps/casebeer_mar05.pdf.
12. Casebeer W.D. Identity, Culture and Stories: Empathy and the War on Terrorism // conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/155644/ahc_article_366118.pdf;sequence=1.
13. Casebeer W.D. Military force and culture change systems, narratives, and the social transmission of behavior in counter-terrorism strategy // calhoun.nps.edu/bitstream/handle/10945/2847/06Mar_Casebeer.pdf?sequence=1.
14. Lim D. DARPA wants to master the science of propaganda // www.wired.com/2011/10/darpa-science-propaganda/.
15. Project: neurobiology of narrative framing // narrative.ict.usc.edu/neurobiology-of-narrative-framing.html.
16. Churchland P. Toward a Cognitive Neurobiology of the Moral Virtues // Churchland P. *Neurophilosophy at work*. - Cambridge, 2007.
17. Maan A. Calls to Terrorism and Other Weak Narratives // www.ajitkaurmaan.com/uploads/2/6/7/9/26794704/calls_to_terrorism_and_other_weak_narratives.pdf.
18. Godsil R. a.o. Telling our own story: The Role of Narrative in Racial Healing // perception.org/wp-content/uploads/2014/11/Telling-Our-Own-Story.pdf.
19. Paquette D. Why young American women are joining ISIS // www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2015/11/17/why-young-american-women-are-joining-isis/?utm_term=.53963dc5d704.
20. Bergen P. a.o. ISIS in the West 2015. The new faces of extremism // na-production.s3.amazonaws.com/documents/ISP-Isis-In-The-West_2015.pdf.
21. Bergen P. a.o. ISIS in the West. The Western militant flow to Syria and Iraq // na-production.s3.amazonaws.com/documents/isis-in-the-west-march-2016.pdf.
22. Loken M. a.o. Explaining extremism: Western women in Daesh // *European Journal of International Security*. - 2018. Vol. 3. - I. 1.
23. Manjoo F. A hunt for ways to combat online radicalization // www.nytimes.com/2017/08/23/technology/a-hunt-for-ways-to-disrupt-the-work-of-online-radicalization.html.
24. Hill J.F. a.o. Rethinking data, geography and jurisdiction // na-production.s3.amazonaws.com/documents/Rethinking_Data_Geography_Jurisdiction_2.21.pdf.
25. Choucri N. Clark D.D., Integrating Cyberspace and International Relations: The Co-Evolution // papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2178586&rec=1&srcabs=2171918&alg=1&pos=2.
26. David Clark // groups.csail.mit.edu/ana/People/Clark.html.
27. Clark D. D., Control Point Analysis // ssrn.com/abstract=2032124.
28. Bodine-Baron E. Examining ISIS Support and Opposition Networks on Twitter. - Santa Monica, 2016.
29. Marcellino W. a.o. Monitoring Social Media. Lessons for Future Department of Defense Social Media Analysis in Support of Information Operations. - Santa Monica, 2017.
30. Big data, big questions // www.rand.org/blog/rand-review/2017/10/big-data-big-questions.html.
31. Marcellino W.M. a.o. Measuring the Popular Resonance of Daesh's Propaganda // *Journal of Strategic Security*. - 2017. - Vol. 10. - N 1.
32. Marcellino W.M. Revisioning Strategic Communication through Rhetoric and Discourse Analysis // *Joint Force Quarterly*. - 2015. - I. 76.
33. Paul C. a.o. Dominating Duffer's Domain. Lessons for the U.S. Army Information Operations Practitioner. - Santa Monica, 2017.
34. Paul C. a.o. Dominating Duffer's Domain. Lessons for the U.S. Marine Corps Information Operations Practitioner. - Santa Monica, 2017.
35. Holbrook D. What Types of Media do Terrorists Collect? An Analysis of Religious, Political, and Ideological Publications Found in Terrorism Investigations in the UK // icct.nl/wp-content/uploads/2017/09/ICCT-Holbrook-What-Types-of-Media-Do-Terrorists-Collect-Sept-2017-2.pdf.

КИТАЙСКИЙ И РОССИЙСКИЙ ПОДХОДЫ К ОПЕРАЦИЯМ ВЛИЯНИЯ

Постепенно мир стал уделять все большее внимание операциям влияния как базе всех видов воздействия. По сути, мы имеем разные типы интервенций (информационные операции, кибератаки, психологические операции), целью которых является влияние в первую очередь на принятие решений объектом такой атаки. Во всех этих случаях общим является также и то, что, чем скрытнее было это воздействие, тем больше шансов имеется на успех.

Китай также считает, что целью операций влияния является политическая власть [1]. И именно по этой причине они столь важны, поскольку влияют на процесс принятия решений. То есть имеет место перекодировка воздействия в одной сфере, чтобы получить результат в другой. Например, физическое воздействие должно привести к потере воли к сопротивлению.

Китай видит в этом плане три типа войны. Первый — это медийная война, направленная на формирование общественного мнения внутри страны и за ее пределами. Мнение внутри страны также важно для армии, поскольку это позволяет сдерживать внешние интервенции.

Вторая война направлена на зарубежных лиц, принимающих решения. Третья — юридическая война как юридическое сопровождение действий Пекина.

Тимоти Томас посвятил уже несколько книг информационным и кибервойнам Пекина [2-4]. Он пишет о китайском понимании информационного сдерживания, что это проникновение не только в военные сферы, но также в политику, экономику, науку и технологию; что нет отличий между информационным сдерживанием и информационными наступательными действиями; что жертвами информационных атак часто становятся третьи лица; звучит даже фраза о возможностях народной войны в сети [5]. Следует добавить, что Томас столь же активно изучает и Россию [6-8]. А Сунь-Цзы американцы стали изучать очень и очень давно.

В каждой своей работе о российской модели Томас акцентирует важность для нее идеи рефлексивного управления, когда управление противником происходит за счет управления его восприятием внешней среды. Он часто цитирует В. Махнина, который видит рефлексивный контроль в следующем виде: «С помощью рефлексивных факторов возможно оказывать влияние на понимание ситуации противником и формировать картину ситуации. Следовательно, возникает возможность не прогнозировать, а предопределять действия противника или рефлексивно управлять им. При этом основу рефлексивного управления противником составляет рефлексивное программирование. Рефлексивное программирование предусматривает проведение связанных между собой по целям, месту и времени специальных мероприятий по информационному воздействию на противника с целью принуждения его отказаться от своего первоначального замысла действий и принять нерациональное решение, ведущее к существенному ухудшению обстановки

и поражению, а также проведению мероприятий на предмет защиты от подобного воздействия со стороны противоборствующей стороны. Таким образом, рефлексивное программирование — это информационное воздействие в соответствии с посылками информационного сообщения противнику с целью сформировать «правильное» понимание ситуации (понимание ситуации, заданное рефлексивной стороной), склонить противника к определенному результату понимания достижения цели действий, детерминированию его поведения» [9].

В целом это интересный пример смещения войны в область разума, в область знаний. Это было характерным для первых американских разработок в сфере информационной войны, когда ее трактовали как войну эпистемологическую, как войну знаний. И в схеме информационных продуктов на вершине были именно знания, а факты и информация — внизу.

Махнин говорит также о транзиторной форме войны: «...транзиторную форму войны, т.е. закономерный переход в новое состояние политики государств в их экономическом и политическом взаимоотношении. Это война характерна постоянно изменяющимися формами политического, дипломатического, экономического и военного противоборства систем на геополитическом уровне. Кроме того, изменяются движущие силы войны, численность вооруженных сил, формы применения объединений вооруженных сил, способы выполнения стратегических и оперативных задач, военные доктрины и т.п. В такой войне сближаются стратегия и тактика» [10].

Если вдуматься во все определения рефлексивного подхода, то он очень напоминает американский вариант подталкивания (nudge). Создаются определенные триггерные точки в восприятии противника, которые ведут его туда, куда требуется, например, «рефлексивное воздействие на противника сводилось к формированию симулякра, т.е. формированию ложных реальных, информационных и психологических образов объектов, процессов, явлений. Рефлексивное воздействие с помощью симулякров проявляется в парализации интеллектуальной (творческой) деятельности противника (лица, принимающего решение)» [11].

Предлагается изменение терминологии — рефлексивное противоборство, которое будет включать в себя и информационное противоборство [12]. Понятно, что рефлексивное будет работать на ментальном уровне, в точке принятия решения.

Разграничение китайского и российского подхода к операциям влияния привело П. Мэттиса к таким трем характеристикам [13]:

- Россия работает системно, опираясь на сложные действия для достижения результата; Китай сфокусирован на индивидуальной работе, на создании личного контекста, а не оперативной игре, многие китайские дипломаты вышли из разведки;
- в российской операции ведущую роль играет разведслужба, в китайском варианте — она только облегчает встречи и контракты вместо того, чтобы вести всю грязную работу;
- Россия создает агентов влияния, некоторые из которых даже могут не понимать, с кем они имеют дело; Китай влияет на агентов, его игра более мягкая, поскольку разведслужба не так заметна.

И в том, и в другом случае мы имеем сложные системы, где влияние будет достигаться вообще вне этой системы воздействия, а в массовом сознании. Собственно говоря, это то, что произошло с российской информационной интервенцией в американские президентские выборы.

М. Галеотти считает себя автором термина «доктрина Герасимова», хотя понятно, что сам Герасимов просто не мог так сказать. Несколько пересмотрев свой анализ, Галеотти приходит сегодня к иному пониманию: «Если подрывные действия не являются прелюдией к войне, а и есть сама война, то это меняет наше представление об угрозах, а также дает возможность подготовить лучшие варианты ответа. Обладание значительными вооруженными силами все еще необходимо для сдерживания, однако большее внимание, вероятно, следует уделить контрразведывательной работе, повышению грамотности в области средств массовой информации, борьбе с коррупцией (это всегда благо для политических воинов), а также сглаживанию социальных различий, которые русские с радостью используют» [14].

Изменения в мире в основном прошли в информационно-коммуникативном пространстве и его использовании. Это очень серьезно помогло использованию дезинформации в военных действиях. Усилились возможности уводить восприятие противника в сторону, рассказывая о том, чего на самом деле нет. Ярким примером этого и стали «зеленые человечки», чьи автоматы подавались как нечто вторичное. Это было управляемым восприятием со стороны России, а реальность хорошо передают подлинные воспоминания того периода по поводу захвата зданий, вынесенные в заголовок интервью бывшего председателя Совета министров АР Крыма А. Могилева: «Зеленые человечки» в Совмине Крыма взломали сейфы, банкомат, опустошили холодильники и оставили записку: «Извините, такая работа» [15].

ЦРУ признает сегодня совершенно иное представление о распространении информации, чем это было раньше: «Информация, которая раньше была только в Вашингтоне и Москве, сегодня проходит по интернету с молниеносной скоростью. Как сырая информация, так и анализ, имеющие разное качество и иногда вводящие в заблуждение или недостаточно обоснованные, сегодня свободно перемещаются. Такая моментально доступная информация различного качества может не только стать основой для плохого принятия решений, но и выдвигать требования к разведке, которые будут несовместимыми с широкой миссией разведки» [16].

Странно, но ни в российской, ни в китайской модели не получило отражения свойственное Востоку преобладание коллективного над индивидуальным. Оно проскальзывает во многих западных подходах: от подталкивания Р. Талера до британской модели информационной операции. И в том, и в другом случае смену индивидуального поведения пытаются совершить за счет предварительной смены коллективного поведения, чтобы индивид подчинился социальной норме. При этом Россия на практике активно пользуется созданием массовых акций контрвластной направленности в других странах — от волнений вокруг переноса эстонского бронзового солдата до антииммигрантских выступлений в США в период президентской избирательной кампании.

Литература

1. Mattis P. China's three warfare perspective // warontherocks.com/2018/01/chinas-three-warfares-perspective/.
2. Thomas T. L. Dragon bytes. Chinese information war theory and practice. - Fort Leavenworth, 2004.
3. Thomas T. L. Cyber silhouettes. Shadows over information operations. - Fort Leavenworth, 2005.
4. Thomas T. L. Deciding the virtual dragon. Critical evolution in the science and philosophy of China's information operations and military strategy. - Fort Leavenworth, 2007.
5. Томас Т. Концепция кибер/информационного сдерживания КНР // digital.report/kontseptsiya-kiber-informatsionnogo-sderzhivaniya-knr-mnenie-iz-ssha/.
6. Томас Т.Л. Рефлексивное управление в России: теория и военные приложения // www.intelros.ru/pdf/stratagemi/Tomas.pdf.
7. Thomas T.L. Russia's Reflexive Control Theory and the Military // www.rit.edu/~w-cmmc/literature/Thomas_2004.pdf.
8. Thomas T. Russia's Military Strategy and Ukraine: Indirect, Asymmetric—and Putin-Led // community.apan.org/wg/tradoc-g2/fmso/m/fmso-monographs/195072/download.
9. Махнин В.Л. Рефлексивный подход в военном образовании // гуманитарный вестник. - 2013. - № 1.
10. Махнин В.Л. О войне и вооружённой борьбе: прогнозная ретроспекция // Гуманитарный вестник. - 2015. - № 2.
11. Махнин В.Л. О рефлексивных процессах в противоборстве боевых систем // pstmprint.ru/wp-content/uploads/2016/11/INFW-3-2012-6.pdf.
12. Кирюшин А.Н. Информационное противоборство: проблема терминологической недостаточности // www.catu.su/analytics/439-informacionnoe-protivoborstvo-problema-terminologicheskoy-nedostatochnosti.
13. Mattis P. Contrasting China's and Russia's influence operations // warontherocks.com/2018/01/contrasting-chinas-russias-influence-operations/.
14. Галеотти М. Жаль, что я придумал «доктрину Герасимова» // inosmi.ru/policy/20180306/241648651.html.
15. Могилев: «Зеленые человечки» в Совмине Крыма взломали сейфы, банкомат, опустошили холодильники и оставили записку: «Извините, такая работа» // gordonua.com/publications/mogilev-zelenye-cheloveчки-v-sovmine-kryma-vzломали-sejfy-bankomat-opustoshili-holodilniki-i-ostavili-zapisku-izvinite-takaja-rabota-232625.html.
16. O'Connell K.M. Thinking About Intelligence Comparatively // www.brown.edu/initiatives/journal-world-affairs/sites/brown.edu.initiatives.journal-world-affairs/files/private/articles/11.1_OConnell.pdf.

Глава третья



КАК БОРОТЬСЯ С ФЕЙКАМИ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ

Некоторые исследователи предлагают под фейками понимать не только и не столько лживые сообщения, но и те, что не в мейнстриме.

Сегодня борьба с фейками реализовалась не только в разного вида курсах медиаграмотности, но дошла даже до уровня игры [1-3]. Это сделал Рууд Остервуд из Нидерландов [4]. В свое время, еще в университете, он совместно с радиостанцией 3FM создал аналог российской фабрики троллей и добился того, что все поверили, будто бы один из перерывов на ланч будет отменен. Еще во время учебы в университете он писал рекомендации голландскому МИДу относительно борьбы с фейками.

В своей магистерской работе Остервуд приходит к выводу, что дезинформацию и пропаганду — как и другие виды манипуляций — аудитории трудно различать [5]. Так что он предпочитает размещать дезинформацию под шапкой пропаганды.

Проблема неразличения типов сообщений, уходящих от правды, не связана, как нам представляется, с неразработанностью определений. Это проблема того же порядка, что и нечеткое разграничение операций влияния, информационных операций, психологических операций и так далее. Все они принадлежат к сфере воздействия с помощью отклонения от правды. На практике их различия — в нюансах, а также в ведомствах, под чьей шапкой осуществляется тот или иной тип воздействия. Отличаются практикой. Бизнес, МИД и Министерство обороны, опираясь на свою практику, видят свои модели воздействия. А практика не так легко перекодируется в теорию.

Рууд Остервуд базирует свое исследование на книге Каннингема «Идея пропаганды: реконструкция». Каннингем считает, что много пишут об истории пропаганды, но не задумываются над идеей пропаганды [6]. Его же интересует эпистемология и этика пропаганды. Он считает, что пропаганда исходно, первично и неизбежно является философским понятием. Философия пропаганды для него — это феномен массового убеждения или символического влияния [7].

Джон Браун видит два возможных взгляда на пропаганду — моральный и нейтральный [8]. Он считает, что разрешить противоречие между этими двумя взглядами невозможно, поскольку пропаганде, как и порнографии, сложно дать определение. Пропаганда настолько сложна, что в ней больше вопросов, чем ответов. Часто, например, публичная дипломатия госдепартамента ничем не отличается от пропаганды.

XXI столетие сделало фейки новой формой пропаганды [9]. С фейками пытаются бороться, даже не понимая их.

В некоторых странах отсутствие новостей предпочитают фейкам. Ведется борьба с дигитальными платформами, критикующими власть. Франция и Германия пытаются бороться с фейками на законодательном уровне [10].

Сегодня на смену статьям пришли серьезные монографические исследования фейковых новостей. Однако и их авторы иногда останавливаются в замешательстве из-за невозможности четкого определения фейка. Например, следующее предостережение: «фейковые новости являются «неопределенными, политически опасными, когда используются как тактический термин разными партиями, неотличимыми от предыдущих форм пропаганды, дезинформации и ошибочной информации (misinformation)» [11].

То есть современный научный аппарат не дает возможности отделить фейки от нефейков. Тогда в чем можно винить простых потребителей информации?

Вот фраза из другого монографического исследования: «Использование фразы «фейковые новости» в политическом поле для легитимизации или делегитимизации признанных новостных источников указывает на то, что эта борьба ведется за большее, чем просто модерирование контента. Скорее, речь идет о том, кто будет решать, какие типы политического и новостного контента должны усиливаться в онлайн. Дискуссии о «фейковых новостях» заставляют политиков выступать против признанных медиаорганизаций, журналистов — против альтернативных медиа вебсайтов, рекламных фирм — против брендов, а правительства — против государственных и негосударственных пропагандистов» [12].

Из всего этого следует иное понимание фейков — это не только и не столько лживые сообщения, но и те, что не в мейнстриме. Если пойти еще дальше, то это конкурентное понимание новости, пришедшее вместе с соцмедиа. Вероятно, такая точка зрения возможна, если мы оставим за пределами рассмотрения индустриальное порождение фейков времен президентских кампаний в США или во Франции.

Тогда у нас получится три варианта:

- новости из признанных источников индустриального характера;
- новости из альтернативных источников типа соцмедиа;
- новости из индустриальных источников, мимикрирующие под новости соцмедиа.

Авторы предлагают свой путь построения классификации [12]:

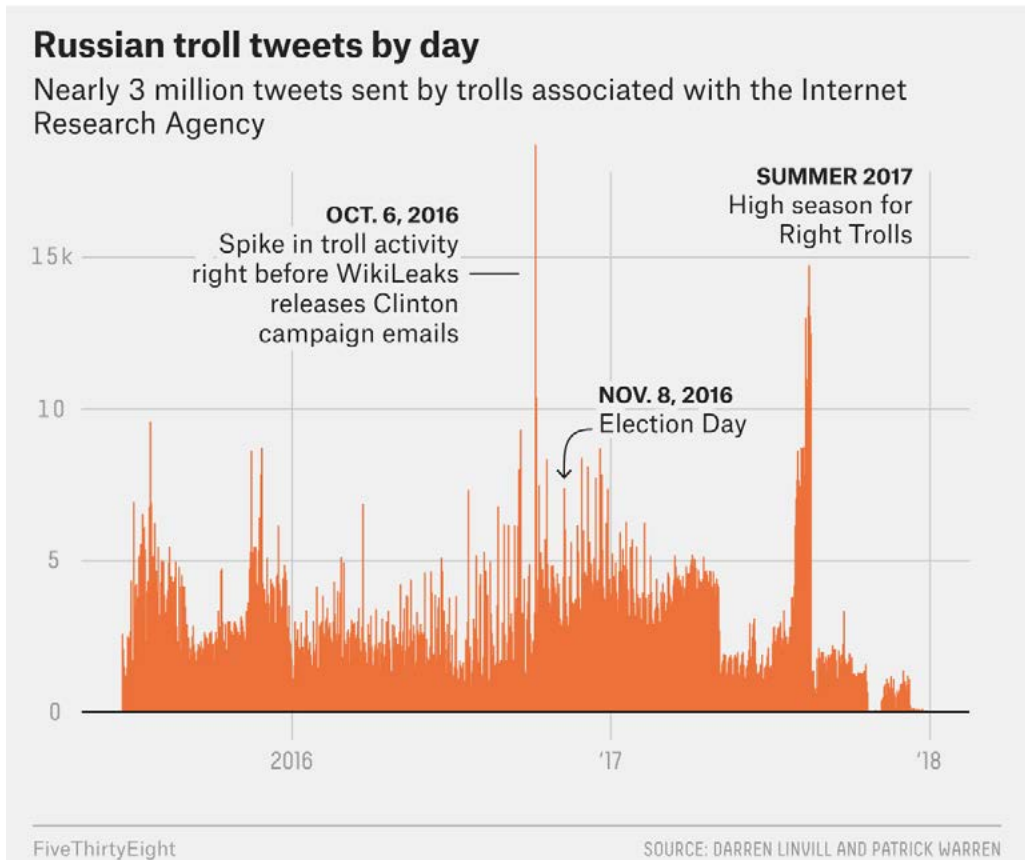
- **по интенции создателя фейков**, то есть когда новости содержат сознательно фальшивую информацию. Кстати, это наиболее частотная характеристика, которая встречается у многих;
- **классификация по типологии** [13] — обман, пропаганда и троллинг направлены на обман; сатира и юмор — нет, и это важно, поскольку разные типы требуют разного реагирования. У самих авторов речь идет о двух типах мотивов — с целью обмана или с финансовой целью, но обе цели могут и совпадать;
- **по характеристикам фейковых новостей**, используемых либо модераторами-людьми, либо машинными системами для распознавания фейков.

Странный феномен фейков состоит также и в том, что минуту назад их как бы и не было, а потом все только о них и говорят. Мир практически не был готов к переходу от традиционных медиа, имеющих институт проверки на достоверность, к соцмедиа без границ.

Сэр Джулиан Кинг, комиссар по безопасности ЕС, называет фейковые новости стратегической опасностью для ЕС [14]. При этом подчеркивается, что они становятся опасными, когда люди теряют веру в свою политическую систему. И это интересное и важное замечание, потому что можно вспомнить, что и СССР развалился тогда, когда люди потеряли веру в его политическую систему. Она стала ритуальной, перестав быть настоящей.

Экс-министр обороны США Панетта сказал о работе Вудворда и Бернштейна, которые в свое время написали книгу о Уотергейте, а теперь выпускают книгу о Трампе в Белом доме: «Их основная экспертиза была в попытке найти правду, но в наше время факты подвергаются атаке. Они имеют дело с более сложным миром, где сам факт того, кто они, уже не несет того уровня уважения, что раньше» [15].

Мир перешел от индустрии факта к индустрии фейка. И самое главное, что обычный потребитель информации не ищет фактов, он спокойно сам распространяет фейки, поскольку они более соответствуют его модели мира. У индустрии фактов была небольшая армия журналистов, у индустрии фейков — миллионы читателей, каждый из которых одновременно является и журналистом.



Источник: fivethirtyeight.com

По этой причине борьба с фейками максимально затруднена. Это временами становится войной с самими потребителями информации, поскольку они выполняют роль переносчиков фейков.

Но бороться все равно приходится, поскольку, например, в волнениях в Шарлоттсвилле (США, 2017) тоже нашли российский след [16-19]. И это произошло уже после американских президентских выборов.

Проанализировав три миллиона твитов, исследователи увидели скачки активности, в том числе один из них летом 2017-го, приведший к столкновениям в Шарлоттсвилле [20-21].

Фейки пришли внезапно и незаметно, но заполнили все информационное пространство, как будто существовали в нем всегда. Пока они побеждают правдивую информацию, ведь для распознавания фейков требуется сложный инструментарий, которого нет у рядового потребителя. Как нет у него и лишнего времени на это. Более того, такой инструментарий ему и не нужен: фейки рассказывают о том, что он и так хочет услышать.

Литература

1. Bad News // www.getbadnews.com/#intro.
2. «Вакцина» проти фейків // zbruc.eu/node/76961.
3. Haysom S. This addictive online game lets you try your hand at creating fake news // mashable.com/2018/02/20/bad-news-fake-news-game/#.Gx_hw9Yukqo.
4. Ruurd Oosterwoud // thenextspeaker.com/en/experts/ruurd-oosterwoud/.
5. Oosterwoud R. Disinformation in 21st century Russia. The case of disinforming the murder of Boris Nemtsov // openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/35739/Disinformation%20in%2021st%20century%20Russia.pdf?sequence=1.
6. Cunningham S.B. The Idea of Propaganda: A Reconstruction. - Westport, 2002.
7. Cunningham S.B. The Status of the Propaganda Theorist: A Rejoinder // Informal logic. 1994. - Vol. XVI. - N 2.
8. Brown J.H. Two ways of looking at propaganda // uscpublicdiplomacy.org/blog/two-ways-looking-propaganda.
9. Melissen J. Part I: Fake news, and what (not) to do about it // uscpublicdiplomacy.org/blog/part-i-fake-news-and-what-not-do-about-it.
10. Melissen J. Part II: Fake news, and what (not) to do about it // uscpublicdiplomacy.org/blog/part-ii-fake-news-and-what-not-do-about-it.
11. A Field Guide to «Fake News» and Other Information Disorders. - Amsterdam, 2017.
12. Caplan R. a.o. Dead Reckoning. Navigating Content Moderation After «Fake News» // datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_Dead_Reckoning_2018.pdf.
13. Verstraete M a.o. Identifying and Countering Fake News // poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=038100029123010001082073082014126085063074048044030088076023007023091080126067123119002123033063023055035075097028096099083125049087078093002000094101097097120028029062086105071122083105081090087016005031069001072004095127127090107125124100103064017&EX-T=pdf.
14. Liechtenstein von M. Is fake news a threat? // www.gisreportsonline.com/is-fake-news-a-threat,2453,c.html.
15. Smith D. Woodward and Bernstein: Watergate echoes loud in Donald Trump era // www.theguardian.com/us-news/2018/aug/12/woodward-bernstein-watergate-donald-trump-era.

16. Foran C. GOP lawmaker: Russian meddling fanned the flames in Charlottesville // edition.cnn.com/2018/08/11/politics/charlottesville-russia-meddling-republican-lawmaker/index.html.
17. Wells G. Russia-Linked Facebook Pages Pushed Divisions After Election, Including on Charlottesville // www.wsj.com/articles/russia-linked-facebook-pages-pushed-divisive-views-through-august-1507051387.
18. Shesgreen D. GOP lawmaker: Russian meddling stirred racial divisions at fatal Charlottesville rally // www.usatoday.com/story/news/politics/2018/08/11/russians-involved-unite-right-charlottesville-tom-garrett-jr/966669002/.
19. Russian inter-meddling led to Charlottesville attack, US lawmaker cites FBI // www.presstv.com/Detail/2018/08/11/570895/Russia-meddling-led-to-Charlottesville-attack.
20. Aldhous P. Russian Trolls Swarmed The Charlottesville March — Then Twitter Cracked Down // www.buzzfeednews.com/article/peteraldhous/russia-twitter-trolls-charlottesville.
21. Roeder O. Why We're Sharing 3 Million Russian Troll Tweets // www.buzzfeednews.com/article/peteraldhous/russia-twitter-trolls-charlottesville.

ФЕЙКОВ – МНОГО, ТЕОРИЙ ФЕЙКОВ ЕЩЕ БОЛЬШЕ

Фейки и популисты возвращают нас в комфортное поле старых ценностей. При этом трудно сказать – возможно ли это. Скорее всего – нет. Вернуть старый мир еще никому не удавалось.

Фейки давно сопровождают человечество [1]. К ним можно добавить еще более ранние явления. Папа Римский Франциск увидел первые фейковые новости в словах змия в Раю, когда тот разговаривал с Евой [2-3]. С этого фейка и началось человеческое грехопадение. Так что фейки не так и просты.

При этом Папа Римский очень четко обозначает суть фейка: «Термин «фейковые новости» серьезным образом обсуждается и дебатруется. В целом он относится к распространению в онлайн или в традиционных медиа. Он имеет дело с неправдивой информацией, основанной на несуществующих или измененных фактах, призванных обмануть или манипулировать читателем. Распространение фейковых новостей может служить достижению конкретных целей, влиянию на политические решения, служить экономическим интересам. Эффективность фейков базируется на их особенности имитировать настоящие новости, казаться правдоподобными. Эти фальшивые, кажущиеся достоверными новости «привязчивы», поскольку они захватывают внимание людей, апеллируя к стереотипам и социальным предрассудкам и эксплуатируя мгновенные эмоции, такие как беспокойство, презрение, гнев и разочарование. Способность распространять такие фейковые новости часто основывается на манипулятивном использовании социальных сетей и способов их функционирования. Неправдивые истории могут распространяться так быстро, что даже авторитетное опровержение не может остановить причиненный ущерб» [4].

Кстати, не только украинские школы взялись за развитие медиаграмотности учащихся, но и итальянские тоже [5]. Вероятно, мир получил еще одну

дополнительную степень сложности, когда тиражируемый факт может оказаться не только правдой, но и фейком.

Ниммо предложил модель инструментария пропаганды в виде 4D: Dismiss — Отрицать, Distract — Отвлекать, Distort — Искажать, Dismay — Пугать. В последнем случае он имеет в виду, что если вам не нравятся чьи-то политические планы, следует испугать их автора, что тоже может затормозить их распространение.

Ниммо считает, что именно так, по этим четырем шаблонам, работает российская пропагандистская машина [6], президент Трамп [7], так отреагировала Россия на обвинения спецпрокурора Мюллера [8]. Он также проанализировал меметическую войну с Макроном во время французской президентской гонки [9].

Получается, что перед нами даже не «алгебра», а всего лишь «арифметика» пропагандистской борьбы, что всегда имеет место, когда в действие вступает массовая аудитория. Массовый продукт всегда создается в достаточно упрощенной форме, без этого он не может получить хорошего распространения.

Какие стратегии предлагает современный мир для борьбы с фейками? Для этого сначала надо разобраться с типами фейков.

В рамках Би-би-си речь идет о таких вариантах фейков [10]:

- сознательно запущенная фальшивая информация для достижения политических целей или получения денег от трафика онлайн;
- фальшивая информация, распространяемая журналистами, которые не понимают, что передают ложь;
- новости, которые, например, несли дискомфорт Трампу, не являются фейками, люди не хотят их признавать, поэтому хотят их приглушить.

Как видим, многое зависит не от самих фейков и их скрытых создателей, а от потребителей информации, которые сами включаются в распространение лживых новостей.

Джонсон предлагает выделить пять типов фейковых новостей [11]:

- стопроцентная фальшивка
- предвзятые
- чистая пропаганда
- неверное использование данных
- неточные и небрежные.

Снова мы видим типичную гуманитарную классификацию, где происходит явное пересечение между разными типами.

В другом случае при построении классификации предлагается учитывать такие три фактора [12]:

- разные типы контента, который создается и распространяется;
- мотивацию создателей контента;
- способы распространения контента.

Исследовательница Костелло попыталась все свои семь типов обозначить через

термины, начинающиеся на букву П: плохой журнализм, пародия, провоцирование, пыл, пристрастность, прибыль, политическое влияние и пропаганда.

До этого в своей ранней работе исследовательница акцентировала шесть типов фальшивой информации [13]:

- аутентичный материал используется в неправильном контексте;
- новостные сайты-самозванцы, выглядящие как известные нам бренды;
- фейковые новостные сайты;
- фейковая информация;
- манипулируемый контент;
- пародийный контент.

Тут явно перепутались акцент на контенте и на типах передачи.

Ниммо присоединяется к более стандартному определению фейковых новостей как «сознательному представлению фальшивой информации как новостей». Фейковые новости в результате становятся подвидом дезинформации, которая задается как «сознательное распространение фальшивой информации». Есть еще ненамеренное распространение, которое имеет английский термин — *misinformation*.

Для понимания, что перед нами, требуется ответ на два вопроса:

- доказательство фальшивости информации;
- доказательство того, что фальшивость была намеренной.

При этом сложно доказать, что фальшивость была сознательной. В этом помогает доказательство намеренности действия, то есть отсутствие исправления такого рода ошибки. Возникает целый ряд вопросов, подтверждающих намеренность:

- была ли ошибка исправлена в разумное время;
- если нет, то есть ли доказательство того, что автор знал, что это было ошибкой;
- если нет, то можно было бы избежать ошибки, проведя базовое расследование;
- является ли это постоянной моделью поведения автора.

Однако любое такое расследование требует времени и представляет определенную сложность, поэтому простой читатель его не будет делать.

Одна из стратегий по доверию и верификации сообщений состоит из трех возможных вариантов [15]:

- разоблачение и проверка фактов;
- коалиция посредников контента, которым можно доверять;
- расширенные программы модерации контента.

Одновременно получается, что мы создаем все более сложный аппарат для борьбы с наиболее простыми сообщениями. Но они, как анекдоты и слухи в прошлом, сознательно сделаны под удовлетворение интересов массового сознания.

Интересно в этом плане мнение Преображенского: «В целом надо понимать, что социальные сети изначально ориентированы на искажение информационной

картины. Формируя свой список друзей, формируешь и новости, которые тебе через них становятся доступны, и темы для обсуждения. Это ловушка комфортности, за пределы этого круга все труднее выходить. Зона комфорта современного человека защищена трехметровым забором, ему даже нельзя позвонить неожиданно, эпоха мобильного телефона отменила анонимные звонки. Соцсети и алгоритмы фильтрации новостей только дополняют эту в целом эгоистическую картину. Соответственно, формируется потребитель, которому доступна любая информация, но который получает ее меньше, и более однообразную, чем даже человек середины прошлого века. И все современные технологии только способствуют этому процессу» [16].

Фейки пришли всерьез и надолго. От них уже трудно будет избавиться, поскольку технические платформы максимально облегчили порождение контента каждому, а сами они уходят от ответственности за достоверность сообщений, которая была у традиционных медиа. Нашлись умельцы-фальсификаторы и для YouTube. Об объемах пишут следующее: «YouTube не раскрывает числа фейковых изображений, которые блокируются каждый день, но команда работает над тем, чтобы их было не более одного процента. При этом платформа регистрирует миллиард просмотров в день, что дает десятки миллионов ежедневных фейковых изображений» [17].

Ситуация с выборами в ряде стран показала, что этой моделью могут воспользоваться для индустриального порождения новостей вместо индивидуального. Когда этот процесс из стихийного становится системным, возникает проблема серьезной опасности фейка, потому что индустриальный фейк, в отличие от индивидуального, может представлять угрозы гораздо более опасные.

При этом изменилось не только отношение к фейкам, но и к журналистике, ее сути и месту в обществе. Вудворд, в свое время расследовавший Уотергейт, сопоставляя его с сегодняшним днем, говорит: «Это хуже Уотергейта в том плане, что в тот период была система, а сейчас неясно, какая система работает в настоящий момент. Ни один президент не делал ничего похожего на Трампа, характеризовавшего американскую прессу и понимание первой поправки как врагов народа, фразой, которая ассоциируется с величайшими деспотами двадцатого столетия» [18].

Наш мир, к сожалению, как бы взрослея, почему-то не становится ни понятнее, ни добрее. В нем не становится жить легче. Кстати, именно это привело к избранию в Америке и Европе популистов, что является результатом повсеместного недовольства населения.

Еще одна важная черта, которая стоит за всем этим, — происходящая на наших глазах ломка ценностей. Вот как об этом говорит Ерофеев: «За последние столет, и даже чуть побольше, у нас дважды ломались, уничтожались все человеческие ценности. Мы оказались в каком-то ледяном пространстве наших личных отсутствующих ценностей. И мы их собираем самостоятельно, потому что государство в течение этих постсоветских лет никогда не помогало нам найти эти ценности. Оно нас соблазняло и сейчас соблазняет какими-то ценностями, которые имеют отношение к укреплению власти государственной, но оно никогда не сказала: «Люди, вот эти ценности, давайте с ними как-то разберемся». И получается, что у нас, у каждого какой-то разный процент разных ценностей... Если взять наши ценности в качестве таких шариков,

которые мы кладем в мешочек, то окажется, что у нас у всех разные потенциалы этих ценностей. Потому нам каждый раз приходится говорить сначала, чтобы понять друг друга: «А ты кто? Как ты настроен к этому, к этому, к этому?». На это уходит время... И вот в этом главная кризисная позиция нашей страны — в страшной социальной разрозненности. Мы никак себя не соберем в кучу» [19].

По сути, можно сказать, что фейки и популисты возвращают нас в комфортное поле старых ценностей. При этом трудно сказать — возможно ли это. Скорее всего — нет. Вернуть старый мир еще никому не удавалось. Он всегда идет вперед, и завтра будет иным.

США, например, впервые столкнулись со столь громким обсуждением проблемы свободы слова после того, как технические платформы, сначала за исключением Twitter, запретили у себя Алекса Джоунса, который был полон разных конспирологических теорий и навязывал их широкой общественности [20-25].

Среди них был и такой аргумент, в котором свобода слова оказалась зависимой от частной собственности. И поскольку технические платформы являются частными, они имеют право сами решать, кого оставлять у себя в сети.

Архангельский видит проблему российской пропаганды в том, что за ней нет идеологии, в отличие от советского времени и советской идеологии: «Нынешняя идеология, как бы она ни называлась и ни формулировалась, не имеет и сотой доли той же стройной продуманности: не говоря уже о философской базе и образе будущего. Генеральные установки задаются только контурно, в общем и касаются сиюминутной темы. Смысловые пустоты пропагандисты вынуждены заполнять самостоятельно — в этом главное отличие нынешней пропаганды от советской (мысль, высказанная однажды Марией Липман). Каждый пропагандист сегодня пытается воссоздать космогонию вручную, собирая из обломков разрозненных и противоречащих друг другу мифов собственную конструкцию. Рамки госзадания заполняются по собственному вкусу: это смесь из советских и имперских мифов, конспирологии и теорий заговоров, крайне левых идей с крайне правыми» [26].

Наш мир, несомненно, усложнился. И это потребовало изменения систем его понимания. В эту происходящую трансформацию оказались вписанными и фейки. И создается впечатление, что жить нам с ними придется еще долго. По крайней мере, рассказы о победе над фейками пока не соответствуют действительности.

Литература

1. Фейковые новости имеют давние традиции // psyfactor.org/news/fake-news-3.html.
2. Horowitz J. For Pope Francis, fake news goes back to the Garden of Eden // www.nytimes.com/2018/01/24/us/politics/pope-francis-fake-news.html.
3. Pope Francis against 'fake news': «We need to unmask snake-tactics» // www.romereports.com/en/2018/01/24/pope-francis-against-fake-news-we-need-to-unmask-snake-tactics/.
4. Booklet of Pope Francis' World Communications Day message // skepticroview.com/2018/01/24/fake-news-pope-francis-releases-official-message-snake-tactics/.
5. Horowitz J. In Italian schools, reading, writing and recognizing fake news // www.nytimes.com/2017/10/18/world/europe/italy-fake-news.html.

6. Nimmo B. Anatomy of an Info-War: How Russia's Propaganda Machine Works, and How to Counter It // www.stopfake.org/en/anatomy-of-an-info-war-how-russia-s-propaganda-machine-works-and-how-to-counter-it/.
7. Schatz B. The Kremlin Would Be Proud of Trump's Propaganda Playbook // www.motherjones.com/politics/2016/11/trump-russia-kremlin-propaganda-tactics/.
8. Propaganda Pushed Around Indictment // medium.com/dfrlab/propaganda-pushed-around-indictment-f63b85ac0587.
9. Nimmo B. «Macron Antoinette»: Alt-Right Targets France // medium.com/dfrlab/macron-antoinette-alt-right-targets-france-f5e5dcee5cfe.
10. Rajan A. Fake news: too important to ignore // www.bbc.com/news/entertainment-arts-38636042.
11. Johnson J. The five types of fake news // www.huffingtonpost.com/dr-john-johnson/the-five-types-of-fake-ne_b_13609562.html.
12. Wardle C. Fake news. It's complicated // firstdraftnews.org/fake-news-complicated/.
13. Wardle C. 6 types of misinformation circulated this election season // www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php.
14. Nimmo B. a.o. Fake News: Defining and Defeating // medium.com/dfrlab/fake-news-defining-and-defeating-43830a2ab0af.
15. Caplan R. a.o. Dead reckoning. Navigating content moderation after 'fake news' // datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_Dead_Reckoning_2018.pdf.
16. Как нами манипулируют в Сети // www.rosbalt.ru/moscow/2018/08/11/1724052.html.
17. Keller M.S. The Flourishing Business of Fake YouTube Views // www.nytimes.com/interactive/2018/08/11/technology/youtube-fake-view-sellers.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=second-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
18. Smith D. Woodward and Bernstein: Watergate echoes loud in Donald Trump era // www.theguardian.com/us-news/2018/aug/12/woodward-bernstein-watergate-donald-trump-era.
19. Ерофеев В. Культура — это борьба с энтропией // regnum.ru/news/cultura/2463392.html.
20. Coll S. Alex Jones, the First Amendment, and the Digital Public Square // www.newyorker.com/magazine/2018/08/20/alex-jones-the-first-amendment-and-the-digital-public-square.
21. McMillan G. While you were offline: how do you solve the problem of Alex Jones? <https://www.wired.com/story/internet-week-182/>.
22. Newton C. Why Facebook banned Alex Jones — and Twitter didn't // www.theverge.com/2018/8/11/17677518/alex-jones-ban-facebook-twitter-youtube.
23. Blumenthal P. The Problem Isn't Alex Jones' Free Speech, It's Digital Platform Monopolies // www.huffingtonpost.com/entry/alex-jones-first-amendment_us_5b6d9b57e4b0530743c95939.
24. Darcy O. Twitter admits InfoWars violated its rules, but says it will remain on the platform // money.cnn.com/2018/08/10/media/infowars-twitter-alex-jones/index.html.
25. Goldberg J. Are We to Blame for the Alex Jones Problem? // www.nationalreview.com/2018/08/alex-jones-we-want-authorities-to-make-tough-decisions-for-us/.
26. Архангельский А. Кружковое безумие. Коллективный портрет пропагандиста // carnegie.ru/commentary/63423.

ФЕЙКИ ИДУТ В НАСТУПЛЕНИЕ

Мы как-то забываем, что фальшивость контента не столько препятствие для распространения, как преимущество, поскольку читатель получает в результате то, что хочет услышать.

Фейки привлекли всеобщее внимание, особенно после президентских выборов в США и Франции, когда их активно использовали за или против кандидатов. Хотя кроме этого были и референдумы (Брексит и Каталония), и борьба за интерпретацию гибели малайзийского «боинга» MH-17, и даже против вакцинации в США.

С чем это может быть связано? Как минимум, можно выделить три фактора, вытолкнувших фейки на такую новую позицию. Во-первых, фейки — это отклонение от правды, по крайней мере, в том традиционном ее понимании, с которым человечество жило все время. Можно условно сказать, что фейк — это **правда неправды**, поскольку окружающие все же воспринимают его как правду, и это очень важный фактор. Во-вторых, фейки оказались достаточно распространенными в информационных потоках, чтобы на них обратили внимание. А раз они распространены — значит, нужны а) либо коммуникатору, б) либо получателю информации. То есть фейки оказались таким нужным **симбиозом для двух сторон**. В-третьих, фейки и мемы сегодня функционируют как слухи и анекдоты вчерашнего дня, их можно определить как структуры с «моторчиком», поскольку они способны к самораспространению.

Как смотрят на отмеченные нами характеристики исследователи? Они пытаются понять, например, почему мы принимаем другие типы отклоняющихся от правды высказываний. Сатира имеет фальшивое содержание, финансово мотивирована и не направлена на то, чтобы обмануть читателей [1]. В свою очередь обман как новость имеет сознательно фальшивый контент, финансово мотивированный, сознательно направленный на то, чтобы ввести в заблуждение читателей.

При этом мы как-то забываем, что фальшивость контента не столько препятствие для распространения, как преимущество, поскольку читатель получает в результате то, что хочет услышать. Другие факты и мнения его не особо интересуют. Он хочет присоединиться к тем, чье мнение совпадает с его собственным и воспринять те, пусть фальшивые, факты, которые подтверждают или, по крайней мере, не противоречат его мнению, сложившейся у него картине мира.

Далее важной составляющей является степень влияния. С одной стороны, нам говорят, что воздействие российских интервенций во время выборов Трампа было незначительным. С другой — есть и такие подсчеты, что 27,4% американцев возрастом от 18 лет просматривали статью на протрамповском или проклинтоновском фальшивом сайте [2]. А 27% — это 65 миллионов избирателей. Если же посмотреть на общее число статей, то фейковые статьи составили всего 2,6% от общего их объема. Кстати, это была малая группа людей — шесть из десяти визитов на сайт фейковых новостей были от 10 % людей с наиболее консервативными интересами.

Многие смотрят на фейки свысока, отдавая их в руки исключительно людей с невысоким уровнем образования. Однако развитие событий показало ошибочность стереотипов: то, что фейки действуют стопроцентно на правых и необразованных, оказалось неправдой. Вот мнение Джеффа Грина из рекламной интернет-компании Trade Desk: «Среди левых, если вы потребляете фейковые новости, вы в 34 раза с большей вероятностью, чем население в целом, будете выпускником колледжа» [3]. Если же это человек из правого спектра, вероятность того, что он будет в числе 20% людей с высоким доходом, в 18 раз выше, чем у населения в целом.

И еще одна закономерность, которая даже напугала исследователей. Чем больше человек потребляет фейковых новостей, тем большая вероятность того, что он пойдет на голосование. И это как раз можно понять: он активен в потреблении именно потому, что настроен пойти на голосование, и ему не хватает информации.

Высокообразованные люди могут точно так же быть обманутыми. Более того, получив информацию, не соответствующую их взглядам, они реже поддаются изменению своей точки зрения [4]. И переубеждение не работает в принципе, поскольку дискуссии только усиливают, закрепляют уже имеющиеся взгляды сторон.

И еще некоторые выводы по косвенным характеристикам, важным для размещения рекламы. Оказалось, например, что демократы чаще покупают грейпфрутовый сок, чем республиканцы, и любят бренды Tropicana, Snapple, Welch's and Martinelli's [5]. Поэтому в Trade Desk подсказывали демократическим политикам размещать рекламу на сайте, на котором продается грейпфрутовый сок Tropicana. Республиканскому кандидату нет смысла размещать там рекламу, поскольку вряд ли читатель сайта переключится на другую партию.

Есть важное различие между недостаточно информированным и неправильно информированным [6]. Считается, что 20% американцев вообще готовы поверить чему угодно.

Аналитики задумались и над тем, что науке мало известно о потреблении фейковых новостей, о механизмах их распространения, достигают ли потребителей разные сайты, проверяющие факты [7].

Еще десять лет назад провели интересный эксперимент с фиктивной веб-страницей [8]. Он базировался на том, что 72% студентов верят информации, получаемой в линках от друзей. Этот сайт породил слухи по модели «Знаменитость X поймали в постели с знаменитостью Y». А в конце месяца сайт заработал на рекламе. Вывод: фейковые новости могут зарабатывать деньги, загрязняя интернет неправдой. И еще один вывод. Когда мы уделяем чему-то внимание, на эту тему будет производиться больше информации. Так работает экономика внимания. Но фиктивную информацию дешевле произвести, чем искать настоящую. Каждая группа может получать свой тип информации типа «Папа благословил Трампа» или «Папа благословил Клинтон». Хотя Папа Римский не делал ни того, ни другого.

Во всех этих и подобных примерах видим задействованность в структуре фейка объекта даже не из информационного, а из виртуального мира, в рамках которого вообще строится экономика внимания. И Трамп, и Клинтон, и Папа Римский являются именно такими персонажами. Если к ним фейк присоединяет еще отрицательное действие, то внимание удваивается.

Интересно, что в качестве таких привлекательных потоков выступают и знания, то есть виртуальные потоки также могут восприниматься либо благосклонно, либо с опаской. Это связано с тем, что они могут либо поддерживать нашу модель мира, либо разрушать ее.

Производством виртуальных потоков знаний заняты университеты и ученые. Социология Pew Research Center показывает, что, например, 58% ориентированных на республиканцев людей считают, что колледжи и университеты негативно влияют на то, что происходит в стране [9]. И только 36% видят это влияние как позитивное. При этом всего лишь два года тому назад 54% видели позитивный эффект, а 37% — негативный. То есть на наших глазах происходят такие резкие изменения.

И это пытаются исправить, усилив консервативность университетов. Частные деньги идут на чтение курсов консервативной направленности, призванных изменить либеральные устремления университетов, например, в штате Аризона [10]. Это инициатива республиканских парламентариев.

Под таким же углом зрения можно посмотреть и на последнюю инициативу госдепартамента США, который получил 40 миллионов долларов на борьбу с вмешательством уже в будущие выборы [11]. Там будет также несколько нераскрываемых на сегодня проектов с Министерством обороны и их дополнительным финансированием.

Фейки пришли к нам вместе с гибридной войной. Это «зеленые человечки» и «распятый мальчик» [12-13]. В первом случае реальность пряталась, во втором — наоборот, создавалась из ничего.

Что такое гибридная война? Это война, которой нет. Или война, в которой нет нас. Это фейковая война, которая забирает у Украины Крым и Донбасс, одновременно утверждая, что войны нет. Фейки создают новую реальность, базированную не на физических, а на информационных и виртуальных основаниях.

За информационной и виртуальной следует атака физическая. Отставной генерал Дег Лют считает, что события 2016 года были просто первой фазой для Кремля [14]. Он описывает советскую военную тактику следующим образом: «Проводится широкая, проверяющая фронт атака, пока вы не находите точку уязвимости, затем вы собираете силы и прорываетесь через точку уязвимости». Лют подчеркивает: никто не знает, что россияне сделали, войдя в базы данных и машины, могли ли они изменить подсчет голосов или поменять регистрацию избирателей, создав хаос и очереди на избирательных участках.

Бывший директор ЦРУ Майкл Хейден также подчеркивает: «Не хочу создавать здесь заговор. Но каждый для своих целей работал на глубинные разногласия внутри американского общества. Президент — чтобы играть со своей базой, Fox News — для рейтингов, правые — поскольку они все видят конспирологически, и россияне — чтобы запутать наши головы».

Самое свежее исследование, сделанное в РЭНД, посвящено анализу российского информационного вмешательства в Турции [15]. Здесь анализируются три используемые стратегии: усиление естественной неопределенности, создание противоречащих подделок и использование многочисленных противоречащих нарративов.

Более пристальный анализ позволяет выделить следующие характеристики этих трех стратегий:

- **усиление естественной неопределенности:** точкой отсчета является реальная неопределенность, признаваемая легитимной, но к ней присоединяется лживое дополнение, подаваемое как объективное продолжение ведущихся дебатов; примером являются российские обвинения о турецком спонсорстве ИГИЛ после сбитого российского самолета;
- **создание противоречащих подделок:** быстрый ответ на события, ложно их интерпретирующий, создает ситуацию, наполненную лживыми нарративами, а люди не знают, чему им верить; при этом цитируется Питер Померанцев, который сказал о российской пропаганде: «Это не информационная война, а война с информацией»; примером является распространение антиамериканских нарративов после попытки путча в Турции;
- **использование многочисленных противоречащих нарративов:** каждый из этих нарративов обращается к разным аудиториям, которые должны думать, что желаемые выводы — их собственные; примером использования является продвижение разных обвинений после убийства российского посла в Турции.

Уже появился даже документальный фильм «Активные мероприятия», премьера которого состоялась 31 августа 2018 года [16]. Это первый фильм на такую тему. В нем предпринята попытка с помощью известных западных экспертов разобраться в хитросплетениях Russiagate. В нем раскрывается контекст российских интервенций 2016 года, исходя из методов советской политической войны. Один из откликов на фильм вышел под заголовком «Сможет ли этот документальный фильм сбросить Трампа?». Важным компонентом подобного рода исследований должен стать и анализ риторики главных журналистов-пропагандистов (Киселев, Мамонтов и др. [18-24]). Об этой части пропагандистской машины мы часто забываем. А это еще одно измерение пропагандистской машины.

Андрей Архангельский так описывает структуру российской пропагандистской машины, акцентируя искреннее участие в ней самих пропагандистов: «Есть распространенное представление, что пропагандисты «все это делают за деньги», потому что «им так сказали». Это далеко не так. Без их искреннего участия эффекта пропаганды попросту бы не случилось. Они являются драйверами эмоций, постоянно повышая градус. Структура пропаганды напоминает усеченный конус, на вершине которого располагаются адепты, смыслоносители: это на самом деле небольшой отряд теле- и радиоведущих, а также постоянных экспертов (40-50 человек), которые мигрируют с канала на канал. Они и транслируют, и формируют своеобразную систему ценностей — точнее сказать, антиценностей (поскольку пропаганда не столько утверждает собственные ценности, сколько отвергает «чуждые»). Это представители гуманитарной сферы (историки, философы, деятели искусства), а также политологи, возглавляющие институты, центры и фонды, в названии которых присутствуют слова «геополитика», «изучение» и «анализ» [25-26].

И еще одно наблюдение Андрея Архангельского, объясняющего одну из причин агрессивности этой пропаганды: «Противоречивость собственных конструкций снимается за счет языка — вот из-за чего в том числе этот язык так агрессивен. Отсутствие продуманной картины мира заставляет делать упор на слова, эмоции, а не на смысл. Поэтому сегодняшняя пропаганда, в отличие от советской, прежде всего — лингвистический феномен. Это в первую очередь языковой карнавал, бахвальство и торжество. Nate speech служит единственным средством заполнения идейных пустот. Для журналистов прогосударственных СМИ языковая агрессия является компенсацией цензурных ограничений».

Пропаганда всегда работала с фейками. И всегда пропагандистская работа достигала своего пика во время войны. И если Россия не воюет, как утверждают ее высшие должностные лица, то почему воюет на пике ее пропаганда?

Фейк слабо поддается опровержениям, поскольку его распространяет тот, кто сам в него верит. Как подтверждают психологические эксперименты, в окружающем мире мы ищем подтверждение своим представлениям, а не их отрицание [27].

Мы можем и должны находить новое понимание фейков. Все понимают фейковые новости в свою пользу. Как всегда бывало в истории человечества: каждый верит тому, чему хочет поверить. Активность фейковых новостей дает такую возможность с доставкой на дом. Сам человек, потребляющий информацию, а не коммуникатор, является основой создания и распространения фейка.

Литература

1. Verstraete M. a.o. Identifying and Countering Fake News // poseidon01.ssrn.com/delivery.php? ID=038100029123010001082073082014126085063074048044030088076023007023091080126067123119002123033063023055035075097028096099083125049087078093002000094101097097120028029062086105071122083105081090087016005031069001072004095127127090107125124100103064017&EX-T=pdf.
2. Guess A. a.o. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign // www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf.
3. The rise of left-wing, anti-Trump fake news // www.bbc.com/news/blogs-trending-39592010.
4. Wendling M. The (almost) complete history of 'fake news' // www.bbc.com/news/blogs-trending-42724320.
5. Castillo M. How grapefruit juice helps pols reach the right voters // www.cnbc.com/2015/08/27/how-grapefruit-juice-helps-pols-reach-the-right-voters.html.
6. Kuklinski J.H. a.o. Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship // The Journal of Politics. - 2000. - Vol. 62. - N. 3.
7. Flynn D.J. a.o. The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics // www.dartmouth.edu/~nyhan/nature-origins-misperceptions.pdf.
8. Menczer F. Misinformation on social media: Can technology save us? // theconversation.com/misinformation-on-social-media-can-technology-save-us-69264.
9. Fingerhut H. Republicans skeptical of colleges' impact on U.S., but most see benefits for workforce preparation // www.pewresearch.org/fact-tank/2017/07/20/republicans-skeptical-of-colleges-impact-on-u-s-but-most-see-benefits-for-workforce-preparation/.
10. Saul S. Arizona republicans inject schools of conservative thought into State Universities // www.nytimes.com/2018/02/26/us/arizona-state-conservatives.html?rref=collection%2Fsectioncollection%2Feducation&action=click&contentCollection=education®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=3&pgtype=sectionfront.

11. Dorell O. State Department launches \$40 million initiative to counter Russia election meddling // www.usatoday.com/story/news/world/2018/02/26/state-dept-launch-new-effort-counter-russian-election-meddling/371906002/.
12. У Крим і Донбас першими прийшли не «зелені чоловічки», а російська пропаганда, ретрансльована також українськими ЗМІ // Детектор Медіа. – 06.06.2016/ <https://detector.media/community/article/115784/2016-06-06-u-krim-i-donbas-pershimi-priishli-ne-zeleni-cholovichki-a-rosiiska-propaganda-re-translovana-takozh-ukrainskimi-zmi/>.
13. «Спасибо, мой Первый. Я стараюсь успеть за тобой!» // Детектор Медіа. – 07.08.2015 / <https://detector.media/withoutsection/article/109904/2015-08-07-spasibo-moi-pervyi-ya-starayus-uspet-za-toi/>.
14. Stanton Z. «May be the Russians are still messing with our heads»// www.politico.com/magazine/story/2018/02/27/trump-russia-collusion-putin-mueller-michael-hayden-217091.
15. Costello K. Russia's Use of Media and Information Operations in Turkey. Implications for the United States // www.rand.org/pubs/perspectives/PE278.html.
16. Nevins J. 'The story goes so far back': new film attempts to untangle Russiagate // www.theguardian.com/film/2018/aug/31/active-measures-film-documentary-russia-trump.
17. Roston T. Is this the documentary that can take down Trump? // www.vanityfair.com/hollywood/2018/05/donald-trump-russia-documentary-active-measures-jack-bryan.
18. Schimpfössl E. a.o. Coercion or Conformism? Censorship and self-censorship among Russian media personalities and reporters in the 2010s // schimpfossil.com/academic-publications/academic-articles/coercion-or-conformism-censorship-and-self-censorship-among-russian-media-personalities-and-reporters-in-the-2010s/.
19. Schimpfössl E. a.o. Introducing Russia's Media Aristocracy // schimpfossil.com/academic-publications/academic-articles/introducing-russias-media-aristocracy/#more-311.
20. Schimpfössl E. a.o. From Soviet to Russian Media Managers // schimpfossil.com/academic-publications/academic-articles/nomenklatura-principles-revived-from-soviet-to-russian-media-managers/.
21. Schimpfössl E. a.o. Media Elites in Post-Soviet Russia and their Strategies for Success // schimpfossil.com/academic-publications/academic-articles/media-elites-in-post-soviet-russia-and-their-strategies-for-success/.
22. Литой А. Армия гранта. Как кремлевские пропагандисты кормились у Госдепа // theins.ru/politika/10930.
23. Blowing The Whistle On Sputnik. A former reporter shines a light on how Kremlin propaganda works // medium.com/dfrlab/blowing-the-whistle-on-sputnik-493e0bc26e99.
24. Лица кремлевской пропаганды // aru.tv/syuzhet/lica-kremlyovskoy-propagandy.
25. Архангельский А. Кружковое безумие. Коллективный портрет пропагандиста // carnegie.ru/commentary/63423.
26. Архангельский А. Лучший ответ на пропаганду - это правда. Интервью // www.korydor.in.ua/ua/ideas/arhangelsky-propaganda.html.
27. Nickerson R. S. Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises // *Review of General Psychology*. - 1998. - Vol. 2. - N 2.

ФЕЙКИ КАК НОВОСТИ БЕЗ РЕАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Парадоксальным образом фейк является самым правдивым сообщением, поскольку ему верят многие. Фейки приходят одновременно и параллельно с популизмом, поразившим многие страны.

Ведь и выборы Дональда Трампа являются объединением этих двух тенденций: засилье популизма и перхлест фейков.

Фейки и мемы имеют то же вирусное распространение, что и анекдоты и слухи раньше. С одной стороны, это отражения падения уровня доверия к традиционным СМИ прошлого. Самые сильные из них продолжают оставаться на плаву для своих читателей, но их статус уже не тот.

Фейки и мемы не только передают ту информацию, которую хочет услышать потребитель, они как бы сами создают такую информацию. И это демонстрируют даже просто новости, когда к их созданию и распространению подключены «неновостные» цели. Например, Россия сообщает в заметке «На Украине активизировались венгроненавистники» о поджоге «Общества венгерской культуры Закарпатья» в городе Ужгород [1]. Сам этот факт на фоне непростых сегодняшних отношений Венгрии и Украины может только ухудшить их.

Однако потом в Польше происходит задержание виновных, которые оказались гражданами Польши, членами пророссийской праворадикальной организации Фаланга, участвовавшими в боевых действиях на Донбассе на стороне боевиков так называемых «ЛНР» и «ДНР» [2]. Однотипно готовился поджог двух румынских школ на Буковине [3].

Точки поджогов реальных и ожидаемых полностью соответствуют модели расшатывания, которая применялась со стороны ольгинских троллей в США, когда «стравливались» социальные группы с противоположными интересами: за и против иммиграции, за и против ислама. Их даже удавалось выводить на улицы американских городов друг против друга, руководя всем из Санкт-Петербурга. В результате должна возникнуть новость, которая имеет четкую цель введения страны в хаотический период.

Тем самым и реальные, и фейковые новости, выступая в роли информационного оружия, теряют свой фейковый характер. Другая такая же история, которая готовилась как новость, должна была описывать событие в Мариуполе — проведение совместно с Донецком антивоенного митинга, для чего была заказана печать пятнадцати тысяч антивоенных листовок, зовущих граждан Мариуполя на митинг [4].

Все это примеры создания фейковых событий, которые потом начнут освещаться, создавая вал сообщений уже в традиционных медиа. При этом возникает возможность ссылаться на якобы оригинальное событие, хотя в этом случае событие, если бы оно даже и было, не предшествует новости, как в норме, а специально создается под конкретную новость. То есть эта иная структура перехода от физического к информационному пространству:

норма	конструирование события под будущее тиражирование
событие в физическом пространстве — новость в информационном пространстве	событие конструируется заранее в виртуальном пространстве — событие создается по заданным лекалам в физическом пространстве — новость тиражируется в информационном пространстве

Перед нами эксплуатация внимания как ресурса, который стал самым дефицитным, когда информация перестала быть дефицитом. Порождаемая, в том числе с помощью соцмедиа, информация сделала невозможной ситуацию, когда все знали все, как это было в прошлом. Сегодня мы знаем только ту информацию, которая имеет личный интерес для нас, и ту, которую сознательно создают под массовые интересы.

Есть еще одна важная характеристика фейков. Они для тех, кого обошли религия, идеология, СМИ, то есть все централизованные способы порождения и доставки информации. Ведь фейк — это информация от знакомого и друга, это то единственное, чему еще можно доверять. Тем более что New York Times не позовет тебя на протестный митинг, а фейк из-за своей децентрализации сделает это.

Правда, среди российских интервенций между 2015 и 2017 гг. была и попытка повлиять на внутренние американские энергетические и климатические вопросы [5-6]. Всего было размещено девять тысяч постов и твитов с 4334 Facebook, Twitter и Instagram аккаунтов. Twitter, например, подсчитал, что 4% твитов были посвящены этой теме. То есть, с точки зрения США, это прямое влияние на внутреннюю энергетическую политику. Понятно, что подобная тематика весьма интересна для России, ради чего можно было пойти на такую экспериментальную попытку влияния сквозь соцсети.

Официальное мнение Комитета по науке, космосу и технологиям Палаты представителей США таково: «У России существенный интерес к разрушению американских энергетических рынков и влиянию на внутреннюю энергетическую политику. Американская энергия процветает. Появление Америки как глобального энергетического экспортера представляет собой существенную угрозу российским энергетическим интересам. Такое соревнование сокращает доходы и уменьшает влияние, создаваемые российским энергетическим экспортом. Это отрицательно сказывается на возможностях Кремля по использованию зависимости Восточной Европы от его энергии и способности по продвижению своих геополитических интересов. Быстрый рост американской энергетики на мировом рынке усиливает стремление Кремля устранить или смягчить американскую энергетическую угрозу и сделать это путем влияния на пользователей социальных сетей, американских избирателей и государственных чиновников».

Внимание к фейкам возрождает и интерес к прошлым работам по слухам. У слухов выделялись две основные характеристики [7-8]. С одной стороны, у них не было конкретных стандартов доказательности, поэтому стирается грань между информацией и обманом. С другой, слухи — не просто пограничные представления,

они получают свою силу с помощью широкого распространения и повторения. Как видим, вторая характеристика вообще удивительно характеризует и фейки.

Фейки это также элемент нашего внимания, ведь тиражироваться будет только то, что интересно аудитории, что соответствует уязвимости индивидуального и массового сознания.

И тут возникает прямой переход к построенному человечеством варианту гламурного капитализма, который можно определить, как массовое выделение и акцентирование из всего многообразия форм жизни человечества только одной — привлекающей наибольшее внимание. Общая модель понятна: человек в смокинге с бабочкой всегда будет интереснее человека с лопатой, если это, конечно, не Индиана Джонс.

Магнит внимания притягивает к себе. На одном полюсе это будут звезды кино, а на другом — фейки. И те, и другие имеют две общие черты: а) принадлежат виртуальному пространству, поскольку принципиально оторваны от пространства физического; б) точно соответствуют уязвимости индивидуального и массового сознания. Конечно, новость, что Анджелина Джоли родила двойню, будет отражать физическую реальность, но это не характерная черта этой физической реальности, а именно та, которая привлечет внимание. В этом плане фейк и гламур начинают работать на общем поле, выстроенном вокруг внимания массовой аудитории.

Поскольку фейки и гламур соответствуют точкам уязвимости массового сознания, они могут тиражироваться и сами. Но профессионалам мало такого простого распространения, и тут возникает еще одна объединяющая их черта — они индустриально создаются и индустриально распространяются. И это не случайный процесс. На актера работают имиджмейкеры, продвигающие его образ в массы, поскольку финансовый успех фильма в сильной степени задается уровнем любви зрителей к актерам. На фейки работают специфического типа политтехнологи, которые могут вывести людей на улицу в протесте, раскачивая ситуацию в стране.

В процессе подготовки ольгинских троллей заставляли смотреть в оригинале «Карточный домик» [9-10], гоняли по английскому языку. Хотя именно по языку есть много замечаний [11-13].

Жажущим разоблачений предложено несколько правил, помогающих определять фальшивые аккаунты [14]:

- отсутствие фотографии в профиле;
- случайный набор цифр в имени, в этом плане это хорошо @SteveKing1488, а это плохо — @Deplorable89930;
- новые аккаунты — это плохо, они характеризуются малым числом последователей, низким соотношением оригинальных твитов к ретвитам, высоким уровнем присоединения к кому-то по отношению к своим фолловерам;
- наличие языковых ошибок, хотя биография описывает пользователя как американского патриота из Техаса или Алабамы, но носители языка не забывают артикли, редко делают ошибки во временах и предлогах;
- в постах будут повторяться те же мемы, которые есть повсюду, поскольку распространяются индустриально;
- если пользователь использует незнакомый вам язык, лучше от него отвернуться.

К такого рода информационным вторжениям надо быть готовым всем. Итальянцев газета La Stampa предупреждает смотреть за активностью в Twitter [15]. Например, один из таких подозрительных аккаунтов давал в среднем 13 твитов в день в 2015, более 105 — в 2016, а в 2017 дошел до 125 ежедневных твитов. Чаще всего упоминается Россия и Путин. Есть также большой объем пересечений с RT и Sputnik.

Американцы в свою очередь обсуждают возможность информационного вторжения на своих будущих промежуточных выборах [16-20].

Исследователи видят четыре возможности ограничения подобного поведения [21]:

- закон (санкции со стороны государства);
- рынок (ценовые механизмы);
- архитектура (системы кодирования);
- нормы (стандарты сообщества).

Они определяют троллинг следующим образом: «Троллинг представляет собой новости или информацию с предубеждением или фейковым контентом, мотивирован на создание личного высмеивания и направлен автором на обман читателя».

По поводу норм можно привести пример из французских выборов из сопоставления их с американскими в New York Times [22]. Там треть постов в Twitter имели хештеги, подобные американским правым, но только немногие стали вирусными во Франции [23].

При этом известно, что в случае немецких парламентских выборов фирма, работавшая до этого на Трампа, принесла победу немецким правым. Это фирма Хэррис-Медиа, повторившая в Германии американскую стратегию [24-25].

Фейки прочно вошли в наш обиход. На глазах они перестали быть исключением, превратившись в правило. И особенно это касается кризисных ситуаций, когда, с одной стороны, люди нуждаются в информации, а с другой — катастрофически не хватает времени на опровержение.

Литература

1. На Украине активизировались венгроненавистники // lenta.ru/news/2018/02/27/vengrofilily/.
2. В Польше арестовали подозреваемых в поджоге КМКС в Ужгороде // news.liga.net/news/incident/14905789-v_polshe_arestovali_podozrevaemykh_v_podzhoge_kmks_v_uzhgorode.htm.
3. СБУ фіксує активізацію спецслужб РФ для дестабілізації ситуації в країні (відео) // ssu.gov.ua/ua/news/1/category/2/view/4430#.jFcMil0o.dpbs.
4. У Маріуполі СБУ попередила фейкові акції російських спецслужб напередодні Дня Небесної Сотні // ssu.gov.ua/ua/news/1/category/2/view/4432#.F3AEKKQ3.dpbs.
5. Russian Attempts to Influence U.S. Domestic Energy Markets by Exploiting Social Media // science.house.gov/sites/republicans.science.house.gov/files/documents/SST%20Staff%20Report%20-%20Russian%20Attempts%20to%20Influence%20U.S.%20Domestic%20Energy%20Markets%20by%20Exploiting%20Social%20Media%2003.01.18.pdf.
6. Timberg C. These provocative images show Russian trolls sought to inflame debate over climate change, fracking and Dakota pipeline // www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2018/03/01/congress-russians-trolls-sought-to-inflame-u-s-debate-on-climate-change-fracking-and-dakota-pipeline/?utm_term=.037de90429fc.

7. Berinsky A.J. Rumors, truths, and reality: a study of political misinformation // web.mit.edu/berinsky/www/files/rumor.pdf.
8. Dizikes P. Rumors have it // news.mit.edu/2015/correcting-political-rumors-0505.
9. House of Cards, Or The Tough Workdays Of Russian Trolls // euvsdisinfo.eu/house-of-cards-or-the-tough-workdays-of-russian-trolls/.
10. Crowe J. Report: Russian Trolls Watched ‘House of Cards’ to Create Divisive Messages // www.newsmax.com/newsfront/russian-trolls-house-of-cards-create-divisive/2017/10/16/id/820014/.
11. Researchers: Russian government provided English training to online Russian trolls // demu.gr/10029647131.
12. Dewin C. Hunting for paid Russian trolls in the Washington Post comments section // www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/06/04/hunting-for-paid-russian-trolls-in-the-washington-post-comments-section/?utm_term=.c1229b607f7e.
13. Bolman C. What Happened When I Called Out 300 Russian Propaganda Trolls on Twitter // chrisbolman.com/exposed-russian-propaganda-troll-bots-twitter/.
14. Halferty L. Social Media 101: How To Spot Russian Trolls and Bots on Twitter // progressivefrontier.com/science-and-skepticism/social-media-101-how-to-spot-russian-trolls-and-bots-on-twitter/.
15. Mastrolilli P. How Russian Twitter accounts are trying to influence the Italian vote // www.lastampa.it/2018/02/17/esteri/lastampa-in-english/how-russian-twitter-accounts-are-trying-to-influence-the-italian-vote-3lK1heJxAe71xmjXPsvrXO/pagina.html.
16. Ward A. Trump has done nothing to stop Russia from meddling in the 2018 midterms // www.vox.com/2018/3/1/17062036/trump-russia-midterm-election-2018.
17. Rosenberg M. a.o. Russia sees midterm elections as chance to sow fresh discord, intelligence chiefs warn // www.nytimes.com/2018/02/13/us/politics/russia-sees-midterm-elections-as-chance-to-sow-fresh-discord-intelligence-chiefs-warn.html.
18. Tau B. a.o. Midterm Elections Remain Vulnerable to Russian Meddling, U.S. Spy Chief Says // www.wsj.com/articles/midterm-elections-remain-vulnerable-to-russian-meddling-u-s-spy-chief-says-1518539348.
19. Newman K. Intel Report: Russia Will Meddle in 2018 Elections <https://www.usnews.com/news/national-news/articles/2018-02-13/intel-report-russia-set-to-meddle-in-2018-congressional-elections>.
20. Hennigan W.J. Russia Is Already Trying to Undermine the 2018 Elections, Top Spies Say // time.com/5155810/russian-meddling-2018-elections/.
21. Verstraete M. Identifying and Countering Fake News <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=0381000291230100010820730820141260850630740480440300880760230070230910801260671231190021230330630230550350750970280960990831250490870780930020094101097097120028029062086105071122083105081090087016005031069001072004095127127090107125124100103064017&EX-T=pdf>.
22. Scott M. In French electionbs, alt-right meddages and memes don’t translate // www.nytimes.com/2017/05/04/technology/french-elections-alt-right-fake-news-le-pen-macron.html.
23. Nimmo B. «Macron Antoinette»: Alt-Right Targets France. How nationalist internet users are going international // medium.com/dfrlab/macron-antoinette-alt-right-targets-france-f5e5dcee5cfe.
24. Schultheis E. Germany’s Right-Wing Populists Are Importing U.S.-Style Campaign Tactics // www.theatlantic.com/international/archive/2017/09/afd-harris-merkel-germany-elections/541506/.
25. Petzinger J. Germany’s far-right party hired an ad agency that worked on the Trump campaign // qz.com/1067764/germanys-far-right-afd-party-hires-harris-media-an-ad-agency-that-worked-for-the-trump-campaign/.

Глава четвертая

4

ПРОГРАММИРОВАНИЕ РАЗУМА, или ОТКУДА ПОЯВИЛСЯ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Государства постоянно находятся во взаимодействии с государствами и негосударственными акторами. Их действия все время становятся новыми, например, они могут перекладывать даже ведение войны на частные военные компании, private фирмы могут производить продукцию ВПК, кино может отражать требования военных о том, как должен выглядеть и вести себя современный солдат или генерал. Военное и невоенное сегодня теряет свои четкие разграничения, поскольку эффективность и экономия самым активным образом диктуют свои условия.

В этом контексте и возникает такой тип войны, как информационная. Она дешевле кинетической, не чревата потерями среди своего личного состава, на что сегодня серьезно реагирует население, от поддержки которого зависит проведение войны.

Прообразом информационных войн внешних мы хотели бы признать информационные войны внутренние, ярким примером которых являются президентские выборы, если забыть о пропаганде. В них присутствуют те же высокие ставки, то же снятие на время многих этических стандартов, что даже позволяет исследовать разного рода «грязные» трюки соперников [1, 2-4].

Еще одним прародителем внешних информационных интервенций следует признать внутренние информационные интервенции, которые совершает государство, например, в лице президентского аппарата, ответственного за коммуникации. Достаточно просто привести некоторые довольно четкие примеры правил этого рода, которые опираются на реальный, а не мифический опыт. Так, президентский офис коммуникаций работает в США с 1969 г. [5]. В рамках него было принято решение разграничивать **стратегический и тактический уровень**. На первом решается вопрос, что и как сказать, на втором — где и когда. Далее создаются не только тексты, но и контексты. Например, бюро статистики регулярно давало уровень безработицы. Его заставили давать эти данные одновременно с числом работающих, которое было высоким из-за растущего рынка.

Предугадывается и возможная отрицательная реакция, например, Г. Киссинджер, даже будучи советником президента, не имел права появляться на экране из-за своего немецкого акцента.

Из-за того, что можно обозначить чрезвычайными информационными ситуациями, возникает инструментарий **спина**. К нему прибегают, когда освещение события пошло не так, как нужно. В спине выделяются следующие варианты:

- коррекция освещения;
- подготовка к будущему событию;

- освещение настоящего события;
- удержание внимания на прошедшем событии;
- переключение внимания на другое событие.

Вот одно из мнений о работе спин-доктора: «Вы должны рассказать ту историю, которую хотели. Но вы сначала должны иметь полностью реализованную идею того, кто вы, что вы, и как вы собираетесь донести свою историю» [6]. В Британии, где специалист этой профессии присутствует в каждом министерстве, лучшими спин-докторами за сорок лет признаны Б. Ингхэм у М. Тэтчер и А. Кемпбелл у Т. Блэра [7]. А. Кемпбелл выпустил уже несколько томов воспоминаний, что вновь подтверждает устоявшийся характер этой профессии [8].

А. Кемпбелл говорит о журналистике: «Угроза журналистике приходит не от политиков, а изнутри. От высокомерных и перегруженных лидеров индустрии, любящих повторять «проснись и понюхай кофе», но сами никогда его не нюхают. Они не могут понять, что падающие продажи происходят не из-за технологий, а из-за пропажи доверия, возрастающего знания об их методах и злоупотребления властью» [9].

Естественно, что с этим мнением можно спорить, поскольку технологии тоже влияют, причем не только на само производство и распространение новостей, но и на мозги читателей, когда каждое новое поколение приносит в новостной рынок свои требования. В результате этого книга и печатные СМИ все более удаляются из центра внимания. Они есть, но часто еще и потому, что у них у всех есть электронные версии.

Отвечая на вопрос, о чем он больше всего сожалеет, вспоминая о временах во власти, Кемпбелл говорит: «Мне жаль, хотя я не знаю, что я мог сделать по-другому, чтобы этого избежать, что на моих глазах медиа культура стала такой, какой она стала — политическую коммуникацию победил спин. Не знаю, как мы могли достигать наших целей по установлению повестки дня, контроля, предоставления информации о том, что мы делаем, в противоположность тому, чтобы это все время задавали наши враги, что происходило с лейбористами исторически, не делая того, что потом определялось очень, очень негативно. А кроме этого, что не посмотрел больше футбольных матчей» [10].

Историю термина спин прослеживают с пятидесятых, когда он приобрел значение «обманывать» [11]. Потом как существительное он стал означать «кручение» или «интерпретация», поэтому, когда мы вкладываем свой спин в историю, она начинает угождать нашим интересам.

А. Кемпбелла журнал *The Economist* называет Наполеоном спина [12], британские медиа еще называли его Гитлером и Распутиным [13]. Кемпбелл выводит спин со времен Древнего Рима [14, 15-16].

В одной из своих лекций Кемпбелл сформулировал такие особенности политики двадцать первого столетия [17]:

- упало публичное доверие к политике;

- публичная апатия, гнев и разочарование создали анти-политический климат;
- новые формы информационно-коммуникативных технологий (интернет, Twitter, блоги);
- смена моделей собственности, распространения, редакционной политики медиа;
- новые требования к политической повестке дня, идущие от развития науки — клеточные технологии, человеческая эмбриология, клонирование и др., которые требуют новых решений и регулирования;
- топография политики, институциональный ландшафт, с помощью которых функционирует политика, стали сложными и взаимозависимыми;
- поведение политиков теперь открыто для медиа;
- публичные ожидания от политиков увеличились.

Все это отражение общих изменений, в которые вступило человечество. Поэтому наиболее интересны новации типа упреждающего управления Л. Фуэрта, где предлагается вариант работы с будущими проблемами.

Достаточно широкое понимание президентских коммуникаций предлагает М. Кумар. Она выделяет четыре основные функции, которые выполняют то, что она обозначила термином коммуникационные операции [18]:

- поддержка президента и его политики;
- объяснение действий и решений президента;
- защита президента от его критиков;
- координация публичности президента.

Одно из важных замечаний таково: сотрудники должны выходить на аудиторию раньше критиков. Это нужно делать так, чтобы задать первыми интерпретацию происходящего, до того как она будет сформирована у населения. Такой подход получил подтверждение и у нейропсихологов, считающих, что на изменение уже введенной интерпретации приходится тратить больше усилий, чем на введение ее первыми.

Франк Лунц в фокус-группах проверял все президентские послания, а также заменял некоторые ключевые слова для любых выступлений всей президентской вертикали [19]. Самой известной из таких замен стало употребление вместо «налога на наследство» слов «налог на смерть», что привело к провалу этого голосования в конгрессе.

Подобного рода точность требований дает эффективный результат. Он нужен из-за дышащих в спину конкурентов в виде оппозиции. Кстати, одним из важных направлений является OR — Opposition Research. В числе прочего там сконцентрированы все цитаты оппонентов по всем вопросам и за все время, что позволяет «бить» их же словами.

В качестве примера можно привести результативность выступлений президентов о положении в стране, отражающих то, как изменяется уровень одобрения/неодобрения населением после выступления [20]:

Президент	Время	Изменения
Эйзенхауэр	10 января 1957	- 6
Эйзенхауэр	7 января 1960	- 13
Кеннеди	14 января 1963	- 6
Джонсон	7 января 1968	- 8
Никсон	22 января 1971	- 7
Рейган	27 января 1986	- 6
Буш	9 февраля 1989	+ 6
Буш	31 января 1990	- 7
Клинтон	17 февраля 1993	+ 8
Клинтон	23 января 1996	+ 7
Буш	20 января 2004	- 10

В целом из 51 такого выступления только 11 повысили уровень одобрения на 6 и более процентов. Одновременно был и случай, когда советники выгнали одного из президентов с отдыха на Гавайях, поскольку у него очень низко упал уровень доверия. И это выступление все поменяло.

Работа пресс-секретарей, включая военных, и спичрайтеров также является одним из источников «вдохновения» для поиска контента и инструментария в сфере информационных операций (военные предпочитают именно такой термин вместо информационных войн, поскольку операциями можно заниматься и в мирное время, а вот войнами только в военное).

Кстати, все это функционирование государственных потоков, на которое также работает опыт бизнеса в сфере рекламы и паблик рилейшнз. Бизнес в числе первых освоил два новых инструментария: микротаргетинг и рассказывание (нарратив) [21].

Информационные войны, не получив пока даже общей терминологии, и вся эта сфера, в зависимости от ведомств имеющая до десяти разных названий, дошли и до уровня учебников. Именно так можно рассматривать трехтомник по информационным операциям [23-25].

Статус информации в будущем обществе по прогнозам только усилится. Ю Харари замечает: «Как именно будут выглядеть будущие хозяева планеты? Это будут решать те, кто владеет информацией. В руках тех, кто будет ее контролировать, будет контроль за жизнью на планете. Информация – самый важный актив в мире. Не земля, как в древности, не промышленное оборудование, как в последние пару веков. Что же произойдет, если слишком большое количество информации будет сконцентрировано в руках маленькой кучки избранных? Человечество разделится. Но не на классы, а на различные виды. Информация так важна, потому что мы достигли точки, когда можем «взламывать» не только компьютеры, но и человеческий организм. Для этого нужны две вещи: большая вычислительная мощность и огромный объем данных, в частности биометрических. До сегодняшнего дня ни у кого не было

этих ингредиентов для «взлома» человечества. Даже КГБ или испанская инквизиция, имеющие возможность наблюдать за людьми круглосуточно, не могли этого» [26].

Поведение человека программируется в трех возможных пространствах: физическом, информационном и виртуальном. В каждом из них есть жесткие и мягкие методы. Ведь методом даже физического пространства может быть не только полицейская дубинка, но и соответствующее планирование улиц для снижения преступности, наличие туалетов или мусорных урн, пешеходных переходов. Все это облегчает правильное поведение.

Расширение информационных возможностей привело к тому, что информационный инструментарий перестал быть просто помогающим в современной войне, став основным. Этот переход со вторичных на первичную роль виден и во всех других областях, от бизнеса до политики. Вчерашние возможности информационного инструментария не идут ни в какое сравнение с сегодняшними, а завтра они окажутся еще сильнее.

Литература

1. Mark D. Going dirty. The art of negative campaigning. - Lanham etc., 2006.
2. McGinnis J. The selling of the president. - New York, 1988.
3. Jamieson K.H. Packaging the presidency. A history and criticism of presidential campaign advertising. - New York etc., 1996.
4. Issenberg S. The victory lab. The secret science of winning campaigns. - New York, 2012.
5. Maltese J.A. Spin control. The White House Office of Communications and the management of presidential news. - Chapel Hill - London, 1992.
6. Barton E. How to become a spin doctor // www.bbc.com/capital/story/20151106-how-to-become-a-spin-doctor.
7. Moore C. Theresa May needs a spin doctor – a genius like Alastair Campbell // www.telegraph.co.uk/news/2017/05/28/theresa-may-needs-spin-doctor-genius-likealastair-campbell/.
8. Campbell A. The Blair years. - New York, 2007.
9. Campbell A. Journalism and democracy: grounds for optimism in the face of the future? // www.theguardian.com/media/media-blog/2013/nov/14/alastair-campbell-journalism-lecture.
10. Alastair Campbell, the original spin-doctor // www.chathamhouse.org/publications/twt/alastair-campbell-archetypal-spin-doctor.
11. Safire W. On language; calling Dr. Spin // www.nytimes.com/1986/08/31/magazine/on-language-calling-dr-spin.html?Src=longreads.
12. Alastair Campbell, Napoleon of spin // www.economist.com/node/4850.
13. Hlongwane S. Spin Jedi Master Alastair Campbell and his Padawan, Jimmy Manyi // www.dailymaverick.co.za/article/2011-03-30-spin-jedi-master-alastair-campbell-and-his-padawan-jimmy-manyi/#.WmiYG-GiWZEY.
14. Alastair Campbell: Spin's been with us since the Romans // edition.cnn.com/videos/world/2015/02/27/intv-amanpour-alastair-campbell.cnn.
15. Marr A. How Blair put the media in a spin // news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6638231.stm.
16. Asinder N. The life and times of Alastair Campbell // news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/2977978.stm.
17. Campbell A. In defence of politics – a lecture worth reading, from a rather lonely voice // www.alastair-campbell.org/blog/2011/06/17/in-defence-of-politics-a-lecture-worth-reading-by-a-rather-lonely-voice/.

18. Kumar M.J. Managing the President's message. The White House communication operations. - Baltimore, 2007.
19. Luntz F. Words that work. It's not what you say, it's what people hear. - New York, 2007.
20. Tenpas K.D. The State of the Union Address: Process, Politics, Promotion // The President's Words. Speeches and speechwriting in the modern White House. Ed. by M. Nelson a.o. - Lawrence, 2010.
21. Moorcraft P.L., Taylor P.M. Shooting the messenger. The political impact of war reporting. - Washington, 2008.
22. Sachs J. Winning the story wars. - Boston, 2012.
23. Information operations. Warfare and the hard reality of soft power. Ed. by L. Armistead. - Washington, 2004.
24. Information warfare. Separating hype from reality. Ed. by L. Armistead. - Washington, 2007.
25. Armistead L. Information operations matters. Best practices. - Washington, 2010.
26. Харари Ю. Большинство людей вообще не осознают, что происходит и что на кону // republic.ru/posts/89144?code=a3d06dd03da816c2a4eff48805fda566.

НОВЫЕ ТИПЫ «МИРНОГО» ВОЗДЕЙСТВИЯ, ВЫСТРОЕННЫЕ НА БАЗЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Советское массовое сознание в свое время подверглось такому удару во времена перестройки. Вероятно, нам всем придется еще изучать, как и какими средствами эта трансформация происходила. По крайней мере, остаточное советское сознание еще присутствует, и только окончательная смена поколений сможет его убрать.

Если для информационной войны характерной является атака информации на информацию, то теперь целью становится атака на мыслительные структуры человека, их трансформация, что особенно явно видно в случае, например, интервенций во время выборов, методов подталкивания (nudge), психотерапии, например, когнитивной.

Человек очень сильно зависит от другого человека не только из-за потребности в получении информации, но и из-за необходимости получать интерпретацию происходящего, то есть интерпретацию тех же информационных потоков.

Сегодня мир резко усложнился, и мы получаем намного больше информации, чем раньше. Мы и забываем гораздо больше, чем раньше, поскольку хранить в памяти такие объемы невозможно. Тут действует принцип: чем больше получаешь, тем больше забываешь.

Однако население не получает должного объема интерпретаций, который должен быть при таком вале информации. Нельзя сказать, что на экране не хватает «телеполитологов», их даже много, поскольку для информационных каналов они оказались самым «дешевым» способом заполнения эфиров. Их было бы, возможно, и достаточно, если бы в физическом пространстве Украины не было нестабильности и непредсказуемости. Такая нестабильность не может быть понята массовым сознанием.

Если сравнить данную ситуацию с советским временем, то даже стабильность физического пространства того времени все равно имела своих интерпретаторов, которых все знали поименно. То есть в норме работает известная двухступенчатая модель коммуникации, когда СМИ дают информацию, а лидеры мнений ее интерпретируют.

Кстати, эта же ошибка, по сути, повторилась в современных социальных платформах, когда, условно говоря, голос получили все. И это привело к такому же варианту разнообразных искажений, например, в Facebook, а также изменению статуса фейковой новости с позиции исключения из правил на вполне стандартное существование. В результате чего фейк стал одним из обычных информационных продуктов сегодняшнего дня, а Facebook признается инструментом вмешательства в выборы [1] (в качестве нового объекта для вмешательства называют выборы в Мексике [2-3]). Интересно, что с 1991 года насчитали уже 27 таких российских интервенций, которые разделили на два периода: с 1991-го по 2014-й — на постсоветские республики, а с 2014-го и по настоящее время — на западные демократии [4]. Цукерберг ставит себе задачу все изменить в 2018 году [5-6]. В ответ также появляются новые способы борьбы с фейками: как на уровне исследований, так и просто школьного обучения [7-8].

Одновременно политики и журналисты обратили внимание на роль фирмы Cambridge Analytica и big data в выборах Трампа. Большие данные предоставляли возможность штабу Трампа даже планировать в реальном времени его выступления. Если статья об иммиграции в Пенсильвании или Висконсине давала скачок кликов, Трамп отправлялся туда, чтобы выступить на эту тему [9]. При этом особенности подхода были сформулированы таким образом: «Cambridge стремится идти дальше типичного таргетинга избирателя, создавая картинку его ментального состояния» [10]. «Раскачивание» ситуации в сторону хаоса как раз и стало не просто картинкой, а настоящим формированием ментального состояния избирателя.

Реально мы видим все новые и новые виды интерпретаций больших данных, которые могут помочь в достижении прикладных целей. Большие объемы данных могут оказаться у всех, но надо найти новые методы работы с ними. Сегодня все ищут новые алгоритмы работы с большими данными: от политтехнологов до Netflix.

Все это относится к работе со структурами более высокого уровня — стратегическими, а не тактическими. Стратегический выбор предопределяет тактические реализации. Их может быть много, но все они должны соответствовать стратегическим требованиям. Стратегический нарратив будет проявляться по-разному в новостях, в романе и сериале, но все они все равно будут реализациями того или иного стратегического нарратива.

Владимир Рубанов, например, акцентирует то, что можно обозначить как интерпретирующий аспект информационной войны. Он пишет: «Изменение парадигмы информационной войны в направлении «войны знаний» связано с интеллектуализацией информационных процессов и изменением ценностей тех или иных потенциалов ИКТ. При такой войне стратегическое преимущество зависит не только и не столько от объемов и скоростей передачи информации, сколько от возможностей извлечения из них знаний и от взаимно дополняющего ума тех, кто

их интерпретирует. Происходит формирование своего рода коллективного разума. В 2010 году в научный оборот введен новый термин — «эпистемологическая война». Возникает вопрос: когда мы везде и всюду педалируем тему «информационной войны» — не готовимся ли мы к прошлой войне?» [11].

Тут следует добавить, что Рубанов ошибся в отношении сроков, поскольку американцы заговорили о войне знаний сразу же в середине девяностых, когда создавалась парадигма информационных войн. Они тогда уже видели перед собой треугольник, где на вершине была мудрость, за ней — знания, а потом информация и факт. При этом Рубанов цитирует интересную фразу Зиновьева: «Америку нам не пересилить. Нам остается только одно — ее переумнить».

Об эпистемологической войне в контексте 2010 года шла речь в работе «Информационные войны — тенденции и пути развития» [12]. Тогда это были работы ряда американских полковников из Авиационного университета. Но точно так видел войну и Джон Аркилла [13]. Если «полковники» задали первый этап развития теории информационных войн, то Аркилла со своим коллегой Ронфельдтом практически уже сами создали весь второй этап этого развития.

Сам автор термина «эпистемологическая война» Нильсен подчеркивает следующее: «Если относиться к идее информационной войны серьезно, мы должны понимать, что это в конечном счете эпистемологическая работа, и если мы не можем понять войну знаний на базе знаний, мы не поймем ее вовсе. Мы можем пользоваться поверхностным пониманием знания для того, чтобы понять, что значит идти войной против ресурсов знаний противника, но без знания того, что представляют собой знания, и как противник использует это, чтобы «заставить других подчиниться нашей воле», как это писал Клаузевиц, у нас будет только видимость войны знаний, а не реальная война знаний» [14].

В российских условиях в те же девяностые о подобного типа войне говорил Юрий Громько [15-19]. Правда, он говорил о таких целях, как самоидентификация, разрушение архетипа, атака на сознание, называя этот подход «консциентальной войной», то есть войной, направленной на сознание.

Однако Громько занимает защитную позицию, когда главным врагом являются, например, Чубайс и США. Он пишет: «Psy-war группы Америки давно занимаются методиками трансформации и слома идентичностей разных этнических групп и разных вероисповеданий. Сломай идентичность — и захватывать территории не надо: люди сами присягнут супостату». Эта идея во многом остается чисто теоретической, живущей лишь в среде ученых-гуманитариев [21-26].

Советское массовое сознание в свое время подверглось такому удару во времена перестройки. Вероятно, нам всем придется еще изучать, как и какими средствами эта трансформация происходила. По крайней мере, остаточное советское сознание еще присутствует, и только окончательная смена поколений сможет его убрать.

Можно выделить и такой тип войн, как **войны без противника**. Они скорее направлены на все человечество сразу, а не какую-то конкретную страну или цивилизацию. Это не конспирология, а такой тип развития цивилизации, куда ее привели последние технические изменения.

Можно увидеть такое развитие в уничтожении старых артефактов и создании новых. На наших глазах уничтожается вербально-печатная цивилизация с заменой ее на визуально-экранную, что происходит с серьезными интеллектуальными потерями среди населения. Или Комлева, например, говорит об археологической войне, когда во время военных действий уничтожаются музеи и памятники культуры [23].

Странным образом и отмеченная археологическая война, и информационные вторжения в избирательные процессы в США или Германии строились на психологическом ощущении увеличения уровня хаоса в стране и соответствующем страхе со стороны массового сознания. Как результат избиратели выбирают Трампа или правых в Германии как «спасителей» от наступающего хаоса.

Сергей Переслегин отмечает определенную неадекватность в российском противопоставлении себя Западу, когда он пишет: «Россия в настоящее время находится в очень странном положении: мы, как страна (и наши элиты, и большая часть населения), воспринимаем себя как противники Запада. Но встает вопрос: на каком основании? У Советского Союза это основание было: другая модель мира и другая модель будущего. У старой Российской империи это основание тоже было — в серьезном конфликте православия и католичества. А на каком основании мы сейчас говорим, что противостояим Западу? Мы же, по сути, официально все время заявляем, что исповедуем ту же самую общественно-политическую модель, что и западная цивилизация» [27].

Однако сегодня на постсоветском пространстве уходит и знание российских медийных фигур, сохраняющееся только у старшего поколения, что говорит и об уходе эффективности пропаганды, «привязанной» к этим фигурам. Вот данные социологических опросов русскоязычных казахстанцев: «76% респондентов на вопрос: «Знаете ли Вы, кто такие Владимир Соловьев, Владимир Познер, Дмитрий Киселев, Маргарита Симоньян?» ответили, что знают их или слышали о них (о ком-то из них). Лишь 24% ответивших сказали, что никогда не слышали эти имена. В некоторой степени это логично: эти фигуры на ведущих федеральных каналах выражают целостную позицию по ряду вопросов вокруг России, а Маргарита Симоньян была на слуху в связи со скандалом, связанным с телеканалом Russia Today в Соединенных Штатах Америки, что во многом могло повлиять, на факт знания её фамилии. В разрезе возрастных групп видна тенденция, согласно которой молодое поколение в большинстве не знакомо с указанными персонами, а старшее поколение – наоборот, оказалось знакомым с данными фигурами» [28].

Сегодняшние процессы коммуникации настолько ускорились, что человек уже не в состоянии самостоятельно ни проверять получаемую информацию на достоверность, ни интерпретировать ее. Он все берет готовым — и факт, и его интерпретацию. Отсюда же вытекает и достаточно массовый отказ от телевидения и телевизоров среди молодого поколения. Телевидение в эпоху интернета уже не может просто выдавать на-гора факты, оно должно давать интерпретации, однако оно оказалось неспособным активно выступать в этой функции, тем самым оставив потребителя на раздорожье.

Литература

1. MacIntyre D. Facebook - the secret election weapon // www.bbc.com/news/uk-39830727.
2. Alire Garcia D. a.o. Russia meddling in Mexican election: White House aide McMaster // www.reuters.com/article/us-mexico-russia-usa/russia-meddling-in-mexican-election-white-house-aide-mcmaster-idUSKBN1EW0UD.
3. Ferman M. Congressman calls for investigation: Possible Russian meddling in Mexican presidential election // www.valleymorningstar.com/news/local_news/congressman-calls-for-investigation-possible-russian-meddling-in-mexican-presidential/article_413c21fa-dbd3-11e7-a7dd-f7755f4bfd2d.html.
4. Way L.A. a.o. Russia has been meddling in foreign elections for decades. Has it made a difference? // www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2018/01/05/russia-has-been-meddling-in-foreign-elections-for-decades-has-it-made-a-difference/?utm_term=.209d45721473.
5. Schwartz J. Is Facebook preparing to open up on fake news? // www.politico.com/story/2018/01/07/facebook-fake-news-326996.
6. Mark Zuckerberg vows to 'fix' Facebook // www.bbc.com/news/world-us-canada-42569105.
7. Bode L. a.o. In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media // lbode.files.wordpress.com/2015/08/bode-and-vraga-2015-misinformation-in-social-media.pdf.
8. Kokkinidis T. British School Uses Aristotle to Teach Pupils How to Spot 'Fake News' // eu.greekreporter.com/2017/12/29/british-school-uses-aristotle-to-teach-pupils-how-to-spot-fake-news/.
9. Illing S. Cambridge Analytica, the shady data firm that might be a key Trump-Russia link, explained // www.vox.com/policy-and-politics/2017/10/16/15657512/mueller-fbi-cambridge-analytica-trump-russia.
10. Woodruff B. a.o. Russia Probe Now Investigating Cambridge Analytica, Trump's 'Psychographic' Data Gurus // www.thedailybeast.com/russia-probe-now-investigating-cambridge-analytica-trumps-psychographic-data-gurus.
11. Рубанов В. Информационная война и цифровой мир // www.ng.ru/scenario/2016-04-26/12_infowar.html.
12. Почепцов Г. Информационные войны - тенденции и пути развития // psyfactor.org/psyops/infowar7.htm.
13. Arquilla J. a.o. Looking ahead: preparing for information-age conflict // In Athena's camp. Preparing for conflict in the information age. Ed. by J. Arquilla a.o. - Santa Monica, 1997.
14. Nielsen J.N. Epistemological Warfare // geopoliticus.wordpress.com/2010/10/23/epistemological-warfare/.
15. Консциентальные войны: реальность и фантастика // ot-a-do-ya.org/Articles/Global/Cons_war.aspx#.WII2ICiWZEY.
16. Громыко Ю.В. Консциентальные войны и консциентальное оружие // www.shkp.ru/lib/archive/materials/kyiv2002/3.
17. Громыко Ю.В. Консциентальное оружие и консциентальные войны // gtmarket.ru/laboratory/publicdoc/2007/782.
18. Громыко Ю.В. Консциентальная война как она есть // yuriy-gromyko.livejournal.com/19933.html.
19. Громыко Ю. Оружие, поражающее сознание, - что это такое? // www.pereplet.ru/text/grom0.html.
20. Громыко Ю. Америка заговорила на языке иденцитарных войн - войн на слом идентичности // yuriy-gromyko.livejournal.com/24498.html.
21. Громыко Н.В. Использование информационных технологий в качестве «консциентального оружия» // www.situation.ru/app/j_art_984.htm.
22. Громыко Н.В. Интернет и постмодернизм – их значение для современного образования // www.situation.ru/app/j_art_982.htm.
23. Комлева Н.А. Глобальная консциентальная война: основные тренды // evestnik-mgou.ru/ru/Articles/Doc/646.

24. Макаров В.Л. Консциентальная война: миф или реальность? // militaryarticle.ru/nauka-i-voen-naya-bezopasnost/2003/11842-konscientalnaja-vojna-mif-ili-realnost.
25. Итоговые результаты разработки предложения о мерах по формированию российской идентичности // identityrussia.ru/itogovye-rezultaty-razrabotki-predlozheniya-o-merah-po-formirovaniyu-rossiyskoy-identichnosti-v-redaktsii-s-s-b/.
26. Коньшев В.Н. и др. Дискуссии о войнах будущего в российском экспертно-аналитическом сообществе: мифы и реальность // riss.ru/images/pdf/journal/2013/4/09.pdf.
27. Переслегин С. Россия слабее США, но, безусловно, сильнее Евросоюза. Интервью // www.business-gazeta.ru/article/368679.
28. Соцопрос. Как население потребляет информацию // propaganda.kz.expert/page2117511.html.

ТРАНСФОРМАЦИИ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В ПРОЦЕССАХ ВЛИЯНИЯ

Виртуальный мир захватывает все большие фрагменты нашей реальности. Он не только интерпретирует прошлое, настоящее или будущее, но тем самым создает его в нашей голове. Он программирует наше поведение, изымает нас из реальности на многие часы, во время которых человек либо смотрит сериалы, либо занят видеоиграми.

Виртуальное пространство может менять наше прошлое, настоящее и будущее. Например, телесериалы сильнее трансформируют представления об истории в массовом сознании, чем любые учебники истории. «Санта-Барбара» действовала на советского гражданина сильнее любой пропагандистской лекции. Она была «горизонтальной» пропагандой, которая не встречала сопротивления, а лекция — «вертикальной» пропагандой, от которой пытались закрыться. Разграничение политической (вертикальной) пропаганды и социологической (горизонтальной) предложил в свое время Жак Эллюль [1-3]. Промежуточное положение между «Санта-Барбарой» и лекцией занимала программа «Время», которую все равно смотрели, поскольку она давала визуальную информацию о текущих событиях, задавая нужные интерпретации происходящего.

Виртуальное пространство прошлого в виде религии и идеологии определяло и корректировало правильное/неправильное поведение, задавало разграничение свой/чужой, то есть активно формировало информационное и физическое пространства. Благодаря виртуальным механизмам власть всегда была от бога, даже тогда, когда бог признавался несуществующим. По этой причине и сегодня власть всегда работает без ошибок. Правда, до тех пор, пока ее не сменит другая власть.

Современные войны направлены на виртуальное пространство. Им неинтересно физическое уничтожение противника, они направлены на изменение его картины мира средствами литературы, искусства, науки и журналистики, чтобы объект воздействия стал частью их системы, там самым его физическая сущность перестает играть роль.

В какой-то мере мы видим эту модель в системе колониализма, когда колонию подключают силой не только к экономике, но и к системе языка и культуры империи. Есть и примеры «мягкого» колониализма, например, в России XVIII века французский был родным языком аристократии. А это означает, что и модель мира, нравы и привычки, литература и искусство тоже были нерусскими. Это было сделано с помощью воспитания детей французскими гувернерами. Язык и культура элиты не совпадали с языком и культурой населения. Образованные люди лучше знали улицы Парижа, даже никогда не бывая там, чем соседнего города. Мы имеем два различных массовых сознания, что стало рушиться в связи с войной 1812 года. Внешние обстоятельства заставляют элиту изменять свою модель мира.

Дмитрий Бабич говорит в этом плане о «догоняющем языке»: «Логика тут простая: раз Россия догоняет Запад, то вполне логично брать у этого самого Запада слова, обозначающие вещи, которых в России пока просто нет. А поскольку Россия — страна большая и Запад догнать сразу не может, то вполне естественно, что наиболее приблизившаяся к Западу часть ее общества («креативный класс») говорит на особом языке, отличающемся от языка отстающей части» [1, 5-6].

Раз мы вспомнили о пропаганде, следует сказать, что пропаганда работает на стыке двух пространств — информационного и виртуального. Это же характеризует и фейки, которые строят другую действительность, пользуясь иной логикой. Для поддержки этого тезиса можно привлечь слова из Декларации ОБЭРИУ (литературного объединения, куда входил ряд ленинградских писателей от Даниила Хармса до Николая Заболоцкого): «Может быть, вы будете утверждать, что наши сюжеты «не-реальны» и «не-логичны»? А кто сказал, что «житейская» логика обязательна для искусства? Мы поражаемся красотой нарисованной женщины, несмотря на то, что, вопреки анатомической логике, художник вывернул лопатку своей героине и отвел ее в сторону. У искусства своя логика, и она не разрушает предмет, но помогает его познать» [7, 8-10]. Эти же слова можно отнести как к пропаганде, так и к фейкам, поскольку они тоже строят свою собственную реальность. Это «иное» зеркало действительности, чем, например, реальная память людей, хотя и в ней есть так называемые фальшивые воспоминания [11-15]. То есть фейки как фальшивые новости дополняются и фальшивыми воспоминаниями.

Можно говорить и о фальшивой картине мира, если ее выстраивают на базе фальшивых знаний. За счет цензуры и централизации Советский Союз обладал унифицированным информационным потоком. Однако даже тогда ценились лично окрашенные информационные потоки, которыми были более либеральные СМИ, например, «Литературная газета» или «Известия».

То есть **важна не только информационная линия, но и линия доверия и достоверности**. Мы доверяем эксперту, который лучше знает обсуждаемую сферу, журналисту, которого знаем по прошлому опыту, свидетелю события, поскольку он видел все своими глазами.

Унифицированные информационные потоки прошлого дополнялись такими же унифицированными образовательными потоками. Если сегодня информационные потоки не настолько унифицированы, как раньше, то унификация образования

сохраняет те же черты. Но известный миллиардер Джек Ма, например, считает, что сегодня детей уже не следует готовить так, как в прошлом, когда они должны были быть нацелены делать в будущем унифицированную работу на производстве, ведь в ближайшее время эти функции будут выполнять роботы. Необходимо развивать воображение детей. Джек Ма говорит: «Мы должны учить детей быть очень, очень инновационными, очень креативными. Этим путем мы можем обеспечить работой наших детей» [16]. И, кстати, это снова обучение работе не столько в информационном, как виртуальном пространстве, поскольку требуется развитие воображения, то есть строительства того, чего нет в действительности. Сегодня особое внимание стало уделяться развитию креативности, даже США увидели, например, падение числа патентов, идущее с 1996 года [17].

Есть одно важное совпадение, которое состоит в том, что конечной целью действий и интервенций в любом из пространств (физическом, информационном, виртуальном) является воздействие на когнитивное пространство, которое призвано модифицировать решения объекта воздействия. Эта когнитивная трансформация может быть разовой и несистемной, а может поменять всю модель мира как отдельного, так и массового сознания. Так, например, перестройка была реструктуризацией всей системы советского массового сознания. В результате этого разворота условно диссидентское сознание стремится занять место нормы, а прошлая модель мира, которую многие годы удерживали идеология и пропаганда, уходит на периферию.

Когнитивные трансформации могут идти как со стороны практического описания действительности (например, новости могут акцентировать один набор событий и осуждать другой), так и со стороны теории (например, постсоветская экономика, политология и другие науки стали строиться на иных основаниях). Новая практическая (обыденная) модель мира, которая входит не только с новостями, но и с новой литературой и искусством, начинает соответствовать своей теоретической модели.

Когнитивный игрок действует своим когнитивным инструментарием и имеет когнитивные цели. Хочет он это признавать или нет, но **объектом его атаки является разум**. Однако разум никто не собирается разрушать, как тело, его хотят изменить.

Государства и общества работают с большими массами людей как своих, так и чужих стран с целью реструктуризации массового сознания, введения нового знания и поведения или его коррекции. Большие массивы людей подвержены подобной обработке в таких наиболее частых направлениях:

- в целях открытой политики, например, в случае выборов, где всегда есть и закрытые информационные интервенции, невидимые системно избирателям, в связи с чем Facebook теперь называют секретным оружием выборов [18];
- в целях скрытой политики, например, продвижение идеологии свободного рынка в США в период после депрессии [19];
- в целях продвижения нового поведения в рамках существующей политической системы, например, продвижения здорового поведения, причем это делается не только в США или Великобритании, но и в такой стране, как Чили [20-21].

Об этом можно сказать подробнее. В Чили 67% граждан старше 15 лет страдают ожирением, также Чили вышло на первое место в мире по потреблению сладких

напитков. В ответ на это развернута кампания, в рамках которой на упаковках от продуктов указывается по-испански, что там много сахара, калорий, жира или соли. Покупателей приучили обращать внимание на более здоровые типы продуктов. 40% опрошенных чилийцев говорят, что они реагируют на эти предупреждения. Более того, для детей до четырнадцати лет нельзя рекламировать подобные продукты и их не может быть в школе. Вскоре нельзя будет рекламировать подобные продукты в телеэфире с 7 утра до 10 вечера, чтобы эту рекламу не увидели дети.

Взрослый человек, увидев продукт с таким предупреждением, попадает в ситуацию когнитивного диссонанса. С одной стороны, ему хочется купить его, но с другой — он понимает его опасность, поэтому начинает думать, что делать, разрушая автоматизм своей покупки, который был до этого [22-25].

Вспомним и перестройку, которая также, вероятно, базировалась на таком же состоянии когнитивного диссонанса, когда массовое сознание получало отрицательную информацию о позитивных точках прошлой советской системы. Получается, что именно феномен когнитивного диссонанса был как основным разрушителем, так и создателем нового, когда из небытия возвращались фигуры типа Бухарина или Троцкого. Сегодня делаются такие же попытки вернуть Сталина, которого начинают подавать, говоря словами мультфильма, «страшным снаружи, но добрым внутри».

Вардан Багдасарян говорит о когнитивном оружии в использовании такого инструментария, как научные теории и образование. Он пишет: «Когнитивная война отличается от информационно-психологической. В ней подавляется и подчиняется сознание противника. Если результатом информационно-психологической войны является нежелание противника продолжать борьбу, то когнитивной — внушение ему мысли, что самой борьбы нет. Противник когнитивно программируется на саморазрушение и даже самоликвидацию» [26-27].

Советский Союз проигрывает холодную войну в том числе из-за Хельсинкского соглашения, которое провозгласило свободу передвижения людей и идей. СССР пошел на это, чтобы все признали нерушимыми послевоенные границы Европы, но одновременно облегчил возможности для информационных и виртуальных интервенций в СССР.

Константин Мельник, курировавший спецслужбы Франции во времена де Голля, автором этой идеи называет ватиканского адвоката, своего друга Жана Виоле. В своей книге «Современная разведка и шпионаж» он отдает под рассказ об этом только одно примечание [28, 29-30]. Мельник говорит, что три года они лоббировали идею, он передал ее американцам в ЦРУ, с которыми сотрудничал, а сам в это время работал в корпорации РЭНД в США [31-33, 34].

Мельник разъясняет: «Я хорошо знал Opus Dei. Это не форма разведки. Opus Dei — это инструмент влияния. Потому что они имеют влияние на важных людей в католической среде. У них был замечательный человек, адвокат Папы Римского, с которым я много работал, мэтр Виоле. Разведка ли это, или нет — трудно сказать... Я думаю, это специально сформированные организации — такие как Opus Dei или «Русикум». Но они не имеют почерк разведки. Они помогали польской церкви сразу после войны, посылая средства и книги — Евангелие и другие издания, необходимые,

чтобы служить литургию. Но для них это вполне естественная линия поведения. У нас на Западе существует деление между обществом и государством, государством и разведкой, занимающейся узкопрофессиональной деятельностью. У них в Ватикане разделения обязанностей между деятельностью ответственного от *Opus Dei* мэтра Виоле и деятельностью Папы Римского нет. Иными словами, все занимаются сразу всем. Но технически Ватикан — самая эффективная разведка в мире» [35].

Так что ситуация завершилась благодаря более долговременной стратегии католической церкви. Известна фраза Сталина, которую так обыграли в одном журналистском тексте: «Один известный большевик явно недооценил мощи Римской католической церкви и ее иезуитского «отряда». «Папа? Сколько у него дивизий?» — с иезуитской усмешкой поинтересовался однажды Сталин, когда речь шла о послевоенном разделе мира на сферы влияния. Однако нынешнему главе Католической церкви Иоанну Павлу II не понадобилось войск, чтобы войти в историю под именем «Папы, сокрушившего коммунизм» [36].

Современное переплетение информационного и виртуального порождает новости нового типа. Это сочетание высокого и низкого, но ничего среднего. В качестве высокого берется гламур, либо международного, либо местного уровня. В качестве низкого — «чернуха». Новости отбираются исходя из определенного информационно-виртуального шаблона.

Роман Круглов анализирует «чернуху», окружающую нас, следующим образом: «Искусство и сходные с ним информационные явления служат не только индикатором культурного состояния общества, но и средством активного формирования этого состояния. Соответственно, утверждения об адекватности негативного мировосприятия, мата и шокирующей образности современного мира не могут быть состоятельны. Чернуха чужда правдоподобию — это «художественная» редукция реалий в отрицательном ключе.

Возникнув в конце советского периода, чернуха стала одним из мощнейших ментальных орудий искусственного развала Советского Союза. В наши дни, несмотря на изменившуюся ситуацию в стране, чернуха продолжает оставаться доминирующей художественной установкой, не давая развиваться нравственно здоровому искусству» [37].

Это слова об искусстве, но они еще больше отражают и новостной поток. Перед нами общая тенденция, которая правит бал как в информационном, так и в виртуальном пространствах.

Гламур является частью такого эстетического шаблона. Еще со времен СССР стало ясно, что наибольшей популярностью пользуются фильмы из жизни высшего света, даже если они описывают события других стран и других исторических периодов.

Эта модель зеркально отражает то, что реализовано в коммуникации в виде двухуровневой модели коммуникации, когда воздействие осуществляют не сами СМИ непосредственно, а лидеры мнений, стоящие между СМИ и потребителями. И такими же условными «лидерами мнений» становятся в контенте представители гламура, являясь главными героями рассказывания. Кстати, Трамп также является примером перехода из мира гламура в мир политики.

Но гламур формирует и экономику, поскольку теперь мы живем во времена экономики внимания. Как говорит Дмитрий Иванов: «Глэм-капитализм — это экономика после виртуализации. Под виртуализацией я имею в виду не только распространение компьютерных технологий. Моя позиция такова — не технологии меняют общество, а изменения общества делают востребованными технологии, меняют их. Главное в виртуализации — это замещение образами и коммуникациями реальных вещей и действий.

Например, можно гораздо большие деньги сделать, продавая товар, обладающий в представлении потребителей ценными символическими качествами. В виртуальной экономике имидж, бренд стоят гораздо больше, чем материальные ресурсы» [38-39].

После появления какой-то тенденции, доказавшей свою «работоспособность», она начинает усиливаться, поскольку ею овладевают все, поэтому конкуренция начинает постепенно доводить ее до совершенства. Все начинают «подгонять» свою продукцию под новый стандарт.

Виртуальность позволяет управлять массовым сознанием, которое движется вслед за теми или иными проявлениями виртуальности. В то же время виртуальность интересна для внедрения новых норм поведения. Человека часто интересует виртуальность как другая реальность. В этой инореальности есть мутанты, борющиеся против правительств, которые хотят их уничтожить (например, телесериал «Одаренные» и некоторые другие), есть герои с отклонениями от психической нормы, которые оказываются сильнее и нужнее обычных людей (например, телесериал «Восприятие/Предчувствие»), есть сериалы, где роботы трансформируются в людей (например, телесериалы «Мир Дикого Запада» и другие). Но эта инореальность несет реальные последствия. Мы меняем свое отношение к стигматизированным людям, мы получаем новые навыки жизни в визуальном мире, мы меняем свои привычки в сторону более здорового питания и поведения.

Один сериал втягивает нас в следующий не только по нашему желанию, но и по чужому. Владимир Рубанов пишет: «Сегодня активным спросом пользуется технология video on demand («кино по запросу»): подписчикам, как правило, не хочется тратить свое время на поиски киношедевра, а разработчики программ управления видеопотоками могут оказывать свой «ненавязчивый сервис» через продвижение определенного видеоконтента, программируя тем самым сознание пользователей. Такие средства — уже точно из арсенала не информационного, а эпистемологического противостояния» [40].

Виртуальный мир захватывает все большие фрагменты нашей реальности. Он не только интерпретирует прошлое, настоящее или будущее, но тем самым создает его в нашей голове. Он программирует наше поведение, изымает нас из реальности на многие часы, во время которых человек либо смотрит сериалы, либо занят видеоиграми. Сегодня миром правит несуществующее министерство виртуальности, ведь недаром когда-то Голливуд назвали министерством мечты для всего мира.

Литература

1. Ellul J. Propaganda. The formation of men's attitudes. — New York, 1973.
2. Почепцов Г. Модель пропаганды Жака Эллюля // osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/model_propagandy_zhaka_ellyulya/.
3. Жак Эллюль // jacques-ellul.narod.ru/.
4. Бабич Д. Поле битвы - язык: как победа над Наполеоном остановила «языковую смуту» // 1812.ria.ru/1812_parallels/20120912/747693791.html.
5. Кобяков Ю. Война пропаганда: наш ответ Наполеону // 1812.ria.ru/1812_parallels/20120731/713662493.html.
6. Кобяков Ю. Идеиные схватки 1812 года: методы Бонапарта // 1812.ria.ru/1812_parallels/20120717/701071951.html.
7. Манифест ОБЭРИУ // www.d-harms.ru/groups/manifest-oberiu.html.
8. Панасюк Д. Логика бессмыслицы // www.d-harms.ru/library/logika-bessmyslitsy.html.
9. Жаккар Ж.-Ф. Даниил Хармс и конец русского авангарда <http://www.d-harms.ru/library/daniil-harms-i-koniec-russkogo-avangarda.html>.
10. Tyszkowska-Kasprzak E. Творчество Даниила Хармса и философия Анри Бергсона // bazhum.muzhp.pl/media//files/Polilog_Studia_Neofilologiczne/Polilog_Studia_Neofilologiczne-r2012-t-n2/Polilog_Studia_Neofilologiczne-r2012-t-n2-s117-129/Polilog_Studia_Neofilologiczne-r2012-t-n2-s117-129.pdf.
11. Morgan C.A. III a.o. Misinformation can influence memory for recently experienced, highly stressful events - International Journal of Law and Psychiatry. 2013 // webfiles.uci.edu/eloftus/Morgan_Misinfo_IJLP2013.pdf?uniq=-5q3yfp.
12. Элизабет Лофтус о том, как солдатам США внедряли фальшивые воспоминания // tedrus.com/ted-talks-elizabet-loftus-o-tom-kak-soldatam-ssha-vnyadryali-falshivyye-vospominaniya/.
13. Johnson M.K. a.o. The Cognitive Neuroscience of True and False Memories // True and False Recovered Memories: Toward a Reconciliation of the Debate, Nebraska Symposium on Motivation, 58. - Ed. by R.F. Belli. - New York, 2012.
14. Kaplan R.L. a.o. Emotion and false memory // www.researchgate.net/publication/283850317_Emotion_and_False_Memory.
15. Shaw J. What Experts Wish You Knew about False Memories // blogs.scientificamerican.com/mind-guest-blog/what-experts-wish-you-knew-about-false-memories/.
16. Ma J. We need to stop training our kids for manufacturing jobs // money.cnn.com/2017/09/20/technology/jack-ma-artificial-intelligence-bloomberg-conference/index.html.
17. The cure for the creativity crisis // www.wm.edu/news/stories/2016/the-cure-for-the-creativity-crisis.php.
18. MacIntyre D. Facebook - the secret election weapon // www.bbc.com/news/uk-39830727.
19. Burgin A. The great persuasion. Reinventing free markets since the depression. - Cambridge - London, 2012.
20. Smith E. Chile Battles Obesity With Stop Signs On Packaged Foods // www.npr.org/sections/the-salt/2016/08/12/486898630/chile-battles-obesity-with-stop-signs-on-packaged-foods.
21. Cohen D. What the world can learn from Chile's obesity - control strategies // www.rand.org/blog/2017/12/what-the-world-can-learn-from-chiles-obesity-control.html.
22. Fiorella S. Cognitive dissonance and influence marketing // www.constellationr.com/cognitive-dissnace-and-influence-marketing.
23. Lamos V. Assessing public health interventions using Web content // www.researchgate.net/publication/321994708_Assessing_public_health_interventions_using_Web_content.
24. Marsden P. Top 10 advertising strategies that work // digitalintelligencetoday.com/the-10-advertising-strategies-that-work-the-advertising-effect-speed-summary/.
25. Marsden P. Transparent behavioral targeting boosts ad effectiveness by 17% [study] // digitalintelligence-today.com/transparent-behavioural-targeting-boosts-ad-effectiveness-by-17-study/.

26. Багдасарян В. Когнитивное оружие // Якунин В.И. и др. Новые технологии борьбы с российской государственностью. - М., 2013.
27. Багдасарян В. «Когнитивное оружие» как инструмент десуверенизации // rossiyanavsegda.ru/read/3789/.
28. Мельник К. Современная разведка и шпионаж. - М., 2009.
29. Reijden van der J. Le Cercle and the struggle for European continent: private bridge between Opus dei and anglo-american intelligence // isgp-studies.com/le-cercle-pinay.
30. Опус деи // bibliotekar.ru/encSekt/104.htm.
31. Кудинова А. Машина зла - 4 // rossaprimavera.ru/article/%D0%B-C%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0-%D0%B7%D0%BB%D0%B0-%E2%80%934.
32. Уразов А. Тысяча дней одного русского в Матиньоне // www.ruskiymir.ru/media/magazines/article/100076/.
33. Хабаров Г. Чужой среди чужих // www.sovsekretno.ru/articles/id/816/.
34. Костянтин Мельник // www.ukrainians-world.org.ua/ukr/peoples/ac4cbbe216c67635/.
35. Константин Мельник-Боткин, курировавший все спецслужбы Франции, рассказывает // www.fssb.su/foreign-special-services/2061-konstantin-melnik-botkin-kurirovavshiy-vse-specsluzhby-francii-rasskazyvaet.html.
36. Хабаров Г. «Бати-иезуиты»: исход из Медона // www.sovsekretno.ru/articles/id/944.
37. Искусствовед: «Чернуха» в масс-медиа — это информационное оружие // rossaprimavera.ru/article/64356217.
38. Иванов Д. Российскому капитализму не хватает виртуальности и гламура. Интервью // www.russia2035.ru/works/ivanov-interview/.
39. Иванов Д. Глэм и трэш - главные политические тренды сегодняшнего дня. Интервью // www.russia2035.ru/works/ivanov-interview-2/.
40. Рубанов В. Пропагандой выиграть нельзя. Доминированием в технологиях - можно. Интервью // www.kommersant.ru/doc/3106914.

МЕДИЙНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ КОГНИТИВНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Настоящая пропаганда, как и настоящая политика — это уличная политика и пропаганда. Это то, что может зажечь людей и собрать их на площади. И, как правило, это негативная ситуация.

Страна нуждается в разных аспектах видов фиксации своего объединения: от системы поддержания единства до системы удержания разобщенности. Без права на определенную разобщенность не может быть реального единства, поскольку тогда многие сразу становятся нарушителями.

Что на сегодня дает медиа? Медиа, говоря условно, это искусственный насос, к которому присоединены невидимыми и видимыми нитями все члены данного сообщества. Медиа дают всем как события, так и правильные варианты реагирования на них. Медиа создают грамматику, «что такое хорошо и что такое плохо», только не для детей, а для взрослых.

Современный человек постепенно теряет саму способность чувствовать самостоятельно, все эти реакции ему диктует искусственный человек, создаваемый медиа. Это информационные пузыри, информационные каскады, эмоциональное заражение, исследованное Facebook, — все это примеры создания единых, возможно, синтетических чувств. Но они более яркие, более доступные, менее затратные, то есть более конкурентные, чем собственные чувства человека.

Это систематика создания единого эмоционального реагирования. Люди, не замечая этого, погружены в чужую жизнь больше, чем в свою. «Игра престолов», к примеру, показала потребность в brutальных сценах любви и войны. Зрители не только переживают в себе телесериалы, но еще и могут делиться этими запрограммированными извне чувствами.

Телесериал — это эмоциональный нарратив. Но реагирование на рациональные стимулы также строится для большей эффективности на эмоциональной базе. Типичный пример — «фашисты-неонацисты» в российской пропаганде для описания событий в Киеве. И это сразу позволяет выводить за пределы «своих» в сторону «чужих». А по отношению к «чужим» разрешены совершенно иные действия.

Пропаганда в принципе является воспитанием автоматических реакций, которые не разъединяют, а объединяют социум. Однако это не может быть настолько насильственным, чтобы вызывать отторжение. Советская пропаганда не вызвала отторжения только потому, что за долгие годы стала ритуалом. Все понимали, что без нее нельзя, но в то же время никто не воспринимал ее всерьез. Настоящая пропаганда, как и настоящая политика — это уличная политика и пропаганда. То, что может зажечь людей и собрать их на площади. И, как правило, это негативная ситуация.

При этом она не должна была противоречить биологической основе человека, иначе даже ритуальная пропаганда вызывала бы сопротивление. Кстати, современные модели воздействия всегда вносят в свою подготовку и оценку возможного сопротивления целевой аудитории тому, что будут пытаться продвигать в ее среду.

Татьяна Воеводина пишет о базовости: «Любая общественная система прочна, когда опирается на базовые свойства людей, которые её составляют. Чтобы управлять людьми, чтобы они шли за тобой, чтобы считали твои идеи — своими (это высший управленческий пилотаж) — для всего этого надо знать этих людей, понимать их и, в первую очередь, понимать, чего они хотят, что любят, к чему их влечёт. Это вовсе не означает, что людям надо дать именно то, чего они хотят: это и невозможно. Но в каких-то пределах они должны иметь то, что греет их душу, к чему они стремятся. Вся жизнь должна быть организована с учётом этих базовых свойств и устремлений, а не против них. Лучше, если жизнь опирается на базовые душевные и поведенческие паттерны человека» [1].

В любой кампании необходимо четко определиться с целями и инструментарием. Открытие нового канала, газеты и подобного удобно для бюрократического отчета, но совершенно не ориентировано на результат в умах. Это создание информационного потока без внятного понимания, что и как он должен рассказывать. Интуитивно все мы понимаем, что нужно говорить хорошо о наших людях и целях и плохо — о чужих. Но из такого подхода вовсе не следует, что люди, имеющие выбор из двух противоположно настроенных потоков, будут ориентироваться именно на нас. Можно вспомнить советскую пропаганду эпохи застоя, которая была ритуалом, но не убеждала.

Ритуальные коммуникации хороши для поддержки уже имеющегося, но не для синхронной работы с контрмнениями. Они удерживают в своем поле «верующих», но не привлекают «неверующих». А доверие в коммуникации важнее содержания.

Суммарно мы можем сформулировать такие основные точки для построения системы убеждения:

цели — в когнитивном пространстве
инструментарий — нарративный
акцент — эмоциональный

Например, госдепартамент США в одном из первых разговоров с мусульманским миром порождал ролики, в которых рассказывалось, как хорошо живут мусульманские семьи в США. Это из целей, которые ставились в рамках публичной дипломатии [2]. И все это было направлено на группы, наиболее уязвимые для экстремистской идеологии: молодежь, женщины и девушки, меньшинства, включая религиозные.

Формулировалось требование использовать в коммуникации личные примеры. Журналистам рекомендовалось освещать, как программы страны помогали гражданам и их семьям.

И последнее, и очень важное: «Информационная среда» не является ни нейтральной, ни статичной. Безрассудные культурные и социальные влияния почти гарантируют то, что разнообразные аудитории проинтерпретируют ту же информацию по-разному. Даже при таком пестром ландшафте, значение образов, концепций и видений — они будут серьезно оспариваться. Почти невозможно интерпретировать информацию объективно, поскольку сам инструментарий, необходимый для интерпретации, в первую очередь порождается субъективным опытом и структурами значений». То есть следовало разрушать негативные стереотипы, уже сложившиеся в голове.

Все это ведет нас к тому, что получило название когнитивных битв. Генерал Винсент Стюарт подчеркивает, что современная война носит когнитивный характер, по этой причине возникает потребность контроля информационных потоков. Он говорит: «Если вы не контролируете информацию, или ваш цикл принятия решений разорван, или ваши когнитивные способности нарушены, вы не сможете победить или воевать эффективно» [3]. Он видит современную войну как войну за информацию.

Это может быть связано также и с тем, что, вернувшись к понятию долгих войн, США пришлось восстановить в прошлых правах роль идеологии и холодную войну. И тут конфликт с Россией также сыграл свою роль, поскольку холодная война как тип конфликта стала медленно возрождаться.

Военные аналитики, вернувшись снова к войне идей, констатируют: «Идеологические войны разрешаются либо огромным физическим событием, таким, каким был коллапс Советского Союза, или другими типами силы. Инквизиция держала людей силой и получала признание, используя снова физическую или эмоциональную силу. Это является правдой и в случае маккартизма, имевшего более секулярный тип инквизиции. Явно очевидно и то, что Гитлер, Сталин и Мао использовали силу в своих идеологических битвах» [4].

Кстати, один из известных французских философов, считающийся маоистом, защищал культурную революцию такими рассуждениями, начинающимися с упоминания китайской революции 1949 года и ведущими к коррумпированной маоистской бюрократии: «Вскоре можно было увидеть, что инструментарий, который дал возможность получить победу, не особо был способен помочь, что делать с этой победой.[...] Поэтому культурная революция была так важна, поскольку она была последней попыткой в рамках этой истории изменить все революционным способом. Можно сказать, что они атаковали коммунистическое государство, чтобы революционизировать коммунизм. Это был провал, но многие интересные события являются провалами» [5]. Это слова Алена Бадью. В качестве провалов он упоминает также парижскую коммуну и немецкую революцию Розы Люксембург и Карла Либкнехта.

Украинские майданы также являются в первую очередь идеологическими. Радикальные мусульмане воюют против США и Израиля также в когнитивном пространстве. Это одновременно и медийная война, поскольку она очень зависима от того, как ее будут понимать и интерпретировать в окружающем мире.

Стюарт Грин следующим образом видит эту когнитивную войну, по сути, отделяя ее от других информационных операций: «Когнитивная война должна пониматься не как случайное собрание слабо связанных между собой дисциплин, а как искусство, существующее в «моральной плоскости» войны. Она существует там, как война маневра существует в «физической плоскости». [...] Используемая намеренно или случайно когнитивная война может 1) порождать поддержку конфликта у населения и 2) атаковать когнитивные слабости населения врага, чтобы обойти превосходство в военной силе. По сути, когнитивные бойцы стремятся разрушить волю противника, а не его способность к войне».

Из этих слов становится очевидным, что и война на Донбассе является одновременно и когнитивной войной, поскольку она базируется на поддержке/неподдержке ее населением. Кстати, основной закон долгой войны — что она должна быть справедливой. И это снова когнитивное поле, которое все еще недооценивается.

Пока наиболее четко выступают китайцы, говоря о трех типах войн [6]:

- психологическая война направлена на подрыв способности врага, с помощью операций, направленных на сдерживание, шок и деморализацию военного персонала и поддерживающего его гражданского населения;
- медийная война направлена на влияние на внутреннее и международное общественное мнение для поддержки китайских военных действий и разубеждения противника вести действия против китайских интересов;
- легальная война для доказательства правовой основы и утверждения китайских интересов.

За каждым медиасообщением лежат последствия, поскольку в нем есть не только информация, но и отсылка к той или иной картине мира. Когда эта картина мира конфликтует с «нашей», мы считаем такое медиасообщение неправильным и неправдивым.

Евгений Головаха формулирует цель, за которую должны бороться медиа: **«Люди объединяются на основе идентичности. Когда побеждает гражданская идентичность, побеждает общее, а не разделяющее.** Это касается любых групповых различий. Общество интегрируется, когда перестает проводить жесткую границу между разными социальными, демографическими, этническими, гендерными и так далее группами, и жить не по традиции. Конечно, оно может жить с жесточайшим разделением, как Индия, веками живущая с кастовым разделением. Для Украины эта проблема актуальна, этнолингвистическая идентичность (это мой термин), способна сыграть плохую роль, может разрушить хрупкую интеграцию нашего общества» [7].

Украина находится сегодня не только в другом типе войны, полностью отличной от традиционной, но и старается подражать не тому инструментарию войны, не имея на это необходимых ресурсов.

Юрий Костюченко говорит о войне нового типа, которую мы сегодня имеем, что она похожа на «предприятие с общими интересами» и не похожа на типичное для войн нового времени «состязание волей». Это возврат к старым типам войн, которые были в обществах со слабой государственностью. В нынешней войне воюющим сторонам не нужен выигрыш или проигрыш по политическим и экономическим причинам [8]. И такой тип войны, по его мнению, также требует выработки иной идентичности.

Еще одно мнение от Андрея Загородского, считающего, что следует заняться работой по созданию единого понимания: «Конвенции придадут осмысленность там, где сегодня нет общих значений (то есть нулевые или полярные смыслы) — и борьбе с российской пропагандой, и продвижении реформ, и военной политике, и децентрализации, и реинтеграции, и пр. Сообщества научатся придавать значения непонятым фактам (даже пропагандистским симулякрам), объяснять их и осмысливать, а не лишь критически мыслить. Ведь если что-то непонятно, значит, требует дополнительных значений для понимания. Если примитивные или односложные смысловые единицы (твиты, заголовки, теленовости или посты на Facebook) не приводят к ожидаемому эффекту (пониманию), значит, они должны быть дополнены» [9].

Для всех этих целей нужны не военные, а гражданские действия, которые реализуются с помощью медиа и образования как генераторов иного поведения.

Как видим, медиа работают так, чтобы не допускать ненужных политических последствий. К сожалению, сегодняшние медиа характеризуются отсутствием качественного анализа, они переполнены конфликтующими точками зрения, в которых трудно разобраться, не являясь специалистом. При этом пониманием потребителя руководит, справедливая или нет, но все равно обида, а она является генератором модели мира, даже если она и неверна.

Сегодняшний мир потерял свою понятность. Раньше она могла быть искусственной, выстроенной по лекалам религии или идеологии, поэтому более системной. Современные медиа борются не столько за свою правоту, сколько за наше внимание, поэтому телевизионные ток-шоу переполняются криками вместо аргументов, а фейки заменили правду.

Литература

1. Воеводина Т. Три урока ГКЧП // zavtra.ru/blogs/tri_uroka_gkchp.
2. U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication // www.au.af.mil/au/awc/awcgate/state/natstrat_strat_comm.pdf.
3. Underwood K. Cognitive Warfare Will Be Deciding Factor in Battle // www.afcea.org/content/cognitive-warfare-will-be-deciding-factor-battle.
4. Jeffries S. Alain Badiou: a life in writing // www.theguardian.com/culture/2012/may/18/alain-badiou-life-in-writing.
5. Green S.A. Cognitive warfare // www.theaugeanstables.com/wp-content/uploads/2014/04/Green-Cognitive-Warfare.pdf.
6. Halper S. China: the three warfares // cryptome.org/2014/06/prc-three-wars.pdf.
7. Головаха Е. Нас ждет год тишины // inkyiv.com.ua/2018/01/nas-zhdet-god-tishiny/.
8. Штогрин І. Якою має бути інформаційна політика України в умовах війни? // www.radiosvoboda.org/a/28338927.html.
9. Загородский А. Зачем Украине конвенциональная информационная политика // hvylya.net/analitics/society/zachem-ukraine-konventsionalnaya-informatsionnaya-politika.html.

Глава пятая

СЕМЬ СПОСОБОВ КОММУНИКАТИВНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

Человечество постоянно движется от старого поведения к новому. Одной из самых важных дисциплин на сегодня является обучение адаптации. Мир меняется, а шлейф старого поведения крепко держит человека, поэтому он теряет связь с изменившейся реальностью и не понимает, отчего это происходит.

Сегодня человек часто попадает в ситуации, когда он должен делать то, чего не делал никогда.

Смартфоны, например, дают последствия даже физического порядка, большие пальцы рук у активных пользователей увеличились на 15% [1-3].

Новым поведением сознательно занимается ряд наук, например, социальный маркетинг [4-7]. По сути, это же делает и психотерапия, корректируя индивидуальное поведение, протестные движения, массовое сознание и поднимая людей на майданы, в соответствии с теорией Джина Шарпа.

Даже газета The Guardian публикует советы, как увеличить влияние протестов, приводя следующие пять подсказок [8]:

- критичны ясность месседжа и четкая конечная цель;
- учет политических целей и новостного контекста, например, украинские протесты подводились под президентские выборы, британский антикоррупционный саммит совпал с публикацией Панамских документов [9];
- следует облегчить участие в протестах для людей, — у них есть другие дела, но с правильной информацией и поддержкой они присоединятся;
- следует убедиться в том, что цели протеста знают, понимают, что и почему происходит: тысячи людей не надо выводить на улицы, если их не услышат;
- следует знать, что предлагаемые изменения не заоблачны, а в принципе возможны.

Внимание к изменениям важно и потому, что сегодня мир нуждается в воспитании инновационного мышления для обеспечения движения вперед, поскольку с конца девяностых, например, число патентов, выдаваемых в США, неуклонно падает.

Кристофер Доннелли подчеркивал, что во времена изменений нужны люди, которые могут идти на риск [10]. В спокойные времена люди привыкают избегать рискованного поведения. Условно говоря, в бушующем море капитаном может быть рискованный моряк, а не капитан речного трамвайчика. Получается, что и Крым был отдан потому, что никто не хотел рисковать.

Человек плохо относится к тому, что можно обозначить как жесткое управление, когда его заставляют делать что-то. Большой успех приносит мягкое (реально невидимое) управление, поскольку в этом случае некому сопротивляться: как бы отсутствуют и объект, и субъект управления.

Методология подталкивания (nudge) строится на опоре на автоматическое поведение в противовес рефлексивному [11]. Но когда nudge подает социальную норму, чтобы сработало автоматическое поведение, это все равно делается рационально. И все время возникает вопрос, не является ли подталкивание манипуляцией [12-14].

Еще один прием, хотя его можно считать и другой реализацией первого противопоставления, — это подача прямая или отвлекающая. В частности спин-доктора часто используют прием переключения внимания, увода внимания от события, являющегося не очень приятным для власти.

Например, в истории советско-американских отношений были так называемые кухонные дебаты. Это была дискуссия Хрущева и Никсона на американской выставке в Москве на фоне выставленной американской кухни со всеми кухонными приборами [15]. На сайте ЦРУ выложена даже стенограмма этой беседы [16]. Она была также опубликована сразу на следующий день в газете The New York Times.

Суммарно существуют следующие варианты коммуникативного управления:

- скрытое — открытое
- автоматическое — рефлексивное
- прямое — отвлекающее

Интересным вариантом скрытого управления является то, что Жак Эллиуль обозначил как социологическая пропаганда [17]. Если привычная нам пропаганда, в его терминологии — политическая, идет сверху вниз, то социологическая пропаганда — горизонтальная, это влияние того, что человек видит своими глазами вокруг себя. Эллиуль считал, что США выстроены как раз на социологической пропаганде.

Получается, что политическая пропаганда работает с виртуальными объектами, а они, по сути, могут как угодно далеко уходить от реальности, заменяя ее; между тем социологическая пропаганда работает с «живыми» объектами, только с реальностью, по этой причине она трактуется потребителем как достоверная. Однако если человек переезжает в США, увидев на экране виллу миллионера, это не значит, что у него будет такая же, хотя он может трактовать данную информацию подобным образом.

По сути, и перестройка, и выборы Ельцина оперировали виртуальными объектами. Постсоветские страны хотели жить, как в Европе, которую видели на картинке или на экране, а выборы Ельцина демонстрировали пустые прилавки, пугая возвратом коммунистов.

В советское время произошла замена, когда зритель видел набор «кухня — машина — дом» в западном фильме и рассматривал его как реальность, доступную каждому. Он воспринимал ее как социологическую пропаганду, работающую с реальными объектами. В то же время рассказы Зорина и других телеамериканистов о безработных, роющихся в мусорном баке — как пропаганду политическую. По своему опыту он знал, что политической пропаганде верить нельзя.

Мы можем построить три основных потока порождения изменения поведения: от бизнеса, от государства, от военных. При этом каждый из этих потоков может привести к реализации сочетания с развлекательностью:

- бизнес + развлекательность (пример: реклама)
- государство + развлекательность (пример: политическая кампания)
- военные + развлекательность (пример: кино)

Развлекательность основана на эмоциях, поэтому, по определению, она может «закрывать» собой рациональное сообщение, увлекая человеческий ум на другой путь, легкий и беззаботный. Находясь на этом пути, уже не хочется брать в голову разные рациональные опровержения. Развлекательность — это полет бабочки, живущей сегодняшним днем. Ее не очень волнует, что будет завтра. Она знает, что все будет хорошо, поскольку завтра ее не будет.

Основные модели такой пропаганды таковы, при этом под пропагандистским сообщением понимается любой вариант, ведущий к доминирующей картине мира:

Модель	Основное сообщение	Фоновое сообщение	Пример
Модель 1	Образовательное или научное	Пропагандистское	Учебник
Модель 2	Развлекательное	Пропагандистское	Телесериал по истории
Модель 3	Развлекательное	Пропагандирующее правильное поведение	Телесериал
Модель 4	Новостное	Пропагандистское	Новости, в первую очередь телевизионные
Модель 5	Игровое	Пропагандистское	Детские игрушки
Модель 6	Игровое	Пропагандистское	Видеоигры
Модель 7	Социальная норма	Поведенческое	Контексты, толкающие к правильному выбору

Сюда попали не фоновые, а прямые пропагандистские сообщения, например, поднятие фигур для подражания, как живых, так и погибших. История всегда выполняет четкую пропагандистскую функцию. Когда один из первых королей в Англии создал для своего народа историю, победы викингов, нападавших на них, прекратились на долгий срок, поскольку люди перестали быть крестьянами, а стали народом.

Это модель перехода от виртуального пространства к информационному, а затем и физическому:

Виртуальное	Информационное	Физическое
Наши победы вчера	Рассказ о наших победах	Бой и победа

Реклама и паблик рилейшнз направлены на узкий участок смены поведения: человек должен приобрести товар. Интересно, что базовая модель рекламы «срабатывает», когда у человека через некоторое время возникает потребность в продукте, например, когда он стоит возле полки с зубной пастой.

Есть множество других способов создания события для последующего тиражирования. Об ИКЕА говорят: «Когда отец семейства собирает шкаф вместе с детьми, это превращается в важное семейное событие и растит для компании новых покупателей, которые придут в магазины годы спустя. Люди обсуждают сбор мебели с друзьями, в социальных сетях, радуются, злятся, когда что-то не выходит (все это — эмоциональное вовлечение) и генерируют для Сети бесконечное количество контента, связанного с маркой» [18].

Наиболее важными генераторами нового поведения и удержания нужного типа поведения являются:

- **образование**, поскольку в маленьких детях можно заложить все;
- **индустрия развлечений**, поскольку она привлекает людей и фоновое сообщение не встречает сопротивления, не зря в Голливуде есть представительства всех силовых ведомств (см., например, нашу статью о перепрограммировании поведения с помощью телесериалов [19]);
- **медиа**, поскольку они позволяют давать интерпретацию текущих событий, что удерживает или корректирует доминирующую модель мира, при этом теленовости в норме не могут подвергать ее сомнению.

Кстати, о влиянии кино пишут и военные, изучая, например, так называемый эффект третьего лица, когда человек считает, что медиа действуют на других, но не на него [20-21]. Влияют кино и телевидение на создание нового отношения к ЛГБТ-сообществу [22-27]. Это создание нового контента, потребление которого делает новое поведение знакомым и потому приемлемым.

Можно вспомнить также маркетинговое введение нового для увеличения потребления продаваемого. Это пропаганда привычки проходить 10 тысяч шагов в день для распространения придуманного шагомера [28]. Это привычка заедать лимоном-лаймом с солью текилу, поскольку так нужно было делать только давным-давно, когда текила была плохого качества, а сейчас это часть бренда [29]. Как и лимон к коньяку, что появилось для того, чтобы скрыть неприятие коньяка Николаем Вторым [30]. Во всех этих случаях самым важным является правило: мы делаем то, что делают другие. Меняя социальные привычки, мы автоматически меняем индивидуальные.

ИКЕА пришла с новой идеологией продаж, чем долгие годы привлекает своих покупателей, создав такой прецедент [31]. Прикосновение к продукту, самостоятельная сборка увеличивает его ценность в глазах покупателя. Тесты показывают, что собранный продукт воспринимается более положительно, чем купленный готовым. Все это получило название эффекта ИКЕА [32]. И все это «игра» с эмоциями.

Мир все время строится и корректируется во всех трех пространствах: виртуальном, информационном и физическом. «Счастлирое будущее» из виртуального может не дойти до реального физического, но человек всегда будет к нему стремиться, а политики будут этим пользоваться. Это универсальный лозунг для всех стран «Сделать (Америку) снова великой».

Литература

1. Hodgekiss A. Do YOU have swiper's thumb? Rise of people with one digit bigger than the other due to excessive smartphone use // www.dailymail.co.uk/health/article-3631677/Do-swiper-s-thumb-Rise-people-one-digit-bigger-excessive-smartphone-use.html.
2. Заболевания пальцев у пользователей компьютера, игровых приставок, сотовых телефонов и смартфонов // spinet.ru/kendh/zabolevaniya_palcev.php.
3. That smartphone is giving your thumbs superpowers // www.sciencedaily.com/releases/2014/12/141223122218.htm.
4. Kotler P. a.o. Social marketing. Improving the quality of life. - Thousand Oaks etc., 2002.
5. Andreasen A.R. Social marketing in the 21st century. - Thousand Oaks etc., 2006.
6. Bornstein D. How to change the world. Social entrepreneurs and the power of new ideas. - New York, 2007.
7. McKenzie-Mohr D. a.o. Fostering sustainable behavior. - Gabriola Island, 1999.
8. O'Mallie S. Activism is mainstream again ... how can protests create change? // www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2017/mar/25/activism-mainstream-protests-create-change.
9. Мосс П. От Панамы до Спарты: краткая история утечек информации // www.bbc.com/russian/international/2016/04/160410_panama_sparta_history_of_leaks.
10. Donnell K. War in peace time. Ambiguous warfare and the resurgence of the Russian military // www.comec.org.uk/wp-content/uploads/2017/11/Occasional-Paper-No-9.pdf?x25948.
11. Thaler R.H., Sunstein C.R. Nudge. Improving decisions about health, wealth and happiness. - New York etc., 2009.
12. Hansen P.G. Nudge and the Manipulation of Choice // cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/D1ED64479FF868BD79FFE90E76A4AB54/S1867299X00002762a.pdf/div-class-title-nudge-and-the-manipulation-of-choice-div.pdf.
13. Hansen P.G. Notes on 'The Limits of Nudge: Ethics & Manipulation' // www.pelleonline.org/the-blog/notes-on-the-limits-of-nudge-ethics-manipulation.html?lang=da.
14. Hansen P. G. The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism: Does the Hand Fit the Glove? // www.lexxion.de/pdf/ejrr/Pelle_2016_01.pdf.
15. The Kitchen Debate: An exploration into Cold War ideologies and propaganda // www3.sympatico.ca/robsab/debate.html.
16. The Kitchen Debate - transcript // www.cia.gov/library/readingroom/docs/1959-07-24.pdf.
17. Ellul J. Propaganda. The formation of men's attitudes. - New York, 1973.
18. Горский К. 10 уроков Ингвара Кампрада: как завоевать мозг, сердце и детей покупателя // www.forbes.ru/biznes/356343-10-urokov-ingvara-kamprada-kak-zavoevat-mozg-serdce-i-detey-pokupatelya.
19. Почепцов Г. Перепрограммирование поведения с помощью телесериала как варианта медиакommunikаций // [jimazine.lviv.ua/anons2014/Pochepcov_Pereprogrammirovanie_p\[ovedeniya_s_pomoschjyu_seriala.htm](http://jimazine.lviv.ua/anons2014/Pochepcov_Pereprogrammirovanie_p[ovedeniya_s_pomoschjyu_seriala.htm).
20. Chapin J. a.o. Third-Force Influences: Hollywood's War Films // Parameters. - 2017. - Vol. 47. - N 3.
21. Antonopoulos N. a.o. Web Third-person effect in structural aspects of the information on media websites // ac.els-cdn.com/S0747563214006207/1-s2.0-S0747563214006207-main.pdf?_tid=9217c690-04d9-11e8-922c-00000aabb0f6c&acdnat=1517219494_14fcf6b0b259ee3157d83eecccd77d71.
22. Васильева Н. Фоновый послы фильма «Звёздные войны: Последние джедаи» // pandoraopen.ru/2018-01-13/fonovyj-posyl-filma-zvyozdnye-vojny-poslednie-dzhedai/.
23. Vary A. Joe Biden on gay marriage: 'Will and Grace' helped educate America // ew.com/article/2012/05/06/joe-biden-will-and-grace-gay-marriage/.
24. Joe Biden Cites 'Will & Grace' in Endorsement of Same-Sex Marriage (Video) // www.hollywoodreporter.com/live-feed/joe-biden-cites-will-grace-320724-0.
25. Shattuck K. 14 tv-shows that broke ground with gay and transgender characters // www.nytimes.com/2017/02/16/arts/television/14-tv-shows-that-broke-ground-with-gay-and-transgender-characters.html.

26. GLAAD - Where We Are on TV Report - 2016 // www.glaad.org/whereweareontv16.
27. Where we are on TV // glaad.org/files/WWAT/WWAT_GLAAD_2016-2017.pdf.
28. Mosley M. 'Forget walking 10,000 steps a day' // www.bbc.com/news/health-42864061.
29. Tequila // Iconic Mexico. An Encyclopedia from Acapulco to Z calo. Ed. by E. Zolov. -Santa barbara, 2015.
30. Коньяк и лимон: варварство или русская традиция // hodor.lol/post/48906/.
31. Jansson-Boyd C. How IKEA changed the way we shop // www.bbc.com/capital/story/20180201-how-ikea-has-changed-the-way-weshop.
32. Norgon M.I. a.o. The «IKEA Effect»: When Labor Leads to Love // www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/11-091.pdf.

УПРАВЛЕНИЕ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ С ПОМОЩЬЮ ЭМОЦИЙ И ОБРАЗОВ

Ни одно современное государство, даже активно заявляющее об отсутствии какой-либо идеологии, не может уйти от нормирования поведения, совершаемого теперь более мягкими способами. Любая задача, которая в прошлом стояла перед государствами, актуальна и для современных: от сбрасывания агрессии до воспитания патриотизма.

Миллионы людей всегда будут под чьим-то неусыпным оком, их поведение не будет оставлено без внимания. Сначала это делали религия и идеология, предписывая, какими должны быть правильные слова и поступки, и какими — неправильные. Кстати, вспомним, что любая религия и идеология очень жестко борются с нарушителями.

Главное отличие мягких методов управления от жестких состоит в их незаметности. Джозеф Най говорил о мягкой силе как о привлекающей, а не принуждающей. Мы можем добавить, что жесткие методы работают с телом как объектом, а мягкие — с разумом как объектом.	Мягкие методы управления	Жесткие методы управления
Ориентированы на	разум	тело
Заметны	нет	да
Тип действия	привлекают	принуждают

Незаметность мягкой силы не вызывает сопротивления, в отличие от принуждения, поэтому такие правила стараются вмонтировать в разум человека с помощью фонового, а не основного сообщения. Например, развлекательность может быть первичным сообщением и программированием поведения, вводимым в качестве фона.

Государства активно изучают массовое поведение, чтобы уметь им управлять. В Великобритании исследуют поведение футбольных болельщиков, чтобы уменьшить вероятность насилия во взаимоотношениях болельщиков и полиции. После любых вспышек стихийного поведения они становятся предметом изучения. Например, активно изучались беспорядки в Лондоне: какова была демографическая и социальная структура протестующих, из каких они районов, школ, какой у них уровень образования.

Кстати, большинство из них оказались из числа тех, кто в школе получал бесплатные завтраки, — то есть из неимущих семей. А после взрыва в лондонском метро началось изучение поведения людей, оказавшихся на месте происшествия, в частности, помогали они друг другу или нет.

Кино и телевидение унифицировали эмоциональные реакции населения не только своих стран, но и всего мира. Дальнейшая унификация пришла с интернетом. Интернет стал косвенным продуктом глобализации, которую часть стран расценили — и справедливо — как вестернизацию. Это стало причиной охлаждения отношений США и ряда мусульманских стран, воспринявших такое развитие негативно, так как в их системе государство и религия являются единым организмом. Иран, например, в ответ сделал свою детскую мультипликацию и свою Барби, защищаясь не по методу запрета, а путем создания своего собственного символического продукта.

Кукла Барби несет в себе три ипостаси: на уровне физическом это детская кукла в конкретном типе одежды, конкретного телосложения и расы. На уровне виртуальном для иранской семьи она оказалась слишком раскрепощенной, символизируя иной тип поведения, чем это принято в мусульманской семье. Так как на информационном уровне носитель мусульманской культуры считает одну информацию, носитель западной — другую, в результате чего и формируется конфликт.

Такое ценностное управление во многом является результатом сегодняшнего дня, где основным сюжетом стала борьба хороших героев против злодеев. Исследовательница Кэтрин Николс отмечает, что в исходном фольклоре такой ценностной подоплеки не было: «В старых сказках никто не бьется за ценности. Отдельные рассказы могут демонстрировать доблесть, честь или гостеприимство, но в сказках нет согласия по поводу того, какие действия хорошие, а какие — плохие. Когда герои получают возмездие за то, что не послушались совета, например, всегда есть другая близкая история, где герой выживает только потому, что послушался его. Защита последовательного набора ценностей настолько центральна для логики новейших сюжетов, что само рассказывание часто меняется, чтобы создать ценности для таких героев, как Тор или Локи, которые в исландских Эддах XVI столетия обладали характерами, а не последовательными моральными ориентациями» [1].

Из этого следует, что современные моральные системы более упорядочены и понятны, что ведет к обязательности определенных типов поведения, и именно их пытаются программировать в гражданах современное общество, используя для этого все имеющиеся в его руках средства.

Влияние кинопродукции на смену поведения изучалось уже много раз. Это связано с так называемым процессом погружения в иную реальность, откуда зритель перенимает некоторые правила поведения. Он погружается в жизнь героя, принимая его модель мира.

Из последних примеров такого рода можно упомянуть «покаяние» актера Павла Майкова из-за участия в сериале «Бригада», поскольку романтизация в нем преступности привела молодежь к криминалу [2]. Кроме того, исследователи увидели, что фильм «300 спартанцев» усиливает авторитарные тенденции, в то время как лента «V значит вендетта» имеет противоположный эффект [3].

В свое время активно изучалось влияние на молодежь книг о Гарри Поттере [4-6]. 60% людей, прочитавших книги, на выборах президента США голосовали за Барака Обаму, в то же время 83% плохо оценивали работу его же администрации. Правда, тут следует помнить, что студенты и профессора в принципе исповедуют более демократические ценности. В 2016 году на выборах Трампа также была сделана попытка «привязать» кандидатку Хиллари Клинтон к фанам Поттера, о чем рассказывает журнал Time [7].

С одной стороны, мы имеем «Гарри Поттера» как модель мира, позволяющую его читателям переносить эту модель на реальность. С другой, как отмечает издание The Guardian, эти книги воспитали новое поколение, более открытое, которое просто видит мир по-другому [8]. Плюс к этому проявилось общее беспокойство, которое выразилось, например, в скачке продаж романов «1984» Джорджа Оруэлла и «Рассказа служанки» Маргарет Этвуд в момент президентских выборов в Америке, поскольку в них рисовался негативный образ приближающегося будущего [9]. Исследовательница Даяна Матц проверила воздействие не только книг, но и фильмов о Гарри Поттере, придя к выводу, что поклонники Поттера, скорее всего, не будут голосовать за Трампа [10-11].

Серьезное влияние виртуальности индустриального типа, когда одно сообщение мгновенно получают миллионы, началось с телевидения. Оно усилило модель «звезд», которая пришла с кино, а также все процессы глобализации и связности. В результате западные герои фильмов стали вытеснять местную продукцию.

Гарольд Иннис писал, что религия заинтересована в коммуникации во времени, а государство — в пространстве [12]. Парадоксально, но телевидение тоже работает на преодоление пространства, а не времени. Отсюда исчезновение почти всего телевизионного продукта со временем; зато с его помощью достигается нужный эффект охвата, который очень интересен политикам и государству.

Часто вспоминают, что улицы пусты, когда в СССР шел мексиканский сериал «Просто Мария», — все спешили домой, чтобы его посмотреть. Советские зрители смотрели этот сериал, как и «Санта-Барбару», теми глазами, которыми смотрят новости, другого опыта у этого зрителя не было. Потом они применили этот телевизионный опыт в жизни, когда началась перестройка, сочтя виртуальность реальностью.

Телевизионные новости, несомненно, нужны человеку для выживания. Конечно, в первую очередь новости локальные, например, прогноз погоды. Но государства заменили реальные интересы людей искусственными. С телеэкрана постоянно можно услышать мысли политиков, не имеющие никакого значения для повседневной жизни, а служащие только для поддержания политического имиджа. Это искусственное привлечение внимания, попытка создать из людей «пикейных жилетов», обсуждающих несуществующие новости.

Так как у телевидения не было конкурента, оно захватило и индивидуальное, и массовое сознание. И, как отмечает Хоссейн Деракшан, пошло еще дальше, повлияв на наш мир и вызвав необратимые последствия: «Доминирование телевидения не ограничивается нашими жилыми комнатами. Оно уничтожило все привычки разума, фундаментально изменяя наш опыт мира, влияя на ведение политики, религии, бизнеса и культуры. Оно сократило многие аспекты современной жизни до развлечения, шокирующих историй и коммерции» [13]. Сегодня, правда, разрушилась старая модель просмотра телевизора всей семьей, поскольку молодежь предпочитает использовать для этого свои мобильные устройства [14].

Интернет возник как поток текстовый, то есть был противоположен телевидению. Ярким примером этого явления можно считать «Википедию». Анализ ее показал высокий уровень объективности, сравнимый с «Британской энциклопедией» [15-16]. Уровень ошибок почти равный: 3,86 ошибки на статью в первой и 2,92 — во второй.

Эмоциональную трансформацию социальных медиа трактуют как действия по модели телевидения. Хоссейн Деракшан пишет: «Социальные медиа колонизировали сети в пользу телевизионных ценностей. Медиа от Facebook до Instagram перевели наше внимание на видео и картинки, вознаграждая эмоциональные обращения, а не рациональные. Вместо поиска знания мы включаемся в бесконечный поиск одобрения от аудитории, и именно ради этого мы постоянно неосознанно действуем» [13].

Внимание не только к информационному пространству, но и к пространству виртуальному (фильмы, сериалы, видеоигры) проистекает из того, что «эмоциональная информация», под которой мы будем понимать информацию, помещенную в эмоциональные контексты, лучше сохраняется в памяти и имеет более сильное воздействие. Это стратегический вариант влияния, в отличие от чистой информации, которая в большинстве случаев имеет тактический характер. Газетная информация меняется ежедневно и ежечасно, тогда как виртуальная может жить десятилетиями.

Мир сегодня устремился к освоению всего нематериального. Ранее религия и идеология также стояли выше в иерархии ценностей. Но они несли ценности сугубо виртуальные. А сегодня на первое место выходит то, что можно обозначить как определенное соединение материального и виртуального. Это соцсети, видеоигры, даже телесериалы, поскольку все они забирают человека из материального мира, усаживая на долгие часы перед экраном. Сезон телесериала теперь можно смотреть хоть целый день без перерыва, а с видеоиграми это произошло еще раньше. Речь идет уже не о разовом подключении к виртуальному, а о постоянном.

Сценарии этих продуктов постоянно переписываются и корректируются представителями материального мира. Когда это происходило с советским кино, мы называли это пропагандой. Но как можно это назвать сейчас?

Все силовые ведомства имеют свое представительство в Голливуде, активно корректируя именно виртуальную реальность. Один из таких примеров — кибердрама «Связи нет» (Disconnect) [17-18]. Режиссер Генри-Алекс Рубин говорит об этом сотрудничестве с ФБР: «Они понимают, что восприятие — это все. Чем большее число людей будут воспринимать их хорошо, тем легче им будет работать».

Американские сериалы «Охотник за разумом», «Скорпион», «Восприятие» отражают еще одну важную особенность воздействия на массовое сознание. Кроме привязки к ФБР, сильному и могучему, они разрушают восприятие людей с психическими

отклонениями как чужих или ненужных обществу. В этих сериалах именно такие люди стоят в центре следствия, видят то, что недоступно обычному человеку. Множество сериалов создают героя из нормального человека, как это происходит в сериале типа «Квантико» [19]. Однако в вышеупомянутых сериалах снимается «стигматизация», выталкивание такого человека за пределы нормы. Он просто другой, но такой же нужный всем нам.

Подобного рода сериалы не отталкивают зрителя, а привлекают. Это происходит из-за отсутствия прямых попыток рассказа в стиле «какие мы хорошие». Эмоции закрывают рациональные месседжи.

При чисто пропагандистских попытках, когда такого рода интервенции подаются не только в виде фона, а и как основной посыл, создателей ждет неприятие фильма зрителями. Он должен быть стратегически каноническим, а тактически возможны разные варианты.

В России, например, появились разгромные рецензии на фильм «Крым» режиссера Алексея Пиманова и сериал «Спящие» режиссера Юрия Быкова (его показал кремлевский Первый канал) даже со стороны «правильных» критиков. Это продемонстрировало сложность соединения воедино двух начал — стратегического и тактического. Фильм, как продукт виртуальный, не может быть агиткой, поскольку она является продуктом тактического порядка.

Режиссер «Спящих» Быков под шквалом критики вообще объявил, что уходит из кино: «Мне придется уйти надолго в тень — и даже не для того, чтобы мои преступления забыли, а для того, чтобы не раздражать собой окружающий мир и тем более не сбивать с толку людей, которые действительно хотят верить в то, что что-то возможно изменить» [20].

Какова же была эта критика? В основном люди не хотели видеть модель пропаганды советского времени. И это понятно, ведь советская и постсоветская пропаганды функционировали в других условиях. В прошлом срабатывала прямая пропаганда, сегодня же может работать только косвенный подход.

Приведем некоторые отзывы критиков.

Colta.ru: «В чем опасность этого сериала? Разве мы из новостей не знаем, что Россия находится в кольце врагов, а оппозиционеры сами себя убивают, лишь бы насолить родному государству? Но в новостях нет такого накала чувств. Сериал — возможность вбить в сердце зрителя идеологические максимы под прикрытием поцелуев. Носителем вредных либеральных идей будет, разумеется, злодей. Зритель даже не будет особо вслушиваться в его аргументы — чего хорошего можно ожидать от человека, который ладно агент ЦРУ, но изменяет своей жене с женой героя Федора Бондарчука, это страшнее. Тогда как положительный эфэбэшник нежным баритоном объяснит возлюбленной, что всемирный заговор против России — правда, и только он и его товарищи могут спасти страну от катастрофы».

Sputnikpogrom.com: «Это даже не вольный пересказ великого труда «За кулисами диверсий». Это аниме. Причем аниме уникальное — в виде производственного романа. Ну, знаете, в СССР была популярной литература про то, как весь завод стремится выполнить план, и главный герой, бригадир Семен, героически преодолевает трудности, чтобы все-таки успеть наштамповать нужное количество

рельсов для советской родины. В отсутствие противостояния ценностей и идеологий Минаеву пришлось сделать главную шпионскую интригу следующей, я сейчас опять буду буквально пересказывать, только не упадите со стула. Россия и Китай заключают контракт на строительство газопровода «Сила дракона» (то есть «Сила Сибири»), а американцы стремятся контракт сорвать, для чего устраивают нападение на посольство РФ в Ливии, а затем убивают 32 человека в Москве в надежде организовать майдан, потому что китайцы майдана испугаются и газопровод строить не будут».

Znak.com: «Классика жанра берет свое: рыцари Лубянки должны непременно пустить скупые мужские слезы, упоминаются УПА-УНСО и прочие отряды, воевавшие на стороне боевиков во вторую чеченскую. И само собой, что все негодяи уедут в Киев. А предатель Иван накачается в дым виски и начнет орать, что он — за демократию и свободу. Ну чем не кадр из еще не выпущенного, но уже монтируемого продолжения «Анатомии протеста»?»

В то время как автор «РИА Новости» написала: «Возможно, возмущающаяся интеллигенция права, и ее образ в сериале несправедливо гиперболизирован в негативном смысле. Вот только ее сплоченная реакция на «Спящих», позорная травля режиссера, продемонстрированная нетерпимость к чужому мнению и тоталитарность мышления дают основания всей стране думать, что у создателей сериала были серьезные основания нарисовать именно такой ее портрет».

Сегодня эмоции стали исследовать все более объективно. С одной стороны, это запрос от бизнеса и военных — давать эмоциональную картинку массового сознания с его реакциями на конкретные события. Сегодня ученые, исследовав фотографии в Instagram, идентифицировали 70% пользователей с депрессией [21-22]. Другие исследователи по анализу 280 тысяч твитов определили девять из десяти людей, имеющих посттравматический синдром [23].

С другой стороны, все коммерческие проекты, в которые сегодня превратились кино и литература, нуждаются в объективации своих подходов, чтобы иметь возможность прогнозировать финансовый успех своего виртуального продукта (об этом, например, идет речь в книге «Код бестселлера» Джоди Арчера и Мэтью Джокерса [24]).

При этом технологии могут сделать наше будущее еще более мрачным, чем сегодняшней день. Если книги вроде «Кода бестселлера» отражают определенную автоматизацию роли автора, то нас ждет и автоматизация роли читателя, когда эмоции могут не только порождаться, но и контролироваться.

Ученый Юваль Харари говорит так: «У нас все еще нет технологий, с помощью которых мы могли бы залезть под кожу. Но это вопрос, возможно, 5–10 лет. Яркий пример. Представьте, что вы живете в Северной Корее. И у вас на руке есть браслет, который постоянно мониторит процессы внутри вашего тела. И вот вы заходите в комнату, где висит портрет глубокоуважаемого лидера. А браслет будет фиксировать, что происходит с вашими мозгом, давлением, телом, когда вы видите это фото. Именно это и следует понимать под термином «электронная диктатура» [30].

Такое будущее вряд ли можно назвать привлекательным. Но ведь мы не всегда получаем то, к чему стремимся. В любом случае не следует смотреть на будущее как на что-то однозначно положительное. Оно может принести все что угодно.

Литература

1. Nichols C. The good guy bad guy myth // aeon.co/essays/why-is-pop-culture-obsessed-with-battles-between-good-and-evil.
2. «Преступление против России»: Майков покаялся за роль в «Бригаде» // news.rambler.ru/star-life/39021787/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
3. Dolan E.V. Study finds evidence that films can activate authoritarian tendencies // www.psyopost.org/2018/01/study-finds-evidence-films-can-activate-authoritarian-tendencies-50626.
4. Gierzynski A. Harry Potter and the Millennials: Research Methods and the Politics of the Muggle Generation. - Baltimore, 2013.
5. President Obama Can Thank Harry Potter For The Youth Vote, Says Professor // www.inquisitr.com/903576/president-obama-can-thank-harry-potter-for-the-youth-vote-says-professor/.
6. Yandoli K.L. 5 lessons Harry Potter taught us about liberal politics // mic.com/articles/73175/5-lessons-harry-potter-taught-us-about-liberal-politics#.f9hRQOJaf.
7. Ross A. How Harry Potter Fans See the Presidential Election // time.com/4551438/harry-potter-donald-trump-voldermort-hillary-clinton-hermione/.
8. Nicholson R. He who must not be named: how Harry Potter helps make sense of Trump's world // www.theguardian.com/books/2017/mar/13/he-who-must-not-be-named-how-harry-potter-helps-make-sense-of-trumps-world.
9. Atwood M. The Handmaid's Tale sales boosted by fear of Trump // www.theguardian.com/books/2017/feb/11/margaret-atwood-handmaids-tale-sales-trump.
10. Mutz D. Harry Potter and the Deathly Donald? // iscap.upenn.edu/sites/default/files/HarryPotterDeathly-Donald160718.pdf.
11. Sheehan D. People Who Read Harry Potter Are More Likely to Disapprove of Donald Trump, Says New Study // www.popsugar.com/news/Reading-Harry-Potter-Influences-Political-Opinions-42268389.
12. Innis H.A. Empire and communications. - Toronto, 2007.
13. Derakhshan H. How social media endangers knowledge // www.wired.com/story/wikipedias-fate-shows-how-the-web-endangers-knowledge/.
14. Coughlan S. The end of watching TV as a family // www.bbc.com/news/education-42887044.
15. Terdiman D. Study: Wikipedia as accurate as Britannica // www.cnet.com/news/study-wikipedia-as-accurate-as-britannica/.
16. Giles J. Internet encyclopaedias go head to head // www.nature.com/articles/438900a.
17. Lange A. Operation: Hollywood // www.buzzfeed.com/arianelange/fbi-in-hollywood?utm_term=.ub6Q33qo5#.furGOO0Nr.
18. Бегиашвили А. Операция «Hollywood». BuzzFeed нашло свидетельства того, как в обмен на помощь ФБР в Голливуде переписывают сценарии // theins.ru/perevody/74820.
19. Miller G.E. How Real Are TV's FBI Agents? We Investigate Fall Shows to Find Out // www.tvinsider.com/56799/how-real-are-tvs-fbi-agents-quantico-limitless-blindspot/.
20. Режиссер сериала «Спящие» Юрий Быков объявил об уходе из кино // www.rbc.ru/society/13/10/2017/59e0f3e19a79472fdecbeacc.
21. Montague J. How your social media betrays your mood // www.bbc.com/future/story/20180201-how-your-social-media-betrays-your-mood.
22. Reece A.G. a.o. Instagram photos reveal predictive markers of depression // epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds/s13688-017-0110-z.
23. Reece A.G. a.o. Forecasting the onset and course of mental illness with Twitter data // www.uvm.edu/~cdanfort/research/2017-reece-scirep.pdf.
24. Арчер Д. и др. Код бестселлера. - М., 2017.
25. Израильский ученый: «Мы достигли точки, когда можем взломать не только компьютеры, но и человеческий или любой другой организм» // zn.ua/socium/izraelskiy-uchenyy-my-dostigli-tochki-kogda-mozhem-vzломat-ne-tolko-kompyutery-no-i-chelovecheskiy-ili-lyuboy-drugoy-organizm-274085_.html.

ФЕЙКИ СОЦМЕДИА КОНСТРУИРУЮТ ДИНАМИЧНО МЕНЯЮЩИЙСЯ ТЕКСТ В НАШИХ ГОЛОВАХ

Мы ошибочно трактуем Facebook как разовые интервенции, ведь в результате его воздействия получается какой-то вариант единого текста. Это уже не независимые интервенции, а зависимый от всех них конечный текст.

Мир не перестает удивляться активности фейкопорождающих машин. После первого шока исследователи приступили к поиску более базовых характеристик фейков, в то время как законодатели ищут юридические пути борьбы с ними.

Социальные медиа обеспечили информационную среду для фейков, породив множественность источников информации. А в своей основе именно наличие отдельного источника претендует на возникновение своей собственной правды.

В случае религии источник был один — Библия, все остальные, скажем, священники — могли лишь интерпретировать происходящее вокруг с помощью священного текста. Эти ограничения поддерживались «малым» производством информационного материала в виде рукописей. Вмешательство церкви было и здесь, когда монастыри в средние века решали, что из текстов на папирусе переводить на долгоживущий пергамент, а что — нет. По этой причине Гарольд Иннис называл монастыри монополистами знаний [1]. Ведь они могли признавать одни знания правильными, другие нет, тем самым уничтожая их, как происходило с текстами Аристотеля, признанными языческими и потому не имевшими права на фиксацию на пергаменте.

Книгопечатание выступило в роли разрушителя этой монополии, став первым примером множественности источников. Это сразу существенно трансформировало все, что строилось на информационной основе. Это религия, наука, образование, литература. Мир получил разделение церквей, объективную науку, роман как литературный жанр, государства, построенные по национальному признаку. То есть книгопечатание сформировало современный мир, в котором мы жили до сегодняшнего дня.

Социальные медиа тоже разрушили монополию. В результате чего возникли постправда, фейки, связанные со своими собственными информационными источниками. Многие последствия функционирования этой новой социально-информационной среды еще непонятны до конца. Исследователи, например, фиксируют: «Социальные медиа трансформируют публичный дискурс способом, который нам неясен. Возьмите, например, Facebook. Два миллиарда людей по всему миру и 200 миллионов в Соединенных Штатах используют Facebook для получения новостей, обсуждения политики, вхождения в политические движения и связи с друзьями и семьей. Платформа стала базой нашего социального взаимодействия, средством создания и поддержания человеческих отношений. Facebook распространяет наши месседжи, но также определяет, какие наши сигналы будут усилены, подавлены или изменены. Facebook — это не просто переносчик социальных медиа, но полностью

новая социально-коммуникативная среда. Мы должны понять, как она работает, как Facebook влияет на отношения между его пользователями и искажает потоки информации между ними» [2-3].

Из этого следует, что мы ошибочно трактуем Facebook как разовые интервенции, ведь в результате его воздействия появляется какой-то вариант единого текста. Это уже не независимые интервенции, а зависимый от всех них конечный текст. Именно он формирует общественное мнение в пылу дискуссий и споров. Это не текст в его фиксированной вербальной форме, а результат определенного суммарного «голосования» множества воздействий. Этого текста нет ни в вербальной форме, ни в реальности, он есть только в наших головах, являясь результатом многочисленного и многомерного воздействия.

Это необычный вариант не фиксированного, а динамично меняющегося текста. Две противоположные точки зрения, как минимум, пытаются опровергнуть друг друга, чем привлекается еще большее внимание пассивных пользователей. Динамичный текст как результат интенсивных дебатов иногда выливается в уличные демонстрации, как это было в случае президентских выборов в США. Люди выходят на улицу, увидев достижение справедливости в том, что они побьют представителей другой точки зрения.

Такое серьезное влияние социальных медиа связано, несомненно, с тем, что поменялся статус информационного и виртуального компонентов по отношению к компоненту физическому. Общества прошлого основную свою силу видели в физической среде. Но постепенно две другие среды — информационная, а за ней и виртуальная — стали использоваться все сильнее и сильнее. Пришло понятие информационной войны, а население большую часть своего свободного времени проводит теперь в виртуальном пространстве (телесериалы, видеоигры), то есть «живет» уже не в физическом пространстве.

Поскольку Cambridge Analytica базировалась на психологическом воздействии, которое вытекало из пионерских работ Михала Косински, приведем его с коллегами мнение об этой области в целом: «Убеждающие массовые коммуникации направлены на подталкивание больших групп людей поверить и действовать в интересах коммуникатора. Это используют правительства, чтобы перевести людей на здоровое поведение, специалисты по маркетингу, чтобы получить и удержать потребителей, а также политические партии, чтобы мобилизовать голосующих. Исследования показывают, что убеждающая коммуникация становится особенно эффективной, когда она привязана к уникальным психологическим характеристикам и мотивациям людей. Этот подход мы называем психологическим убеждением» [4].

И название этой статьи также говорит само за себя — «Психологическое нацеливание как эффективный подход к дигитальному массовому убеждению». То есть сегодня происходит смена терминологии: **«микротаргетинг» становится «психологическим таргетингом», что лучше отражает суть самой технологии.**

Постепенно вскрываются все новые и новые точки применения этих технологий, как и новые подробности предыдущих информационных интервенций [5-10].

Заговорили о новом контроле над мыслями, цитируя Замятина и Оруэлла [11]. Причем это невидимый вариант контроля, например, с помощью поиска. Google не раскрывает свой алгоритм выдачи, но подсчитано, что 50% кликов идут на первые две ссылки, а в целом более 90% — на первые десять результатов поиска. Тысячи других результатов никто не смотрит.

Возник даже понятный призыв перестать все называть фейками [12-13]. Пришел также новый термин «инфобеспорядок» (анализ этого нового понимания информационных искажений см. в [14-15]). Здесь предлагается различать измерения вреда и лжи, как, собственно говоря, делают и другие исследователи, как и Facebook, когда они говорят о намеренном или случайном введении в заблуждение.

Вводится три разных единицы, которые не так различимы терминологически: **Mis-information, Dis-information, Mal-information**. Их можно обозначить следующим образом:

- случайная информация, когда имеет место распространение ложной информации без цели нанести этим вред;
- дезинформация, когда ложная информация распространяется для нанесения вреда;
- вредная информация, когда распространяется подлинная информация для нанесения вреда, примером может быть вбрасывание личной информации в публичную сферу.

Новым здесь действительно стало дополнение по поводу того, что правдивая информация может выступать в роли вредной, когда она незаконно переходит из личной защищенной сферы в публичную, становясь достоянием всех.

В порождении информационного беспорядка выделяются три стадии:

- создание: когда сообщение создается;
- производство: когда сообщение превращается в медийный продукт;
- распространение: когда сообщение распространяется или делается публичным.

Месседж лучше распространяется, когда у него есть такие четыре характеристики:

- он вызывает эмоциональную реакцию
- у него есть сильная визуальная составляющая
- в нем есть сильный нарратив
- он повторяется

Европейская комиссия также выступила с экспертным докладом «Многомерный подход к дезинформации» [16-18]. Они сознательно уходят от термина «фейк», поскольку он, во-первых, слабо отражает сложную проблему дезинформации, когда одновременно может быть использована фальшивая и правдивая информация. Во-вторых, термин «фейк» уводит ситуацию в другую сторону, когда политики используют его, чтобы бороться с информацией, с которой не согласны. По этой причине граждане связывают фейки с партийными дебатами, а не с дезинформацией.

Реально только сейчас исследователи пришли к необходимости расклассифицировать разные типы отклонений и искажений. Это отражение и того, что вся сфера информационных войн по сегодняшний день остается недостаточно проанализированной терминологически. Все пользуются своими собственными терминами для сходных по типу информационных действий: военные, дипломаты, политики и бизнес.

Однако впереди еще долгий период непонимания, что есть что, если даже в сфере кибератак все время возвращаются к тем же проблемам, например, определению того, что является кибератакой иностранной державы, и чем она отличается от промышленного шпионажа или чей-то глупой шутки [19].

Подобную ситуацию мы наблюдаем сегодня и в мире фейков, которую Дмитрий Быков иронически описал следующим образом: «Сегодня каждый воспринимает ту часть истины, которая согласуется с его представлениями. Вероятно, в мире, где столько информации, каждый вполне заслуженно отбирает ту, которая не противоречит его картине мира» [20]. Каждый раз новые технологии приносят в мир не только то, что было задумано, то есть позитивные последствия, но и ряд последствий негативных. Эти последствия проявляются в полную силу, поскольку человек не готов к столь стремительному изменению своей среды. Он плывет на волне позитива, чтобы потом окунуться с головой в море негатива, о котором никто не задумывался, запуская в мир эти новшества.

Мы наблюдаем сегодня процессы, которые демонстрируют, как информационное пространство все больше разрывает свои связи с пространством физическим, на отражении которого оно было построено. Правда, Юваль Харари все время подчеркивает, что именно вымысел создал человечество, поскольку позволил объединить людей в крупные социальные общности, что не встречается у животных из-за отсутствия подобных объединяющих коллективных представлений — от сказок до религий.

Литература

1. Почепцов Г. Новые медиа теории: Гарольд Иннис // psyfactor.org/lib/newmedia3.htm.
2. Abdo A. Facebook is shaping public discourse. We need to understand how // www.theguardian.com/commentisfree/2018/sep/15/facebook-twitter-social-media-public-discourse.
3. Lepore J. The hacking of America // www.nytimes.com/2018/09/14/sunday-review/politics-disruption-media-technology.html.
4. Matz S.C. a.o. Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion // www.pnas.org/content/early/2017/11/07/1710966114.
5. Taub A. a.o. Facebook Fueled Anti-Refugee Attacks in Germany, New Research Suggests // www.nytimes.com/2018/08/21/world/europe/facebook-refugee-attacks-germany.html?hp&action=click&pg-type=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
6. Helmus T.S. a.o. Russian Social Media Influence. Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe. - Santa Monica, 2018.
7. Bajrovic R. a.o. Hanging by a Thread: Russia's Strategy of Destabilization in Montenegro // www.fpri.org/wp-content/uploads/2018/07/kraemer-rfp5.pdf?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=kremlin_watch_briefing_the_night_wolves_a_russian_biker_gang_are_a_tool_of_russian_intelligence&utm_term=2018-07-18.

8. Спрингье И. Как российская пропаганда в странах Балтии превращается в провокационные новости // ru.rebaltica.lv/2017/03/274/.
9. Oxford Study: Political Data Mining Companies Are Manipulating Elections Around the World // therealnews.com/stories/oxford-study-political-data-mining-companies-are-manipulating-elections-around-the-world.
10. Российская модель пропаганды: «Пожарный шланг с потоками лжи» // detector.media/withoutsection/article/140957/2018-09-12-rossiiskaya-model-propagandy-pozharnyi-shlang-s-potokami-lzhi/.
11. Epstein R. The new mind control // aeon.co/essays/how-the-internet-flips-elections-and-alters-our-thoughts.
12. Funke D. Reporters: Stop calling everything 'fake news' // amp.poynter.org/news/reporters-stop-calling-everything-fake-news?__twitter_impression=true.
13. Funke D. Should we stop saying 'fake news'? // www.poynter.org/news/should-we-stop-saying-fake-news.
14. Wardle C. a.o. One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online // firstdraftnews.org/coe_infodisorder/.
15. Wardle C. a.o. Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking // firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation-1.pdf.
16. Cruz C.J. a.o. Six Key Points from the EU High Level Group's New Report on Disinformation // firstdraftnews.org/eu-report-disinformation/.
17. Final report of the high level expert group on fake news and online discrimination // ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation.
18. A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation // ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation.
19. Wheeler T. In cyberwar, there are no rules // foreignpolicy.com/2018/09/12/in-cyber-war-there-are-no-rules-cybersecurity-war-defense/.
20. Быков Д. Правильный выбор Маргариты Симоньян // snob.ru/entry/165712.

СОЗДАЮЩИЕ ХАОС ФЕЙКИ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Мир постоянно воюет с носителями другой модели мира, и делает это то мирными, то военными методами.

Фейки выступают как триггеры дискуссий в соцмедиа. Ради этого их и запускают. Если вы в них не верите, то будете спорить, тем самым информационно поддерживая как свою версию, так и чужую, повторяя в споре и ее. Если же верите, то будете распространять, чтобы поддержать правильную точку зрения. В любом случае скорость распространения возрастает.

В результате дискуссии или обсуждения в соцсетях в головах участников образуется новый текст, который можно назвать **суммирующим**. Известен такой феномен: переубедить человека, убедив его в его же неправоте, очень сложно, так как в результате дискуссий он лишь усиливает свою предрасположенность к той или иной точке зрения.

Сегодня возникла серьезная проблема: социальные медиа способствуют разрушению демократии. Джонатан Хейдт говорит, что социальные медиа представляют серьезнейшую проблему: «В связи с тем, что мы все погружены в постоянный поток невероятных оскорблений, распространяемых другой стороной, я не вижу, как мы сможем верить друг другу и снова работать вместе. Я не знаю, что мы должны сделать с социальными медиа. Надеюсь, что будущие поколения научатся ответственности за социальные медиа и будут общаться, не демонизируя других. Мы должны признать, что мы в кризисе и что разделение на левых и правых, скорее всего, нельзя изменить. [...] Поляризация останется на многие десятилетия и, возможно, еще и ухудшится, поэтому возникает вопрос: как адаптировать нашу демократию к жизни в условиях интенсивной поляризации?» [1].

И еще одно его важное замечание: «Политика всегда имеет дело с фракциями, это всегда соперничающие группы. Во времена отцов-основателей эти группы базировались на экономических интересах — северные промышленники против южных аграриев. Но в мире, где разделение основано на расе или этнической принадлежности, а не на экономических интересах, это наихудший вариант мира. Это наиболее непокорный мир, в котором мы можем обитать, и он может привести нас к самым ужасным последствиям».

Информация теперь равняется действию, потому с ней и ведут борьбу. Да и для того, чтобы о физическом действии стало известно, о нем нужно рассказать, и рассказать широкой аудитории. Таким образом, в центре системы теперь стоит действие не физическое, как было в прошлом, а информационное. Можно спрогнозировать, что в будущем вообще будет виртуальное действие, взятое или из телефильма, или из видеоигры.

Вот, например, куда движется трансформация игр: «В игре «Метро 2033» дан зеленый свет открытой политической пропаганде. На первый раз был небольшой эпизод, в котором персонаж-коммунист, передразнивая манеру речи Ленина, поет «Интернационал», а затем затыкает рот подчиненному, задающему «неудобный» вопрос об отношении марксизма к двухголым мутантам. Такое «остроумие» должно вызвать антипатию игрока к одной из группировок игры — коммунистам. И хотя в том же эпизоде коммунисты ведут бой с фашистами, антипатия все равно навязывается — на уровне эмоций.

Любопытная деталь, что данный эпизод был заимствован из книги «Метро 2033», только забойный вопрос о мутантах герой Глуховского задавал проповеднику свидетелей Иеговы. Надо полагать, аналогия между религиозной сектой и светской партией построена именно на этом — нежелании обсуждать двухголовых монстров» [2].

Опасения по поводу определенной несовместимости соцмедиа и демократии высказывают многие. Например, Фрэнсис Фукуяма, рассуждающий об интернете: «Идея была в том, что он станет средством демократии, даст людям доступ к информации и поэтому к власти. Но думается, что все редакторы, «привратники», проверяющие факты, которые были частью старых медиа, были на самом деле чрезвычайно полезны, просто замедляя распространение ложной информации и гарантируя определенный минимальный уровень качества. Все это сегодня ушло. Поэтому в основном всё, что вы видите в интернете, кажется таким же хорошим, как всё остальное» [3].

Мы помним, что действительно интернет был инструментарием, с помощью которого пытались делать революции. Тогда в госдепартаменте появился «технический гуру» Алек Росс, пост которого официально назывался «специальный советник по инновациям». С ним связывали некоторые революционные потрясения. Однако он сам высказывался более мягко: «Росс всегда отвергал идею, что инновация касается конкретных инструментов типа Twitter или Facebook. Он часто говорил, что «нет такой вещи, как twitter-революция», настаивая, что социальные медиа являются просто средством, которым революционеры могут воспользоваться, чтобы организовать и распространять свои идеи и планы. «Это скорее касается того, как вести дипломатию за пределами формального взаимодействия между государствами» [4].

В одной из статей он сравнивал Эстонию и Беларусь как страны, которые одновременно двинулись вперед по разным направлениям [5]. Разные результаты он выводит из того, что открытым быть лучше, чем закрытым.

Он пишет: «Подлинный успех Эстонии отражает не только статистика, но также то место, которое она занимает среди ведущих центров инновации в мире. Эстония не создала кампанию за миллиард, как Google, но она достигла значимых успехов, например, создав Skype. Еще более важно то, что она запустила инновации так, что ей могут позавидовать все, включая Силиконовую долину. Делая это, она улучшила свою гражданскую и политическую жизнь способом, который делает ее такой, как другие места в мире для индустрий будущего».

В своих ранних работах он был более оптимистичен, накрепко связывая социальные медиа и политических диссидентов. Опираясь на опыт революций, он говорит о важной роли именно технологий [6-7]. При этом акцентирует такие факторы:

- технологии ускоряют политические изменения, связывая группы одинаково мыслящих людей;
- социальные медиа усиливают слабые связи, собирая людей разных интересов в онлайн для протестов в оффлайне;
- социальные медиа обеспечивают создание безлидерных организаций, это распределенное лидерство, где нет единой главной фигуры;
- социальные медиа помогают включению в новостные циклы медиа мейнстрима.

Со многими из этих наблюдений можно согласиться, поскольку соцмедиа удалось создать **микс группы и индивида**. Это управляемая группа с единым поведением, что наиболее опасно для государства, а возможностей арестовать руководящее ядро как бы и нет.

И еще одно его мнение, теперь уже из далекого 2012 года. Росс говорит о власти граждан: «Для меня дигитальная революция определяется как существенный сдвиг власти, который произошел от иерархий к гражданам и сетям граждан в результате мощных дигитальных технологий. В практическом плане это означает, что обычный гражданин сегодня имеет власть, которой не было еще пять лет назад. Любой человек со смартфоном имеет возможность глобального охвата, который был когда-то только у правительств и больших медиакомпаний. Это смещение власти трансформировало бизнес, коммуникации и управление» [8].

Росс говорит правильно, но не акцентирует, почему эта связность имеет реальную силу. Дело в том, что она спрятана не столько в связности, сколько в переходе от закрытого общества, контролирующего всю информацию, к открытому, которое не может контролировать всю информацию. Именно благодаря этому у людей открываются глаза, они видят другие картинки действительности, которые в результате хотят увидеть у себя дома. Однако люди не знают, что не достигнут западного уровня экономики, который покори́л их в увиденных фильмах. И, вероятно, не достигнут никогда. И такого же уровня демократии они тоже не достигнут. Все это мы наблюдаем в странах, где прошла Арабская весна.

Марк Голанский, например, еще в прошлом веке демонстрировал, что вырваться из списка отсталых стран практически невозможно: «Вызывает удивление та легковёрность, с которой авторы различных программ перехода нашей страны к рынку уповают на самозарождение новых предприятий в условиях частной собственности. Они действительно верят, что достаточно разрешить в стране существование частной собственности — и «процесс пойдет» сам собой, и повсюду начнет расцветать частное предпринимательство, и день ото дня здесь станет повышаться деловая активность в сфере производства. Столь наивные представления связаны с опытом главным образом прошлого и первой половины текущего веков. Что касается современной практики стран, только что вступивших на путь рыночных отношений, скажем, отсталых стран «третьего мира», то она подтверждает лишь самозарождение предприятий так называемого неформального сектора в виде многочисленных торговых точек на людных улицах и в бойких местах города. Впрочем, то же самое мы уже видим и в России, и в бывших республиках Союза. На нынешнем этапе развития обосновать возможность самозарождения новых масштабных предприятий в сфере производства отсталых стран задача исключительно трудная. Каждое такое предприятие сейчас может возникнуть и существовать только как звено в мировой технологической цепи. Предприятия вне такой цепи обречены на провал. Право втиснуться в цепь завоевывается в жесточайшей конкуренции на мировом рынке. Именно мировой рынок решает, какое предприятие признать необходимым, а какое лишним для системы МКХ. Ни о каком самовключении предприятий (без согласия мирового рынка) в эту систему не может быть и речи. Поэтому надежды на самозарождение и саморазвитие предприятий на осколках экономики бывшего СССР выглядят весьма иллюзорными, а попытки укрыться за «шоковую терапию» представляются неадекватными реальности. Время спонтанного возникновения весомых предприятий безвозвратно ушло в прошлое» [9-10].

Вот еще один его важный аргумент, вытекающий из необходимости быть встроенным в единую систему: «Переключение на глобальные стандарты загоняет отсталые страны, варящиеся в одном котле с развитыми, в тупик. Для них планка среднемировой производительности подсакивает на недосыгаемую высоту, взять которую им самим не удастся. А значит, им не удастся преодолеть экономическую отсталость и уйти от убытков. Напротив, для развитых стран такое переключение сулит дополнительные прибыли. Ведь для них оно сопряжено с понижением уровня планки» [11].

Ему вторит Георгий Дерлугьян: «Коммунистическая модель в контексте современной миросистемы, увы, была обречена на вырождение по образцу оруэлловской «Скотофермы». Валлерстайн давно, еще в 1969 году, заметил, что «коммунистические государства не создают отдельной «мировой системы социализма», сколько бы эту фразу ни повторяла их собственная пропаганда. Эти идеологически антисистемные страны подобны фабрике, захваченной в ходе забастовки профсоюзом и почему-то брошенной хозяевами. Если забастовщики запустят производство на фабрике, им придется действовать по внешней логике рынка, закупать сырье и сбывать продукцию. В конце концов это приведет к образованию элиты управленцев и торговых посредников, и те со временем захотят покончить с притворством и открыто превратить себя в новых хозяев» [12].

Сегодня изучение фейков постепенно переходит на новый уровень. Мир неправды ничем не отличается от мира правды, поскольку соцмедиа создали мир множества правд. Опасность же этого состояния состоит в том, что в поляризованном мире каждый готов воевать за свою правду. Время спокойной жизни постепенно уходит в прошлое.

В закрытом обществе даже наука была разделена на открытую (никому не нужную) и закрытую (необходимую для обороны). Илья Кукулин акцентирует разделение советской науки: «В Советском Союзе конца 1940-х были реализованы две стратегии. Как теперь мы видим, они противоречили друг другу, но тогда так не казалось. Одна из них — разделение науки на открытую и закрытую части. Закрытая часть — анклав, который развивался по собственным законам. Это были секретные лаборатории, где работали арестованные ученые или вывезенные из Германии специалисты, которые фактически были военнопленными. Анклавная модернизация, по выражению философа Петра Сафронова. А вторая часть науки, открытая, — это невиданное в истории XX века насаждение всякого рода лженауки и шарлатанства: лысенковщина, теория Ольги Лепешинской об образовании клеток из неживого вещества... И сопровождалось это запретом целых направлений в науке: теории резонанса Лайнуса Полинга, кибернетики, даже пытались запретить теорию относительности. То есть компьютеры создавались в «шарашках», а в открытой области критерии «научности» оказались тотально идеологизированы и вообще предстали как совершенно манипулируемые. Ученых зато пытались мобилизовать и воодушевить разговорами о том, что, возможно, все было изобретено в России: самолет, подводная лодка, парашют, все. Последствия этой манипуляции и инструментализации научности мы пожинаем до сих пор» [13]. Перед нами те же фейки, только подаются они как важные для всех истины.

СССР, закрываясь от мира в гуманитарной сфере, от любых западных истин, которые заранее признавались фейками, потерял людей со знанием иностранных языков. Мария Майофис говорит о специализированных школах: «Механизм возникновения таких школ был сложным. Они возникали на скрещении двух тенденций. Одна шла от государства — это поиск кадровых ресурсов. В конце 40-х годов государству понадобились кадры для обеспечения внешнеполитической пропаганды. Языковые школы появляются в тот момент, когда издательства литературы на иностранных языках, зарубежные редакции информационных

агентств и другие средства пропаганды стали задыхаться от нехватки кадров. Политэмигрантов, которых раньше использовали для этих целей, уже не хватало — их почти всех истребили во времена «большого террора». Встает вопрос о подготовке специалистов, которые «в совершенстве», как тогда говорили, знали бы иностранные языки. В 1948 году открываются три первые языковые спецшколы — две в Москве, одна в Ленинграде. Были еще языковые интернаты в Киеве и Одессе. Таких школ требовалось гораздо больше, но ЦК не давал разрешения. Всё иностранное было на подозрении, а, следовательно, существовала опасность, что дети в таких школах впитают в себя вместе с иностранным языком что-то очень вредное. Но не проходит и двух месяцев со смерти Сталина, как министр просвещения РСФСР издает приказ о создании нового пула языковых школ, и уже не только в Москве и Ленинграде» [14].

Мир постоянно воюет с носителями другой модели мира, делая это то мирными, то военными методами. Просто соцмедиа дали для этого новый инструментарий. Именно в этом контексте появились и постправда, и фейки. Они являются результатом появления множественности источников коммуникации, приведшей к падению важности традиционных медиа, которые боролись за достоверность своей информации.

Столкновение точек зрения приводит к поляризации общества, что показало использование этого инструментария в американских президентских выборах. Сегодня мир можно разделить по расовым, этническим, гендерным границам вместо прошлых идеологических или религиозных.

Сейчас даже возник новый тип отрицания, который Кит Кан-Хэррис назвал постотрицанием [15]. Если раньше отрицали с помощью подбора научных или псевдонаучных доказательств, то «постотрицальщики» просто утверждают то, что им хочется. Кан-Хэррис считает постотрицание важным компонентом мира постправды [16-18].

Честно говоря, в этом феномене можно увидеть еще одну составляющую: это возросшая независимость друг от друга и от государства. Независимые множественные источники могут генерировать любые фейки, которые им придут в голову. Технические платформы, тиражируя, максимально усиливают их. И если подумать, то начало эпохи постправды, наверное, можно отсчитывать с известной фразы о подлодке «Курск» — что «она утонула»...

Литература

1. Illing S. Why social media is terrible for multiethnic democracies // www.vox.com/policy-and-politics/2016/11/15/13593670/donald-trump-social-media-culture-politics.
2. Дыдышко А. Творцы руин: что хотели сказать разработчики S.T.A.L.K.E.R. и «Метро 2033»? // ross-aprimer.ru/article/306d7afd.
3. Adams T. Francis Fukuyama: 'Trump instinctively picks racial themes to drive people on the left crazy' // www.theguardian.com/books/2018/sep/16/francis-fukuyama-interview-trump-picks-racial-themes-to-drive-people-on-the-left-crazy.
4. Rogin J. Tech guru Alec Ross leaves the State Department // foreignpolicy.com/2013/03/14/tech-guru-alec-ross-leaves-the-state-department/.

5. Ross K. Epic Country-Level A/B Test Proves Open Is Better Than Closed // medium.com/backchannel/epic-country-level-a-b-test-proves-open-is-better-than-closed-d3f36c21b4f2.
6. Ross A. a.o. Social media: power to people // www.nato.int/docu/review/2011/social_medias/21st-century-statecraft/en/index.htm.
7. Lichtenstein J. Digital diplomacy // www.nytimes.com/2010/07/18/magazine/18web2-0-t.html.
8. Project (R)evolution Conference, 2012 - with Alec Ross and Emily Banks // www.flickr.com/photos/us_embassy_newzealand/7904420502.
9. Голанский М. Новые тенденции в мировой экономике // lib.ru/POLITOLOG/golansky.txt_with-big-pictures.html.
10. Черных Е. Советский ученый еще четверть века назад предсказал мировой кризис и сырьевое проклятие России // www.kp.ru/daily/26082/2985758/.
11. Голанский М. Отсталые отстанут навсегда // www.situation.ru/app/j_art_163.htm.
12. Дерлугьян Г. Памук, Данилкин и распад СССР. Интервью. Часть вторая // gorky.media/context/pamuk-danilkin-i-raspad-sssr/.
13. Кукулин И. Неизбежность странного мира: почему new age и оккультизм очаровали советскую интеллигенцию. Интервью // indicator.ru/article/2017/09/25/intervyu-kukulin/.
14. Майофис М. Каким должно быть национальное образование. Интервью // www.nlobooks.ru/books/biblioteka_zhurnala_neprikosnovennyu_zapas/888/review/8423/.
15. Freedland J. Russia's brazen lies mock the world. How best to fight for the truth? // www.theguardian.com/commentisfree/2018/sep/15/lies-russia-rt-salisbury-suspects-putin.
16. Kahn-Harris K. Denialism: what drives people to reject the truth // www.theguardian.com/news/2018/aug/03/denialism-what-drives-people-to-reject-the-truth.
17. Denialism, unspeakable desires, and the far right // www.dailykos.com/stories/2018/8/3/1785545/-Denialism-unspeakable-desires-and-the-far-right.
18. Kahn-Harris K. Denialism, Post-Denialism and the Boundaries of the Speakable // www.crashh.cam.ac.uk/gallery/video/keith-kahn-harris-denialism-post-denialism-and-the-boundaries-of-the-speakable.



Глава шестая

ПРОТЕСТНОСТЬ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СЕТЕВОЙ ТЕОРИИ МАНУЭЛЯ КАСТЕЛЬСА

В соцмедиа достоверность зависит уже не только от источника информации, но и от способности получателя отфильтровывать информацию.

Сеть стала сетью в нынешнем понимании, когда информационно-коммуникативные технологии породили соцмедиа как новый феномен. И первыми возможности интернета испробовали на себе разные повстанческие движения, что дало им возможность подняться на более высокий уровень, став настоящей угрозой для государств.

Внимание на сеть и сетецентрическую войну Джон Аркилл и его коллеги по РЭНД обратили после изучения сапатистского движения в Мексике [1-3].

Именно оттуда ведут свое начало их максимы сетевой войны о том, что иерархии не способны победить сеть, что для того, чтобы иерархия могла победить сеть, она сама должна действовать по правилам сети.

Но сетецентричная война и протестные движения все же пользуются разными инструментами и имеют разные цели. Сетецентричная война может быть направлена на уничтожение противника, протестные движения не имеют цели физически уничтожить своих врагов. Они могут совпасть в инструментарии и организации, но не в целях.

Мануэль Кастельс подчеркивает такую функцию медиа как удержание пространства социальных коммуникаций, которые могут общаться с обществом как целым [4]. Это пространство, где также реализуется и власть, поскольку ее действия становятся известны гражданам. Но это не нейтральное пространство, поскольку оно задается экономическими и политическими интересами медиаструктур и правительств, а также медиапрофессионалами и их интересами.

По поводу будущего появления феномена фейков Кастельс уже в то время замечает: в соцмедиа достоверность зависит не только от источника информации, но и от способности получателя отфильтровывать информацию. Это говорит о том, что новый тип информации (сетевой) не существует без своего контекста.

Но при этом следует помнить, что когда информации становится слишком много, у потребителя пропадает способность адекватно ее оценивать. От одной громкой новости он идет к следующей, а все они профессионально делаются так, чтобы управлять его вниманием, не отпуская ни на минуту. У потребителя нет ни времени, ни желания делать не свою работу, поскольку в прошлом все это делали за него традиционные медиа.

Кастельс постулирует следующих два вида механизмов в сети [5]:

- создавать и программировать / репрограммировать сети в рамках их целей,
- соединять и обеспечивать взаимодействие разных сетей.

Первый вариант специалистов он называет **программистами**, второй — **переключателями**. Они также являются социальными акторами, причем не всегда это конкретные индивиды или группы. Они могут быть интерфейсами между разными социальными акторами.

Переключатели задают связи между различными стратегическими сетями: политическими, медийными, научными и технологическими, военными и нацбезопасности. Политические и медийные сети создают политико-идеологические дискурсы.

Мы можем добавить сюда и скрытую роль так называемых **агентов влияния**, чья информация или нарратив призваны сменить направление общественного мнения. Они должны подпасть под функцию программистов. Выделяют такие три типа агентов влияния [6-7]:

- контролируемый агент, который находится под прямым контролем агентства;
- доверенное лицо, которое понимает, что получает информацию от агентства;
- незнающий агент («полезный идиот»), который не знает, что транслирует информацию от агентства.

Например, таким агентом влияния времен перестройки многие считают Александра Яковлева, одновременно именуемого «архитектором перестройки». Вот как высказывается о нем посол СССР в ФРГ Валентин Фалин: «О том, что Яковлев сидит в кармане у американцев, я узнал ещё в 1961 году. Мне об этом поведал один мой знакомый, работавший тогда в КГБ СССР. Почти 10 лет Александр Николаевич работал послом СССР в Канаде. Он не был американским шпионом в обычном смысле этого слова. К тому времени, когда Горбачёв стал генеральным секретарём, Яковлев был в СССР одним из важнейших агентов американского влияния. Отмечу ради правды, он был очень одарённым и умным человеком, на два порядка умнее и талантливее Горбачёва. Впрочем, его хозяева за океаном тоже не были дураками и бездарями и обладали хорошим представлением о том, что творилось тогда в политических верхах СССР. А в Москве в то время председатель КГБ Владимир Крючков, собрав компрометирующие материалы на Яковлева, пришёл с ними к Яковлеву в кабинет. На все расспросы Владимира Александровича Яковлев отвечал молчанием, и Крючков отправился потом на доклад к Горбачёву. Михаил Сергеевич, пожевав губами, вынес поразительное по глубокomyслию резюме. Дескать, у кого не бывает грехов молодости? Яковлев — полезный для перестройки человек, поэтому он нужен стране и его нужно пустить в большую политику» [8].

Кстати, Валентин Фалин, умерший на 92-м году жизни, сохранил множество воспоминаний. Он еще успел побывать спичрайтером Хрущева, хотел зафиксировать воспоминания Кагановича и Молотова о принятии решений в узком кругу Сталина, но ему этого не дали сделать, наложив резолюцию «Признано нецелесообразным оживлять политические трупы»; переживал, что растащили библиотеку Сталина, по пометкам на книгах которой можно было разобраться в личности Сталина [9-12]. После возврата из ФРГ он написал докладную, как улучшить информационную работу. Михаил Сулов наложил на нее не менее интересную резолюцию: «Авторы этой бумаги хотят признать, что я всю жизнь занимался не тем, чем надо».

Справедливости ради следует упомянуть, что Александр Яковлев боролся против того, чтобы его признавали агентом влияния, [13] и критиковал Юрия Андропова [14], что необычно для политической элиты того времени.

Как мы видим, и на самом вершине СССР были свои сети, связанные с теми или иными влиятельными членами Политбюро. Горбачев стал генсеком еще и потому, что он не нарушал этим имевшиеся сети.

Мануэль Кастельс в своей книге акцентирует, что государство управляет с помощью принуждения и страха, поскольку у него есть монополия на насилие. И далее звучит важная для нас фраза: «Однако конструирование значений в головах людей является более решающим и более стабильным источником силы. Способ думания людей определяет судьбу институтов, норм и ценностей, на базе которых организованы общества. Немногие институциональные системы могут жить долго, если они организованы на принуждении. пытки тел менее эффективны, чем формирование мозгов. Если большинство людей думает так, что это противоречит ценностям и нормам, которые институционализированы в законах и правилах государства, система изменится, хотя не обязательно при этом будут выполнены ожидания агентов социальных изменений. По этой причине основной борьбой за власть является битва за конструирование значений в разуме людей» [15, р. 5].

Интересно, что это совпадает с мнением поэта Иосифа Бродского, которое звучит так: «Сталинизм — это прежде всего система мышления и только потом технология власти» [16]. То есть технология может даже варьироваться, главное — это сохранение системы мышления. Если в массовом сознании сохраняют это мышление, то это значит, что власть нуждается в этом.

Таково объяснение природы постоянного возврата Сталина, когда за каждой десталинизацией следует ресталинизация. Андрей Колесников так объясняет запрет фильма «Смерть Сталина»: «Сталин — ярлык идеи порядка, которая сегодня чрезвычайно важна. Сталин — персонификация величия, которое не менее важно в условиях сегодняшней политической конъюнктуры. Кино, как нас учил сам генералиссимус, из всех искусств является важнейшим. И если фильм «Смерть Сталина» показывает Сталина и его окружение ничтожными людьми, какими они и были, то это разрушает основу представлений о советской государственности, которую уже совершенно открыто наследует сегодняшний политический режим. А значит, разрушаются символические основы и сегодняшней государственности. Прямо же было сказано, что, например, нельзя отказываться от мифа о 28 панфиловцах, потому что это государствообразующий миф» [17].

Сталин стал лакмусовой бумажкой возврата к прошлому, как интернет — дороги к будущему. Акцентируя разные характеристики, мы получаем разные типы обществ: максимально централизованное и максимально децентрализованное.

Кастельс объясняет нелюбовь власти к интернету тем, что массовая самокоммуникация предоставляет платформу для конструирования автономии социальных акторов. Автономные социальные акторы опасны любой власти, хоть либеральной, хоть тоталитарной.

Власть хочет сама программировать и переключать сети. Она не хочет допустить к этому контрвласть, поскольку та будет репрограммировать сети вокруг альтернативных интересов и ценностей, разрывать доминирующие переключения, переключать сети на сопротивление и социальные изменения.

Интернет-сети дают новые возможности для координации. Социальные движения стремятся создавать свои свободные сообщества в городе. Институциональные публичные пространства оккупированы интересами доминирующей элиты, поэтому социальные движения создают свои свободные городские площадки, видимые всем. Вот откуда стремление к своему Майдану у каждого нового украинского протестного движения. Эти площадки демонстрируют символическую свободу от власти. Именно по этой причине обязательно возникновение баррикад, которые отделяют «их от нас». Захватываются места власти или финансовых институтов.

Кастельс делает важное замечание, отвечая на вопрос, откуда берутся социальные движения: «На индивидуальном уровне социальные движения являются эмоциональными движениями. Повстанцы не начинают с программы или политической стратегии. Это может прийти позже, когда возникнет лидерство изнутри или извне движения, чтобы помочь появлению политической, идеологической и личностной повестки, которая может, но не обязательно, относится к появлению и мотивации участников движения».

Два фактора способствуют возникновению социальных движений:

- кризис легитимности политической власти, независимый от того, является она демократической или авторитарной;
- автономные коммуникативные возможности, позволяющие объединить участников с помощью новых медиа, которые диспропорционально находятся в руках молодого поколения возраста от 16 до 34 лет.

Все цветные революции начались до интернета, воодушевленные работами Джина Шарпа. Теперь методология цветного направления соединилась с методологией интернет-направления, что еще больше увеличивает степень заимствований. Например, революция в Тунисе называлась «Революцией свободы и достоинства».

Интернет, точнее его социальные платформы, исходно был придуман для того, чтобы дать голос тем, кто его не имеет в мейнстримных медиа.

Кастельс понимает власть как возможность одного социального актора навязать свою волю другим социальным акторам [18]. В своей книге о коммуникативной власти он рассуждает еще более дифференцированно: «Власть является относительной способностью, позволяющей социальному актору влиять асимметрично на решения других социальных акторов способами, которые действуют в пользу его желаний, интересов и ценностей. Власть опирается на методы принуждения (или возможность их) и / или конструирования значений на основе дискурсов, с помощью которых социальные акторы управляют своими действиями» [19, p. 10].

Власть в любом случае является сильным игроком, который перехватывает любые новые эффективные формы управления, возникающие в истории. И интернет не стал исключением.

В своем интервью Кастельс следующим образом отвечает на вопрос, зачем нужно захватывать публичное пространство в случае социальных движений: «Публичное пространство необходимо для того, чтобы проецировать новые ценности, идеи и предложения обществу в целом». Об интернете он говорит: «Интернет — это особый тип публичного пространства, определяемый постоянной связностью и горизонтальностью» [20].

Тут возникает проблема, как в прошлом вообще происходили революции, когда не было столь удобного и неконтролируемого государствами средства, как интернет. Это сколько же работы приходилось делать...

Общая картина социального движения выглядит у Кастельса следующим образом: «Социальные движения бросают вызов ценностям и институтам общества вне принятых институциональных каналов. Именно поэтому они являются рычагами социальных изменений. С другой стороны, большая часть основной американской литературы по социальным движениям находится в рамках дисциплины политической науки. Эти обсуждения начинаются и заканчиваются в рамках политических институтов. Для них социальные движения являются группами интересов, которые находятся вне политической системы и должны быть направлены в голоса и в новую политическую базу. Когда они говорят о социальных движениях, то для них они находятся в парадигме иррациональности и отклоняющегося поведения. Они начинают с традиционной парадигмы политической науки и они смотрят на все в обществе в этих терминах».

Коммуникации пришли в мир и изменили в нем многие силовые линии, определявшие его функционирование. Сегодня власть и контрвласть задаются своими коммуникативными возможностями и сражаются в коммуникативном пространстве.

Литература

1. Ronfeldt D. a.o. The Zapatista «social netwar» in Mexico. - Santa Monica, 1998.
2. Networks and Netwars. The Future of Terror, Crime, and Militancy Ed. by J. Arquilla, D. Ronfeldt. - Santa Monica, 2001.
3. Conversation with John Arquilla // globetrotter.berkeley.edu/people3/Arquilla/arquilla-con0.html.
4. Castells M. Democracy in the age of the Internet // lull.cat/IMAGES_175/transfer06-not01.pdf.
5. Castells M. A network theory of power // faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Castells-Network-Power-2011.pdf.
6. The Grugq Agent of Influence 2.0 // medium.com/@thegrugq/agent-of-influence-2-0-e1f20bed4aec.
7. Gallagher S. Agents of influence: How reporters have been «weaponized» by leaks // arstechnica.com/tech-policy/2016/10/is-russia-using-journalists-as-weapons-does-it-matter/.
8. Фалин В. «Банда четырех» и Горбачев. Интервью // www.sovsekretno.ru/articles/id/5367/.
9. Фалин В. Как и почему Горбачев простил Яковлеву сотрудничество со спецслужбами США // regnum.ru/news/1475019.html.
10. Фалин В. Вторая мировая началась не в 39-м // www.fontanka.ru/2010/08/30/082/.
11. Фалин В. Уважайте его величество факт // www.sovross.ru/articles/1386/24211.
12. Запад и Россия в XX веке - связь времен. Часть 1 // rusrand.ru/analytics/zapad-i-rossiya-v-hh-veke-svyaz-vremen-chast-1.
13. Яковлев А. «Нередко меня обманывали, а я продолжал верить в совесть». Интервью // media.alexanderyakovlev.org/personal-archive/packs/788/1130.

14. Яковлев А. Кумир из «органов». Интервью // media.alexanderyakovlev.org/personal-archive/packs/784/903.
15. Castells M. Network of outrage and hope. Social movements in the Internet age. - Cambridge etc., 2015.
16. Бродский И. Сталинизм - это прежде всего система мышления и только потом технология власти // glavk.info/articles/36440-iosif_brodskij_stalinizm_-_eto_prezhde_vsego_sistema_myshlenija_i_toljko_potom_tehnologija_vlasti.
17. Колесников А. Вечно живой Сталин // carnegie.ru/2018/03/06/ru-pub-75713.
18. Castells M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society // International Journal of Communication. - 2007. - Vol. 1.
19. Castells M. Communication power. - Oxford etc., 2009.
20. A conversation with Manuel Castells // escholarship.org/uc/item/2ns059h3.

ДИГИТАЛЬНЫЕ ПРОТЕСТЫ

Модель российской операции влияния проста: она не продвигает никаких новых идей, просто подогревает имеющиеся в обществе расхождения, делая это самым легким и дешевым способом — с помощью соцмедиа.

Фейк носит двойственный характер. Он может быть одновременно не только оружием врага, но и являться единицей протестной коммуникации: протестные меседжи не могут проникать в мейнстримные медиа и должны искать обходные пути, в том числе трансформируя и утрируя свой контент, чтобы достичь наибольшего количества людей. Приход интернета и социальных медиа принес эти обходные пути, которые за время своего развития стали настолько сильными, что в ряде случаев побеждают информационный мейнстрим.

Перед нами **информационный рой**, именно как рой в свое время Джон Аркилла увидел сетевого противника, который способен победить даже более сильного врага [1]. Информационный рой может быть стихийным и случайным, а может быть скоординированным, то есть индустриальным, когда им начинают управлять силы, поставившие целью получить наибольший захват аудитории с учетом ее ментальных особенностей. Именно это именуется микротаргетингом, когда речь идет о воздействии на одного пользователя, но здесь речь идет уже о **макротаргетинге с помощью микротаргетинга**, поскольку атакуется сознание массы людей, которые мыслят одинаково.

Это не может быть вариант скрытой сети darknet, поскольку целью является захват как можно большей аудитории. Это информация публичного пространства, которую в случае авторитарного государства всегда будет контролировать власть, делая это открыто и скрыто.

Даже политические ток-шоу на российских центральных каналах реально контролируют протестные меседжи, поскольку их носители там подвергаются обструкции, высмеиваются и даже избиваются. И поскольку большинство людей всегда присоединяется к большинству, боясь оказаться среди еретиков, то и тут действует мощная биологическая защитная реакция.

Обычного зрителя привлекает схватка не в информационном или виртуальном, а в физическом пространстве. Именно это и доказывают телевизионные политические ток-шоу. Об этом говорят данные числа зрителей: «Среднее число зрителей, посмотревших эфир «Время покажет» на YouTube, — 40–60 тысяч. У «Места встречи» — 80–120 тысяч. У передачи «Процесс» телеканала «Звезда» — от тысячи до трёх. У видео журналиста Максима Шевченко — 150–200 тысяч. Артём Шейнин хватает Майкла Боба за шею и кричит «слушай сюда!» — почти 400 000 просмотров. Троекратное попадание Юрия Кота в голову Вячеслава Ковтуна смотрит 2 миллиона 300 тысяч. Руслан Осташко дубасит Томаша Мацейчука на «Месте встречи» — 900 000. Число просмотров драки двух членов совета по правам человека при президенте — под миллион. Ладони Максима Шевченко, колошматящие голову Николая Сванидзе, интересуют публику примерно в 10 раз больше, чем его мысли. Мы живём в эпоху обесценивания голов или удорожания кулаков?» [2].

Основные украинские телеканалы также не допускают обсуждения протестных месседжей в студиях — правда, без драк, но с криками. Это связано с общей моделью телевидения: ни одно доминирующее массмедийное средство не может транслировать протестные месседжи. В противном случае власть бы долго не продержалась. Но в Украине обсуждение протестных месседжей активно используется на нишевых, информационных, каналах — менее уязвимых для контроля власти.

Как параллельный процесс создания информационного роя, элементы которого могут действовать автономно друг от друга, но в едином направлении, можно рассматривать усилия Китая по работе со своей диаспорой. Здесь выделяются такие цели [3]:

- расширить влияние и роль Китая и его культуры;
- ослабить политических противников, продвигая общий нарратив для всех китайцев;
- привлечь китайцев по всему миру помочь развитию страны с помощью предоставления ресурсов, умений и знаний.

Придуманы специальные почти бесплатные двухнедельные туры для молодых китайцев из диаспоры, позволяющие им познакомиться со страной [4]. Такие молодежные лагеря уже посетило более четырехсот тысяч китайцев. Подобные программы имеют Армения, Исландия, Израиль и Тайвань, но они оперируют гораздо меньшими цифрами.

Практически такую же модель поддержки имела исходно идея «русского мира», пока российская активность в Украине не напугала все соседние страны. Теперь даже президент Казахстана запрещает своим министрам выступать на русском языке [5]. До этого он принял решение о переходе на латиницу. Правда, дочь Назарбаева выступила против [6].

Важной проблемой является определенный уровень, достигнутый Россией в организации своих электронных атак по всему миру. Такой резонанс, вероятно, возник по той причине, что Россия атаковала массовое сознание американцев. До этого иранцы устанавливали вредоносный код на компьютер, контролирующей дамбу в штате Нью-Йорк, китайские хакеры были осуждены за промышленный шпионаж. Однако такой массовой атаки на мозги никогда не было.

Естественно, что ситуация несколько более раздута из-за внутривнутриполитической борьбы в США, поскольку никто не считает, что эта атака отразилась на голосовании. И сами россияне, судя по их действиям, скорее действовали в порядке эксперимента, который был интересен не столько результатами, а принципиальными возможностями на будущее.

Сегодня российская модель использования социальных медиа получила достаточный объем изучения [7-17]. Исследователи четко фиксируют: «Распространение и интеграция социальных медиа в обществе расширяет возможности зарубежных пропагандистов. Американские граждане всех возрастов и происхождения могут быть целью психологической операции. Это достигается с помощью больших объемов личной информации, которая продается или украдена в результате кибератак [...], что позволяет иностранному противнику построить профиль практически любого американского гражданина» [18].

Кстати, эти психологические профили показывают нам, что мы не столь индивидуальны, как нам представляется. У каждого из нас все равно есть определенный типаж, имеющий повторяющиеся у других «болевые точки». Мы индивидуальны для нас самих, но не для влияния на нас, где мы становимся достаточно простыми и системно достижимыми.

Адмирал Роджерс, возглавляющий американское киберкомандование, так говорит о вмешательстве в американские президентские выборы: «Кремль использовал хакеров для кражи личной информации, которую затем российские оперативники переправили в целенаправленных утечках, чтобы создать фейковых персонажей соцмедиа и новостей со всех сторон по поводу спорных вопросов в надежде на разжигание раздора на Западе. Целью было внести в западный электорат неверие во все новостные медиа и, в конечном счете, друг в друга. Это угрожает основам демократии, делает сложным распознавание интенций Москвы и создание общих средств для противодействия российским агрессивным действиям в ее ближайшем зарубежье и репрессиям дома» [19-20].

В принципе, модель российской операции влияния проста. Она проста именно потому, что не продвигает никаких новых идей, она просто подогревает имеющиеся в обществе расхождения, делая это самым легким и дешевым способом — с помощью соцмедиа.

Когда обе противоположные политические силы получают подпитку, уровень конфликтности растет. В результате удается даже вывести две стороны на уличный протест. Однотипно удалось поставить людей в конфликтующую позицию и по поводу более сложной ситуации — энергетической политики. Но и в этом случае была найдена «человеческая» составляющая — влияние энергетики на экологию [21]. В результате столкновение эмоций двух сторон создает нужный уровень напряжения в обществе, раскалывающий людей на два противоборствующих лагеря.

Под расследование на следующем этапе, вероятно, подпадет и сайт Reddit, входящий в десятку самых посещаемых в США, он имеет 542 миллиона читателей ежемесячно [22-24].

Рени ДиРеста, эксперт по социальным медиа, рассматривает Reddit как инструментарий, позволяющий иностранным правительствам тестировать возможный резонанс своих интервенций. Он говорит об этом следующее: «Если вы собираетесь протестировать свое сообщение, чтобы понять популярность вашего мема, увидеть резонанс вашего сообщения и силу его распространения, вам надо проверить это. Хорошим путем сделать это является размещение линка на Reddit. Вы сможете оценить, насколько реагирующей будет ваша аудитория. Вы можете увидеть, получает ли что-то распространение. Вы можете увидеть их реакции, если вы хотите подкорректировать свой месседж» [25].

Сегодня все уже спокойно согласилось, что российская интервенция была. Правда, масштабы ее последствий и некоторые действия россиян, проникших на избирательные участки, остаются неизвестными. Сообщается, что атака затронула участки в 39 штатах [26]. Уже даже Настя Рыбка готова предоставить США аудиозаписи российского вмешательства в выборы, поскольку на той злополучной яхте в один из вечеров находились на переговорах трое американцев [27].

В ситуации конфликта как-то отодвинулось понятие мягкой силы Джозефа Ная, которую все так любили исследовать последнее десятилетие. Правда, сначала Най прибавил к ней понятие умной силы как сочетание твердой и мягкой. А теперь и вовсе появилась совершенно иная третья сила, определяемая как «использование невоенных средств для давления на недружеские государства, чтобы они сделали то, что бы в другом случае они не сделали» [28]. И эта третья сила как раз и описывает наложение санкций на Россию, в том числе за вмешательство в Украину. Даже военные ведут свои разработки в плане ведения финансовой войны, чего никак нельзя было представить себе раньше [29].

Социальные медиа могут быть иногда силой, которая скрытно усиливает государство [30-33]. И это может быть связано с тем, что военные и спецслужбы принимали весьма активное участие в создании Google [34-35]. По этой причине понятна чувствительность работающих в Google после информации о том, что Google работает с Пентагоном в сфере распознавания визуальных образов с помощью искусственного интеллекта. Протесты сотрудников привели к тому, что Google отказался от этого проекта [36-38].

Каждый новый инструментарий, приходящий в наш мир, может быть использован во зло и на благо. Это произошло и с дигитальным инструментарием. Но государства, например, Китай и Россия, постепенно находят свои методы борьбы с ним, одновременно активно используя его для достижения своих целей.

Литература

1. Arquilla J. a.o. Swarming and the future of conflict. - Santa Monica, 2000.
2. Токарев А. Телевизор и бокс. Эпоха обесценивания мозгов? // www.apn.ru/index.php?news-id=37073.
3. Heath T. Beijing's influence operations target Chinese diaspora // warontherocks.com/2018/03/beijings-influence-operations-target-chinese-diaspora/.
4. Liu L. China Has Its Own Birthright Tour // foreignpolicy.com/2016/07/27/china-has-its-own-birthright-tour-overseas-chinese-diaspora-soft-power/.

5. В Казахстане станет меньше русского языка // lenta.ru/news/2018/02/26/qazaqstanska_mova/.
6. Назарова А. Дочь Назарбаева личным примером заступилась за русский язык // vz.ru/news/2018/3/1/910522.html.
7. Watts C. Extremist Content and Russian Disinformation Online: Working with Tech to Find Solutions // www.fpri.org/article/2017/10/extremist-content-russian-disinformation-online-working-tech-find-solutions/.
8. Коллинс Б. и др. Эксклюзив: секретные документы из утечки информации о выборных троллях России // www.inopressa.ru/article/02mar2018/dailybeast/trolls.html.
9. International security and Estonia 2018 // www.valisluureamet.ee/pdf/raport-2018-ENG-web.pdf.
10. Architects of networked desinformation // newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf.
11. A Field Guide to «Fake News» and Other Information Disorders. - Amsterdam, 2017.
12. Verstraete M. a.o. Identifying and Countering Fake News // poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=03810002912301000108207308201412608506307404804403008807602300702309108012606712311900212303306302305503507509702809609908312504908707809300200094101097097120028029062086105071122083105081090087016005031069001072004095127127090107125124100103064017&EXT=pdf.
13. Schiffrin A. How Europe fights fake news // www.cjr.org/watchdog/europe-fights-fake-news-facebook-twitter-google.php.
14. The Russian bots are coming. This bipartisan duo is on it // www.politico.com/magazine/story/2018/02/26/russia-social-media-bots-propaganda-global-politico-217084.
15. Guess A. a.o. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign // www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf.
16. Pollock J. Russian Disinformation Technology // www.technologyreview.com/s/604084/russian-disinformation-technology/.
17. Cox J. Kremlin-Linked Hackers Expose a Network of Fake Tech-News Sites // www.thedailybeast.com/kremlin-linked-hackers-expose-a-network-of-fake-tech-news-sites.
18. Porche I.R. III. Getting ready to fight the next (cyber) war // www.rand.org/blog/2018/03/getting-ready-to-fight-the-next-cyber-war.html.
19. Statement of admiral Michael S. Rogers commander United States Command before the Senate Committee on Armed Services 27 February 2018 // www.armed-services.senate.gov/imo/media/doc/Rogers_02-27-18.pdf.
20. Gallagher S. Why US «cyber-warriors» can't do anything about Russian «cyber-meddling» // arstechnica.com/tech-policy/2018/02/why-us-cyber-warriors-cant-do-anything-about-russian-cyber-meddling/.
21. Russian Attempts to Influence U.S. Domestic Energy Markets by Exploiting Social Media // science.house.gov/sites/republicans.science.house.gov/files/documents/SST%20Staff%20Report%20-%20Russian%20Attempts%20to%20Influence%20U.S.%20Domestic%20Energy%20Markets%20by%20Exploiting%20Social%20Media%2003.01.18.pdf.
22. Lee D. Reddit dragged into Russian propaganda row // www.bbc.com/news/technology-43255285.
23. Collins B. a.o. Russian used Reddit and Tumblr to troll the 2016 election // www.thedailybeast.com/russians-used-reddit-and-tumblr-to-troll-the-2016-election.
24. Lartie J. Trump-Russia investigation may target Reddit posts, says senator's aide // www.theguardian.com/technology/2017/sep/27/trump-russia-investigation-reddit.
25. Brelard A. Warner sees Reddit as potential target for Russian influence // thehill.com/policy/technology/352584-warner-sees-reddit-as-potential-target-for-russian-influence.
26. Gallagher S. Russia struck at election systems and data of 39 US states // arstechnica.com/information-technology/2017/06/russia-probed-election-systems-and-data-of-39-us-states/.
27. Paddock R.C. Escort Says Audio Recordings Prove Russian Meddling in U.S. Election // www.nytimes.com/2018/03/05/world/asia/nastya-rybka-trump-putin.html?smid=tw-nytimes&smtyp=cur.

28. Gompert D.C. a.o. The Power to Coerce Countering Adversaries Without Going to War. - Santa Monica, 2016.
29. Katz D.J. Waging Financial Warfare: Why and How // Parameters. - 2017. - Vol. 47. - N 2.
30. Ingram M. The Facebook armageddon // www.cjr.org/special_report/facebook-media-buzzfeed.php.
31. Meyer R. Facebook's ideological imperialism // www.theatlantic.com/technology/archive/2018/03/boz-memo/556961/.
32. Google's Ideological Echo Chamber // assets.documentcloud.org/documents/3914586/Googles-Ideological-Echo-Chamber.pdf.
33. Molteni M. a.o. The actual science of James Damore's Google memo // www.wired.com/story/the-pernicious-science-of-james-damores-google-memo/.
34. Ahmed N. How the CIA made Google // medium.com/insurge-intelligence/how-the-cia-made-google-e836451a959e.
35. Ahmed N. Why Google made NSA <https://medium.com/insurge-intelligence/why-google-made-the-nsa-2a80584c9c1>.
36. Wakabayashi D. Google Will Not Renew Pentagon Contract That Upset Employees // www.nytimes.com/2018/06/01/technology/google-pentagon-project-maven.html.
37. Harvell D. Google to drop Pentagon AI contract after employee objections to the 'business of war' // www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2018/06/01/google-to-drop-pentagon-ai-contract-after-employees-called-it-the-business-of-war/?utm_term=.2bd24d4c3c7c.
38. Bergen M. Google Won't Renew Pentagon AI Drone Deal After Staff Backlash // www.bloomberg.com/news/articles/2018-06-01/google-won-t-renew-pentagon-ai-drone-deal-after-staff-backlash.

ИНФОРМАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОТЕСТНОСТЬЮ ИЗВНЕ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Убыстрение мира привело нас к сложным временам. Казалось, что холодная война осталась далеко позади. И вот мы снова видим ее на горизонте. Снова супердержавы свирепо смотрят друг на друга, оценивая свои шансы на успех в возможной ядерной войне. Мир снова повторяется даже на новых скоростях.

Внешние информационные интервенции как политический инструментарий характеризуются следующими особенностями:

- они носят тайный характер, что позволяет государству — информационному агрессору их отрицать;
- они проводятся в ситуации, когда роль информации оказывается завышенной (выборы, референдумы как пример);
- они происходят с помощью наименее контролируемого информационного средства (примером чего стали Facebook, Twitter и другие социальные платформы);

- они своим контентом часто пытаются поддержать противоположные тенденции в массовом сознании атакуемой страны, что продвигает ее к хаосу.

Как все это происходит? Социальные медиа дают возможность создать информационную волну невидимым для потребителя информации способом. Восприятие социальных медиа построено так, что мы рассматриваем их как естественный и стихийный процесс. Если начинают появляться повторы, мы трактуем их как общую точку зрения многих. Но все это результат работы стихийной модели.

Если же развитие идет по индустриальной модели, когда сотни троллей и ботов начинают проводить единую политику, нападая на одних и тех же и защищая других, то возникает информационная волна, которая создает ощущение народного порыва (народной войны по-китайски).

И можно добавить еще один тренд — фейки, оружие маленького человека. Его протестность стала играть роль. Раньше за протест власть бы казнила, а сегодня ей приходится терпеть, поскольку изменились условия взаимоотношений власти и населения. Власть не стала добрее, просто она попала в иные рамки, ограничивающие ее поведение.

Дмитрий Быков вообще говорит о поднятии статуса маленького человека в современной литературе и жизни: «Это история о том, как массовый человек вынужден совершать великие дела, потому что время героев кончилось или герои больше не справляются с этой ситуацией. Поэтому главные коллизии разворачиваются в среде маленьких людей — либо в среде носовских коротышек (они одновременно об этом догадались), либо в среде невысокликов-хоббитов Толкиена. Это очень неслучайное совпадение. Это то, о чем сказал БГ: «Великие дела теперь будут совершаться маленькими людьми». Это исторически необходимо. И вот этот человек массы выдерживает на себе теперь великие нагрузки, которые раньше доставались героям. Не знаю, хорошо это или плохо, но пафос книги Толкиена в этом — в появлении массового человека» [1].

Соцмедиа создали инструментарий-громкоговоритель, с его помощью можно услышать крик маленького человека, который до этого успешно глушился традиционными медиа. Происходила замена: не массы рассказывали, а массам рассказывали, каково их мнение, делая это с помощью телевидения, радио и печати.

Мейнстрим никогда не допускал к себе мнение масс. Это было бы явным занижением для несомненно элитарного типа коммуникаций, которые они удерживали. Советские читатели по сегодняшний день помнят, например, лучших публицистов «Известий» или «Литературной газеты».

Однако это была своеобразная информационная игра. Газеты могли только играть во фронду, а на самом деле за ними пристально наблюдали цензура, ЦК и КГБ. Они критиковали тогда, когда им разрешали это, а чаще молчали.

Социальные платформы создали новый тип возможностей для масс. И тут снова следует признать элемент игры. Массы могут говорить, но захочет ли кто-либо их услышать? Сегодня созданы алгоритмы для считывания эмоционального настроения сети, позволяющие узнать ее «температуру». Но это все равно не голос масс, а определенный массовый термометр.

Масса в принципе занижает интеллектуальный уровень. В свое время Александр Богданов писал, что толпу можно выровнять не по высшему, а по низшему уровню, поскольку высший уровень у каждого разный.

Занижающий уровень толпы не дает возможность опираться на него при выработке решений. Толпа исправно может выдать только два типа решений: либо «ура», либо «долой». Это как реакция на гладиатора в римском Колизее: только «жизнь» или «смерть».

Миллиардер Питер Тиль высказывает интересную мысль: «Сетевые эффекты являются очень позитивными, но есть порог, где они переходят в безумство толпы» [2]. Кстати, он подчеркивает, что лозунг Трампа «Сделаем Америку снова великой» противоречит видению Силиконовой долины, поскольку для нее будущее всегда лучше прошлого.

Тиль в Стенфорде слушал лекции Рене Жирара, французского теоретика социальных наук, который считал, что всем управляют желания человека [3]. Люди имитируют чужие желания, что он называл мимезисом. Идеи Жирара заставили Тиля бросить карьеру юриста и уехать в Силиконовую долину. По этой же причине он вложил деньги в Facebook. «Facebook распространялся устно, он об устном мире, поэтому он дважды миметический. Социальные медиа оказались более важными, чем они выглядели, поскольку они отвечают нашей сути», — говорит Тиль.

После стольких статей и расследований на тему информационного российского вмешательства в президентские выборы США В. Путин в интервью американскому телеканалу NBC полностью отрицал его [4]. Точнее он отрицает государственную роль в этом и в целом требует доказательств, а не разговоров. Однако всем понятно, что ежемесячные траты более миллиона долларов для вмешательства во внутреннюю политику чужой страны, с которой надо иметь хорошие отношения, не могли быть без санкций сверху и без помощи спецслужб и их исследовательских институтов.

Уже выборы в Италии не имели такого вмешательства. «Никто не видел ничего конкретного, что бы указывало на российское вмешательство в Италии», — говорит директор Дигитальной полевой исследовательской лаборатории Атлантического совета [5]. Он объясняет это тем, что России это не нужно, поскольку все и так решается в ее пользу.

Вот мнение Л. Караччиоло, редактора итальянского геополитического журнала *Limes*: «Любое разделение внутри НАТО и Европейского Союза может быть использовано, возможно, не сейчас, но в будущем. Лучше иметь дело с раздробленным врагом» [6].

Некоторые темы и в Италии оказались активизированными. И это оказались дебаты о миграции [7]. При этом интересно, что активность этой темы вытеснила все остальные, не оставляя для них места. На улицах и в соцсетях исчезли нюансы и усилилась поляризация общества. Кстати, эти слова один в один повторяют описание американской ситуации, где тоже две темы выводили людей на улицы: миграция и ислам.

При этом Россия имеет серьезные группы влияния (даже не агентов влияния, а группы) в Греции, Италии и Испании [8]. Понятно, что подобное управление

представляет собой достаточно сложную конструкцию. Но со времен коминтерна Россия умела управлять массовым сознанием зарубежных стран.

Сегодня эта система получила новый инструментарий в виде микротаргетинга, позволяющего выходить на конкретных нужных пользователей (они же избиратели) с индивидуализированными посланиями.

Все всё время забывают, что такая же система давно работает для внутреннего пользования. Украина это увидела, когда Россия принялась усиленно негативизировать события в Украине, в первую очередь, для своих телезрителей.

Для этих описаний Россия воспользовалась тем, что можно обозначить как **семиотическое переименование объектов**, то есть реальные обозначения заменялись на новые, которые создавали негативную картинку: власть стала хунтой, вооруженные силы — карателями и мясниками и тому подобными. Получались следующие типы переходов:

- нейтральное — негативное
- позитивное — нейтральное
- негативное — сверхнегативное

Негативизации подлежит и описание ситуации на Западе. Прделанный анализ показал, например, шесть типов негатива портретирования Европы на российском телевидении: Ужасы жизни — 22%, Загнивающая Европа — 22%, Протесты — 19%, Терроризм — 12%, Кризис с беженцами — 8%, Санкции — 6%, Другое — 12% [9].

Россия информационно работает внутри страны по методу создания внешнего «зла» за ее пределами, который является фоном для интерпретаций. Российские «телодвижения» во внешнем мире (типа Украины или Сирии) дают возможность задать понимание внутри страны. Это типичное переключение восприятия, лежащее в основе рефлексивного контроля российских информационных операций.

Если российское вмешательство в США изучено вдоль и поперек, то подобное вмешательство во французские президентские выборы получило меньшее внимание [10-14]. Макрон при встрече в Париже лично обвинил Путина в массовости фейков о нем, порождаемых российскими источниками.

Однако в этих выборах Facebook после первого тура закрыл семьдесят тысяч аккаунтов за распространение пропаганды. Макрона в них обвиняли в том, что он возможный гей, что он раб еврейских банкиров, что он является одним из «демонов глобализации».

Александр Дугин написал по поводу выборов во Франции: «сражение проиграно, война — нет». Он жестко оценивает этот проигрыш: «Марин Ле Пен проиграла выборы. Мондиалист Макрон их выиграл. Транснациональные (и трансгендерные) элиты победили Народ. Добро пожаловать в ад. Падение продолжается. Поражение Народа — это наше поражение. И удар надо воспринимать как удар. Бессмысленно ворчать: «мы же говорили...» Жизнь — в том числе и политическая жизнь, и даже политическая жизнь в первую очередь, — это война. Сражение проиграно, война — нет. Все впереди. Мировая сволочь просто так не сдастся и попытает утащить с собой в бездну все человечество. Но и мы просто так руки не опустим. Сейчас видно, что Соппротивление с необходимостью должно быть глобальным. Ведь враг глобален» [15].

При этом пикантности ситуации придадо и то, что во время выборов Путин встретился с Марин Ле Пен в Кремле [16-17], и она даже имела российское финансирование [18-19]. И тут проигрыш. Все это оставляет горький привкус для Кремля.

Все это внутри России и вне ее делалось и двигалось с учетом будущих российских президентских выборов, призванных продемонстрировать безальтернативность главного кандидата. Именно под таким углом зрения все прочли предвыборное выступление Путина, которое было обозначено экспертами как военное. Вот одна из таких интерпретаций: «Может, где-то на Западе и можно выбирать президента, но главнокомандующих в России не выбирают, альтернативы нет. Ту же линию поддерживают и в официальной пропаганде: в новостях рассказывают о новом оружии, подчеркивают, что оно реально существует и работает. Агитационный посыл выглядит довольно стройно – все трудности последнего времени оправданы военными достижениями (это прямо звучало в послании президента), мы и дальше будем двигаться в том же русле, а обеспечить это движение может только Путин. И это даже не предвыборная программа, это претензии на многие годы вперед» [20].

Убыстрение мира привело нас к сложным временам. Казалось, что холодная война осталась далеко позади. И вот мы снова видим ее на горизонте. Снова супердержавы свирепо смотрят друг на друга, оценивая свои шансы на успех в возможной ядерной войне. Мир снова повторяется даже на новых скоростях.

Литература

1. Быков Д. Один // echo.msk.ru/programs/odin/2139654-echo/.
2. Streitfeld D. Peter Thiel's Money Talks, in Contentious Ways. But What Does He Say? // www.nytimes.com/2018/03/07/technology/peter-thiel-trump-facebook.html?module=WatchingPortal®ion=c-column-middle-span-region&pgType=Homepage&action=click&mediaId=thumb_square&state=standard&contentPlacement=24&version=internal&contentCollection=www.nytimes.com&contentId=https%3A%2F%2Fwww.nytimes.com%2F2018%2F03%2F07%2Ftechnology%2F-peter-thiel-trump-facebook.html&eventName=Watching-article-click.
3. Hardy Q. Rene Girard, French theorist of the social sciences, dies at 91 // www.nytimes.com/2015/11/11/arts/international/rene-girard-french-theorist-of-the-social-sciences-dies-at-91.html.
4. Путин В. Интервью американскому телеканалу NBC // kremlin.ru/events/president/news/57027.
5. Horowitz J. Will Russia meddle in Italy's elections? It may not have to // www.nytimes.com/2018/03/01/world/europe/italy-election-russia.html?ribbon-ad-idx=3&rref=world/europe&module=Ribbon&version=origin®ion=Header&action=click&contentCollection=Europe&pgtype=article.
6. Horowitz J. Italy, bracing for electoral season of fake news, demands Facebook's help // www.nytimes.com/2017/11/24/world/europe/italy-election-fake-news.html.
7. Аландете Д. и др. Российские сети активизировались, чтобы дать импульс ультраправым в Италии // www.inopressa.ru/article/02mar2018/elpais/italy.html.
8. The Kremlin's Trojan horses 2. Russian influence in Greece, Italy and Spain // www.atlanticcouncil.org/images/The_Kremlins_Trojan_Horses_2_web_1121.pdf.
9. Image of the EU and Eastern Partnership countries on Russian TV // ucmc.org.ua/wp-content/uploads/2018/02/Europe-image-in-Russian-TV-1.pdf.
10. Haldevang de M. Russia's meddling in the French elections has backfired spectacularly // qz.com/978011/russias-intervention-in-emmanuel-macrons-election-campaign-was-a-foreign-policy-screw-up-of-astronomic-proportions/.

11. France's Macron holds 'frank exchange' with Putin // www.bbc.com/news/world-europe-40082346.
12. Noack R. Everything we know so far about Russian election meddling in Europe // www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2018/01/10/everything-we-know-so-far-about-russian-election-meddling-in-europe/?utm_term=.5d15182fc74f.
13. MacFarquhar N. French Voters Defy Putin's Meddling, but You'd Hardly Know It in Russia // www.nytimes.com/2017/05/08/world/europe/french-voters-defy-putins-meddling-but-you-d-hardly-know-it-in-russia.html.
14. Regan T. Facebook helped blunt Russian meddling in French elections // www.engadget.com/2017/07/27/facebook-helped-blunt-russian-meddling-in-french-elections/.
15. Дугин А. Выборы во Франции - сражение проиграно, война нет // www.geopolitica.ru/news/dugin-vybory-vo-francii-srazhenie-proigrano-voyna-ne.
16. Nossiter A. Marine Le Pen of France meets with Vladimir Putin in Moscow // www.nytimes.com/2017/03/24/world/europe/marine-le-pen-of-france-meets-with-putin-in-moscow.html.
17. Путин встретился с Марин Ле Пен в Кремле // tass.ru/politika/4122786.
18. Gatehouse G. Marine Le Pen: Who's funding France's far right? // www.bbc.com/news/world-europe-39478066.
19. Seddon M. a.o. Putin awaits return on Le Pen investment // www.ft.com/content/010eec62-30b5-11e7-9555-23ef563ecf9a.
20. Перцев А. Вместо скреп и инноваций. Как милитаризм стал образом будущего // carnegie.ru/commentary/75707.

НОВЫЕ МЕДИА НЕСУТ НОВЫЕ КОНТЕКСТЫ ДЕЗИНФОРМАЦИИ

Нынешний человек попал в вихрь изменений, к которым он не готов не только психологически, но и физиологически.

Взросшие объемы информации, огромная скорость их получения привели к последствиям, которых никто не ожидал. Человек потерял способность не только критически, а вообще воспринимать подобные информационные объемы.

Мир также перешел в сетевую среду, которую можно обозначить как уменьшение роли централизованных потоков информации, идущих сверху, их можно назвать еще вертикальными, и увеличение роли (и доли) горизонтальных потоков, например, из соцмедиа.

Все это является переосмыслением модели управления массовым сознанием, где роль вертикальных коммуникаций стремительно сокращается. И это касается как роли религии или идеологии, так и роли государства.

Следует также уточнить, что сегодняшние горизонтальные коммуникации не совсем сходны с горизонтальными коммуникациями прошлого, поскольку, будучи порождаемыми социальными медиа, они также являются частью публичного пространства, а не индивидуального, как раньше. То есть в публичном пространстве у нас теперь два конкурирующих потока.

Мануэль Кастельс констатирует также в принципе более активную роль аудитории. Он пишет: «Концепция активной аудитории сегодня является закрепившейся в исследованиях коммуникации. И медиа имеет свой внутренний контроль в терминах ее возможности влиять на аудиторию, поскольку они являются бизнесом, поэтому должны побеждать аудиторию. Их обычно много и они конкурируют, они должны удерживать достоверность перед своими конкурентами, и у них есть внутренние ограничения по менеджменту информации, приходящие от профессионализма журналистов. С другой стороны, мы должны помнить сегодняшний рост идеологической, воинственной журналистики во всех странах (реально хорошей бизнес-моделью в США является Fox News или в Испании El Mundo), как и падающую автономию журналистов по отношению к их компаниям, а также связи между медиа корпорациями и правительствами» [1].

С сетевой информацией нет смысла бороться в централизованных СМИ, которые отражают скорее точку зрения власти. Здесь действует другой принцип, который мы видим на примере России. Россия заранее конструирует ситуацию с помощью телевидения, создавая интерпретационные структуры, которые могут сработать в дальнейшем. Например, задав Запад в качестве врага, можно перекладывать на него все новые и новые беды.

В книге «Коммуникативная власть» Кастельс описывает сетевую власть как коммуникативную. Сети он определяет следующим образом: «Сети являются комплексными структурами коммуникации, сконструированными вокруг набора целей, которые одновременно обеспечивают единство назначения и гибкость исполнения за счет адаптации к оперативной среде. Они одновременно программируются и самостоятельно настраиваются. Их цели и оперативные процедуры запрограммированы в социальных и организационных сетях социальными акторами. Структура развивается в соответствии со способностью сети к самостоятельной настройке в бесконечном поиске более эффективных сетевых приспособлений» [2].

Мы можем взять из книги несколько наблюдений, объясняющих то, с чем мы сталкиваемся:

1. нарративы определяют социальные роли внутри социальных контекстов, социальные роли существуют как в разуме, так и в социальной практике;
2. люди отбирают информацию таким образом, чтобы она соответствовала решению, которое они собрались принять;
3. люди верят тому, чему хотят верить;
4. фреймы в общественное сознание в основном вводятся с помощью медийных процессов;
5. информация сама по себе не изменяет отношения, если не возникает сильного когнитивного диссонанса, поскольку люди выбирают информацию в соответствии со своими когнитивными фреймами;
6. война с террором активировала самую глубокую эмоцию — страх смерти;
7. медиа не четвертая власть, они более важны, так как являются пространством создания власти, здесь формируются властные отношения между конкурирующими политическими и социальными акторами, которые должны пройти через медиа для достижения своих целей.

Активную аудиторию должен побеждать новый подход в передаче и создании информации, который базируется на управлении вниманием. Когда Россия начала работать на вмешательство в президентские выборы США, она работала именно в этом ключе с наиболее резонансными темами, поскольку они отражают точки уязвимости массового сознания.

Но это потребовало и денег, и людей. Как говорит одна из участниц этого процесса: «Конечно, их было не 13 и даже не 130. Это огромная работа, которая проводилась и до сих пор проводится. Как я понимаю, против людей в этом списке собрано достаточно доказательств для обвинения» [3].

Но медиа и сами проходят процесс трансформации. Сегодня идет общий поворот к доминированию визуальности над вербальностью. Косвенным признаком этого является захват пространства развлекательности исключительно визуальными продуктами, например, телесериалами и видеоиграми. Следующим шагом становятся задачи по захвату образования. Институт серьезных игр в Великобритании говорит о более чем десяти процентах предметов средней школы, уже теперь переведенных в игровую форму. И это говорит о том, что в развитых странах такие задачи уже ставятся.

Изначально вся наша цивилизация была вербально-печатной. Например, печать породила нынешнюю картину мира, разделенную на государства по национальному признаку, создала современные науки и образование, литература научила людей эмпатии и эмоциям, позволяющим лучше понимать других. Печать оторвала протестантизм от католицизма, разорвав связь власти и церкви, чего не произошло с православием. И это считается одной из причин отставания восточного мира от западного, поскольку в западном мире не сформировалась жесткая пирамида власти, дав право на разномыслие.

Раз люди стали меньше читать, это отражается на том, что мы теряем способность критического осмысления текстов. Люди готовы поверить всему, что им рассказывают. Отсюда феномен фейков, который возник не просто так, а именно из-за того, что люди стали меняться. Их мозги стали другими, они ориентированы на визуальные структуры, а мы пока не научились адекватно передавать знания визуально, а не вербально.

Кстати, большинство американских телесериалов имеет «спрятанную» информацию медицинского характера. Когда в сериале «Элементарно» о Шерлоке Холмсе я вижу, что перед едой все они многократно выпивают по стакану воды, я понимаю этот месседж. Это делается потому, что в Университете Южной Калифорнии обеспечивается предварительная «сцепка» режиссеров, продюсеров и благотворительных фондов, которые ищут, куда можно вставить такие «кванты» правильного поведения без нарушения сюжета фильма.

Система высшего образования в будущем, вероятно, будет деградировать, то есть останется всего несколько университетов, которые будут работать с людьми с нормальными мозгами. Уже сегодня в США есть проблема с порождением инноваций, поскольку с конца 1990-х наблюдается падение количества выдаваемых патентов. Надо создавать специально ориентированные на инновации программы. И страны начинают кардинально менять свои образовательные программы.

Информационное потребление заменяет сегодня многое другое. Оно становится главной потребностью человека, чем поднимает статус медиа. Известны случаи, когда человек, погруженный, например, в комиксы, проводил в этом состоянии всю жизнь.

Люди-потребители были всегда. Просто каждое поколение попадает в ситуации, когда число потребителей, то есть комфортно живущих за счет других, возрастает. Эти люди ни на что другое уже не способны. Да они и не нужны: для управления страной, например, нужно до 2–5% людей с нормальным образованием. Тогда возникает естественный вопрос: зачем учить остальных на таком же высоком уровне? Так что все зависит от задач, которые поставит общество.

При этом образование теряет смысл, если основные потоки визуальные, а знания мы не научились «паковать» в визуальную форму. И исчезают люди, которые в состоянии работать мозгами по-старому, ведь не зря же в Силиконовой долине пытаются ограждать детей от гаджетов. Или должна быть придумана более мощная система, чем человеческий мозг, которая из клипов будет создавать осмысленность более высокого уровня.

Кастельс пишет: «Для всех медиаорганизаций, независимо от того сфокусированы они на массовой коммуникации или на массовой самокоммуникации, или на той и другой, решением является расширение своего влияния и ресурсов с помощью увеличения и углубления своей аудитории. Различные медиа определяют свою аудиторию с помощью конкретных стратегий. То есть это не просто вопрос получения своей части аудитории, но также достижения целевой аудитории» [2, р. 195].

Сетевые структуры размывают старые властные правила, поскольку появляется альтернатива. В критических ситуациях именно альтернатива начинает выполнять те функции, которые не может выполнять иерархическая власть. Поэтому дезинформацию ждут не лучшие времена. Хотя с другой стороны, если она была так любима в период холодной войны [4], то приход новой холодной войны означает и приход новой волны дезинформации. Тем более мир имеет новые возможности по ее распространению с помощью соцмедиа [5-7]. Причем здесь, вероятно, наблюдается та же тенденция, которая проявляется каждый раз в истории с появлением новых медиа. Человечество верит им больше, не выработав еще опыт взаимодействия с ними.

Мир сегодня пытается противопоставить дезинформации развитие медиаграмотности, но это не может помочь, поскольку дезинформацию порождают профессионалы, а противостоять профессионалам могут только другие профессионалы, но никак не любители.

Хотя сегодня в случае соцмедиа мы видим повторение той истории, которую подметил Постман, подчеркивая, что всем нам будет лучше, если телевидение станет хуже. Он написал: «Я не возражаю против телевизионного мусора. Лучшее, что есть на телевидении, — это мусор, и это никому не угрожает. Кроме того, мы не оцениваем культуру по порождаемым ею тривиальностям, а по тому, что она считает значимым» [8-10].

Однако тривиальности социальных медиа взяли на вооружение технические гиганты, создавшие из них психологический инструментарий, с помощью которого можно влиять на индивидуальное и массовое сознание путем микротаргетинга. Незамечаемое нами стало значимым в их руках.

Интересное замечание пришло уже в наше время от сына Постмана: «Но тревожил не просто масштаб телевизионного воздействия. Тревожила аудитория, которая обусловила получение информации более быстрым способом, с меньшим

количеством нюансов и, конечно же, на основе изображений. Как указывал мой отец, письменное предложение имеет определенный уровень достоверности: оно истинно или не соответствует действительности — или, по крайней мере, мы можем провести осмысленную дискуссию по поводу его истинности (это было до «альтернативных фактов» [13] — авт.). Но картинка? Никогда нельзя сказать с точностью, истинная картинка, или ложная. Она либо захватывает ваше внимание, либо нет. Чем больше мы смотрели телевизор, тем большего мы ожидали — и пальцы на пульте требовали больше, чтобы были интересны не только наши сериалы, комедии и другое «барахло по телеку», но и наши новости и другие вопросы, имеющие важное значение. Чтобы они были удобоваримыми. Визуально привлекательными. Провокационными. Короче говоря, развлекательными. Все время. Извини, C-Span» [9].

Книга Постмана называлась «Забавляя себя до смерти». Вот еще мнение современного автора в журнале «Атлантик»: «Забавляя себя» не утверждает, что регулярные ТВ-шоу являются плохими или опасными. Она настаивает вместо этого на том, что это медиа трансформирует любую другую сферу, с которой соприкасается. Используя методы развлечения, телевидение будет тривиализировать все — политику, образование, религию и журналистику» [10].

И это понятно, поскольку любой массовый продукт должен быть простым. В свое время Эйзенштейн и Богданов изучали цирк как вариант максимально простого искусства. Богданов даже отмечал, что людей можно выровнять по низшим реакциям, поскольку высшие у всех людей разные.

Первая глава книги Постмана называется «Медиа как метафора» [11]. В ней он акцентирует один важный аспект медиа: «Человек, читающий книгу, или тот, который смотрит телевизор, или поглядывает на свои часы, не задумывается о том, как его разум организуется и контролируется этими событиями. Еще меньше его волнует идея мира, предложенного книгой, телевидением или часами».

Это можно интерпретировать так, что мы получаем не универсальный поток информации, а каждый раз разный. По этой причине и форматирование мира будет разным, что ведет к тому, что и мир будет иным. И это открывает новые возможности для выстраивания дезинформации. Например, в случае вмешательства в американские президентские выборы информация шла от друга, от одинаково мыслящего человека. Тем самым она получала дополнительную достоверность.

Флориди, известный своей концепцией четвертой информационной революции, считает, что технология разделяет общество [12]. Сегодня мы живем в инфосфере, а наше время он считает гиперисторическим. При переходе от доистории к истории, начавшемся шесть тысяч лет назад, информационные системы перешли от глиняных табличек к компьютерам. Сегодня, в гиперисторическое время, мы попали в зависимость от информационных систем. Общество окажется в зоне риска, когда какая-то информационная система рухнет.

В главе «Медиа как эпистемология» Постман пишет: «Надеюсь, убедил вас в том, что падение эпистемологии печати и сопутствующий рост эпистемологии телевидения имел плохие последствия для публичной жизни в том, что мы поглупели. Поэтому для меня необходимо держаться мнения, что любая форма рассказывания правды является функцией от влияния медиакоммуникации. «Увидеть — значит поверить» всегда имело

высший статус как эпистемологическая аксиома, но «сказать», «прочитать», «посчитать», «вывести», «прочувствовать» и другие, которые поднялись и упали в важности из-за того, что в культуре прошли изменения медиа. Когда культура движется от устности к письму, от печати к телевидению, вместе с ней движутся и ее идеи правды».

Социальные медиа, которых не было во времена Постмана, принесли нам свое понимание правды и неправды, информации и дезинформации. К сожалению, мы не стали умнее или сильнее от этого, скорее наоборот.

Литература

1. Castells M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society // International Journal of Communication. - 2007. - Vol. 1.
2. Castells M. Communication power. - Oxford etc., 2009.
3. «Их было не 13»: разоблачитель «фабрики троллей» об обвинении в США // www.dw.com/ru/%D0%B8%D1%85-%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D0%BE-%D0%BD%D0%B5-13-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C-%D1%84%D0%B0%D0%B1%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B%D0%BB%D0%B5%D0%B9-%D0%BE%D0%B1-%D0%BE%D0%B1%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8-%D0%B2-%D1%81%D1%88%D0%B0/a-42646683?maca=rus-tco-dw.
4. Giraldi P. 70 Years of Disinformation: How the CIA Funded Opinion Magazines in Europe // ahtribune.com/us/fake-news/2097-cia-disinformation.html.
5. Scott J. Information warfare. The meme is the embryo of the narrative illusion // icitech.org/wp-content/uploads/2018/02/CCIO-Information-Warfare-The-Meme-is-the-Embryo-of-the-Narrative-Illusion.pdf.
6. The Disinformation Playbook // www.ucsusa.org/our-work/center-science-and-democracy/disinformation-playbook#.WxbackgvxEb.
7. Marwick A. a.o. Media manipulation and disinformation online // datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf.
8. McMenamin E. Did Neil Postman predict the rise of Trump and fake news? // www.pastemagazine.com/articles/2017/01/did-neil-postman-predict-the-rise-of-trump-and-fak.html.
9. Postman A. My dad predicted Trump in 1985 – it's not Orwell, he warned, it's Brave New World // www.theguardian.com/media/2017/feb/02/amusing-ourselves-to-death-neil-postman-trump-orwell-huxley.
10. Timberg S. Meet the man who predicted Fox News, the Internet, Stephen Colbert and reality TV // www.salon.com/2015/01/04/meet_the_man_who_predicted_fox_news_the_internet_stephen_colbert_and_reality_tv/.
11. Postman N. Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business. - New York, 1985.
12. Matias J. N. What Should the Information Society Be? Luciano Floridi at Princeton // medium.com/@natematias/what-should-the-information-society-be-luciano-floridi-at-princeton-707a73166b42.
13. Even rightwing sites call out Trump administration over 'alternative facts' // <https://www.theguardian.com/us-news/2017/jan/23/rightwing-sites-trump-administration-alternative-facts>.

A large, stylized white number '7' is positioned on the right side of the page. It consists of a thick horizontal bar at the top and a thick diagonal bar extending downwards and to the left from the right end of the horizontal bar.

Глава седьмая

УСИЛЕНИЕ БОРЬБЫ С ДЕЗИНФОРМАЦИЕЙ

Сегодня практически каждая страна создает свои структуры по борьбе с дезинформацией. Это объясняется расширением сфер применения дезинформации, с которыми сталкивается каждый из нас, но особенно государства.

Информация в новых контекстах теряет свою реальную цену, ведь ее слишком много, поэтому ее легко заменяет дезинформация. Тем более мир разрешил каждому иметь свою модель, что раньше было прерогативой лишь артистов и художников. Именно они имели право на индивидуальные модели мира, теперь доступные каждому.

Переход на гламур, обусловленный эксплуатацией внимания, несет в себе еще одну составляющую — визуальность. То, что видишь глазами, распространяется лучше, чем вербальный текст. Именно поэтому большую часть фальшивых сообщений составляют видео и фото, как это было, например, во время вмешательства в каталонский референдум.

Эли Паризер ввел понятие информационных пузырей как персонально подобранной под потребителя информации [1-3]. В результате работы алгоритмов человек видит суженный спектр информации, оставляя за бортом все ее разнообразие.

Любая ситуация требует управления, иначе она со временем превращается в хаос. Дезинформация автоматически вызывает к жизни и борьбу с дезинформацией. В США, например, предлагают создать Национальный центр противодействия дезинформации, где будут работать представители ФБР, министерства национальной безопасности, ЦРУ, Пентагона, Центра глобальной вовлеченности, входящего в госдепартамент [4]. Должность главы Национального совета должна быть приравнена по рангу к заместителю госсекретаря, причем отчитываться он будет руководителю национальной разведки и напрямую президенту.

Сложность такой борьбы можно увидеть не только в российском информационном вмешательстве в американские президентские выборы, но и в менее известном вмешательстве в каталонский референдум.

В достаточно детальном анализе дигитальных коммуникаций было собрано 5 миллионов электронных сообщений в основном в Twitter и частично в Facebook со словами Catalu a, Catalonia и Catalunya [5]. Еще источником были видео из YouTube, а также информация из социальных платформ Instagram, Blogger, WordPress, Reddit и Flickr. На первом месте по количеству были, конечно, испанские медиа, но на четвертом оказались RT News и Sputnik. Они распространили 47 тыс. 964 постов о Каталонии, которые получали в десять раз большее распространение, чем от испанского общественного телевидения RTVE или от испанского общественного новостного агентства EFE.

Качественный анализ десяти самых распространяемых постов и линков RT показал, что наибольший интерес у RT был к людям, пострадавшим от столкновений с полицией. Почти 50% фото и видео осуждали действия испанской полиции, 20% — обсуждали, как каталонская независимость навредит испанской экономике, 20% были нейтральны, и 10% процентов критиковали испанского премьера Рахоя.

По Sputnik такой же анализ показал, что десять наиболее распространенных постов были в пользу каталонской независимости. 40% — критиковали испанскую полицию, 30% — испанского премьер-министра, 30% — рассказывали о международной поддержке каталонской независимости.

Анализ показал, что только один из ста наиболее активных аккаунтов демонстрирует поведение человека, другие соответствуют официальным профилям RT и Sputnik, а 84 невозможно идентифицировать ни с конкретным человеком, ни с учреждением, они опираются только на RT и Sputnik как свой основной источник. Их можно признать ботами, поскольку некоторые из них распространяют 1425 сообщений в день.

Интересно, что аккаунтов, видимо, не хватало, и 30% аккаунтов работали из Венесуэлы [6]. Испанское правительство подтвердило, что хакеры работали с российской территории [7].

Во всех подобных случаях модель остается той же — создание раскола в обществе либо информационными, либо физическими методами. США готовятся к отражению таких атак на своих промежуточных выборах, все больше понимая, как именно это произошло во время выборов Трампа [8-9].

Дезинформация используется и для внутренней российской аудитории. Наиболее частотным методом здесь является подмена «части на целое». Например, под заголовком «В сенате призвали власти США начать диалог с Россией» размещено сообщение, что в действительности только четыре сенатора с конкретными фамилиями подписали такого рода сообщение [10]. Назовем этот подход **редакторской дезинформацией**. Здесь заголовок говорит об одном, а содержание — о другом.

Расширенные возможности дезинформации связаны с возросшими потоками информации, которые потребитель уже не может адекватно оценивать. Одновременно любой сегодняшний текст выстроен так, чтобы завладеть вниманием аудитории.

Гламур как центр привлечения внимания начинался с системы создания кинозвезд, инструментария рекламы и паблик рилейшнз. В результате мы имеем не просто много сообщений; они еще и ориентированы на то, чтобы захватить внимание потребителя, ведь большие объемы информации сделали дефицитом не информацию, а внимание. Внимание же, в отличие от информации, оказалось ресурсом ограниченным: у человека ограниченное время для работы с информацией.

Еще одной «травмирующей» формированием публичного пространства закономерностью является то, что фальшивые новости распространяются быстрее и достигают более широкой аудитории. Это чувствовалось и раньше, но теперь получило документальное подтверждение [11-12].

Такие вещи представляют серьезную опасность, например, в ситуации искусственного снижения курса акций. Подобное случилось в 2013 году, когда за считанные минуты рынок обвалился на 130 миллиардов долларов [13]. Все произошло в результате фальшивого твита из якобы администрации президента, в котором сообщалось, что Обама был ранен в результате взрыва. Сообщение отправили неизвестные хакеры.

Фальшивые новости с вероятностью 70% получают распространение на Twitter. Подлинные истории редко проходят предел в одну тысячу ретвитов, зато один процент

фальшивых историй может набрать от одной тысячи до ста. Правде требуется в шесть раз больше времени, чем лжи, чтобы достичь 1500 человек. Исследователи обнаружили также важное свойство фальшивых новостей — они обладают большей новизной.

Стимулирующую распространение роль новизны они объясняют следующим образом: «Новизна привлекает человеческое внимание, способствует продуктивному принятию решений, работает на распространение информации, поскольку новизна обновляет наше понимание мира. Когда информация носит новый характер, она не только удивляет, но и обладает большей ценностью» [12]. Подобным образом другая группа исследовала и каскадное распространение слухов в Facebook [14].

Однако можно честно признать, что хоть фальшивые новости хорошо распространяются, их влияние в результате оказывается небольшим. Например, анализ американских президентских выборов показал, что фейковые сайты породили только 2,6% статей, прочитанных на этот момент американцами [15-16]. При этом на таких сайтах побывало 27% избирателей, что соответствует 65 миллионам людей.

В статье с завлекательным заголовком «Вам не надо быть богатым (или русским), чтобы подорвать британскую демократию» речь идет о том, что сегодня даже не надо создавать фальшивые аккаунты для вхождения в информационное пространство, политическая поляризация общества породила множество реальных аккаунтов, где могут быть размещены фейки [17]. Кстати, как в ситуации с каталонским референдумом, Россия повлияла и на британский — Брекзит [18-19].

Кроме фейков были выделены и junk news, под которые попадали нарушители трех из пяти требований [20-24]. Это были такие нарушения:

- отсутствие стандартов профессиональной журналистики;
- излишне эмоциональный язык, неадекватные обобщения;
- основываются на неправдивой информации и конспирологии;
- часто представляют отдельные мнения и комментарии как новости;
- пытаются повторить профессиональные медиа шрифтами, брендингом, стилистикой.

Выделив такие требования к «мусорным новостям», исследователи начали их поиск в американском сегменте Twitter и Facebook. Оказалось, что они сконцентрированы вокруг групп, поддерживающих Трампа. Выяснилось, что демократы и республиканцы предпочитают разные источники новостей, которые слабо пересекаются. Сторонники Демократической партии предпочитают мейнстримные источники, а республиканцы — консервативные медиагруппы.

Есть еще одна точка отсчета, которая позволяет понять «взлет» фейков в современном мире. Вероятно, причиной является и то, что все наши системы понимания текстов и выявления лжи выстроены на базе работы с печатными текстами. Соцмедиа же воспринимались как «истинная правда», поскольку они воспринимались как носители того, что говорит отдельный человек. Изначально никто не предполагал, что массовый повтор этих сообщений может делаться искусственно с помощью троллей и ботов.

Нил Постман в свое время напоминал нам о приходе печатного слова так: «Влияние печатного слова было настойчивым и сильным не только из-за количества печатных

материалов, но и из-за их монополии. Этот аспект недостаточно подчеркивается, особенно теми, кто не хочет признать существенной разницы тогдашней медиасреды и теперешней. Можно иногда услышать, например, что сейчас доступно больше печатных материалов, чем когда-либо, что, без сомнения, является правдой. Однако с XVII столетия до середины XIX столетия печатные материалы были единственно имеющимися. Не было кино для просмотра, не было радио для слушания, не было фотографий для просмотра, записей для прослушивания. Не было и телевидения. Публичные дела передавались и выражались с помощью печати, которая стала моделью, метафорой и мерой всех дискурсов. Резонанс от линейной, аналитической структуры печатных материалов и особенно описательной прозы, ощущался всюду» [25].

Сегодня общество попало под такое же влияние коммуникаций соцмедиа. Facebook даже канализировал наши эмоции в набор лайков. Появился новый тип языка типа «превед медвед» [26-29]. Все, что можно было изменить, оказалось измененным, а то и вовсе разрушенным.

Динамика изменений — в принципе, естественный процесс. Просто в данном случае в дело вмешались новые технологии, которые, как оказалось, могут трансформировать многие социальные характеристики гораздо быстрее.

И в заключение совершенно необычное мнение на фоне всего того, что стало сегодня основным страхом. Это пишет британский специалист по социальным медиа Алекс Красодомски-Джоунс: «Мы должны рассказывать о важности несогласия. Мы должны разъяснять, чем оно отличается от брани. Мы должны акцентировать важность понимания оскорбительности и права быть обиженным. Мы должны поощрять их к тому, чтобы они действительно взаимодействовали с тем, с чем они не согласны и что они отвергают, а не пытались задушить прежде, чем он [оппонент] произнесет слово» [30].

Впрочем, это уже следующий этап борьбы, когда фейки будут знать свое место, как когда-то в сказке это требовалось от тени — со словами-заклинаниями «Тень, знай свое место».

Литература

1. Паризер Э. За стеной фильтров. Что интернет скрывает от вас? - М., 2012.
2. Pariser E. Welcome to the brave new world of persuasion profiling // www.wired.com/2011/04/st-essay-persuasion-profiling/.
3. Hempel J. Eli Pariser predicted the future. How he can't escape it // www.wired.com/2017/05/eli-pariser-predicted-the-future-now-he-cant-escape-it/.
4. Писня Н. «Атлантический совет» США предложил способы борьбы с пропагандой // www.bbc.com/russian/features-43314295.
5. Lesaca J. Why did Russian social media swarm the digital conversation about Catalan independence? // www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2017/11/22/why-did-russian-social-media-swarm-the-digital-conversation-about-catalan-independence/?utm_term=.9fec7f958aad.
6. Alandete D. Russian network used Venezuelan accounts to deepen Catalan crisis // elpais.com/elpais/2017/11/11/inenglish/1510395422_468026.html.
7. Diez A. Government confirms intervention of Russian hackers in Catalan crisis // elpais.com/elpais/2017/11/10/inenglish/1510329788_994258.html?rel=mas.

8. Stewart E. Russian election interference is far from over. I asked 9 experts how to stop it // www.vox.com/policy-and-politics/2018/2/19/17023240/election-2018-russia-interference-stop-prevent.
9. Vogel K.P. How Russian Trolls Crept Into the Trump Campaign's Facebook Messages // www.nytimes.com/2018/03/08/us/politics/russian-trolls-trump-campaign-florida-matt-skiber.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
10. В сенате призвали власти США начать диалог с Россией // news.rambler.ru/usa/39319640/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
11. Vosoughi S. a.o. The spread of true and false news online // science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full.
12. Lore S. It's True: False News Spreads Faster and Wider. And Humans Are to Blame // www.nytimes.com/2018/03/08/technology/twitter-fake-news-research.html?hpw&rref=technology&action=click&pgtype=Homepage&module=well-region®ion=bottom-well&WT.nav=bottom-well.
13. Rapoza K. Can 'Fake News' Impact The Stock Market? // www.forbes.com/sites/kenrapoza/2017/02/26/can-fake-news-impact-the-stock-market/#3c109b432fac.
14. Friggeri A. a.o. Rumor cascades // www.aai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view-File/8122/8110.
15. Carey B. 'Fake News': Wide Reach but Little Impact, Study Suggests // www.nytimes.com/2018/01/02/health/fake-news-conservative-liberal.html.
16. Guess A. a.o. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign // www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf.
17. Burgess M. a.o. You don't need to be rich (or Russian) to subvert UK democracy // www.wired.co.uk/article/online-propaganda-disinformation-facebook-brexit-bots.
18. Burgess M. Twitter has admitted Russian trolls targeted the Brexit vote (a little bit) // www.wired.co.uk/article/twitter-russia-brexit-fake-news-facebook-russia.
19. Burgess M. Here's the first evidence Russia used Twitter to influence Brexit // www.wired.co.uk/article/brexit-russia-influence-twitter-bots-internet-research-agency.
20. Narayanan V.a.o. Polarization, Partisanship and Junk News Consumption over Social Media // comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/02/2018-1.pdf.
21. Hern A. Fake news sharing in US is a rightwing thing, says study // www.theguardian.com/technology/2018/feb/06/sharing-fake-news-us-rightwing-study-trump-university-of-oxford.
22. Hazard Owen L. The far-right sharing fake news — or conservatives sharing conservative journalism? // www.niemanlab.org/2018/02/the-far-right-sharing-fake-news-or-conservatives-sharing-conservative-journalism/.
23. Gordon G. 'Junk' political news shared more widely by Trump backers, study finds // www.mcclatchydc.com/news/politics-government/white-house/article198556159.html.
24. Kight S.W. Twitter users shared more junk news than mainstream news during the election // www.axios.com/twitter-users-shared-more-junk-news-than-mainstream-news-during-the-election-1513305837-fc887d31-b99a-4b9d-8fa3-af4e5e5a7557.html.
25. Postman N. Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business. - New York, 1985.
26. Preved Medved (ПРЕВЕД МЕДВЕД) // knowyourmeme.com/memes/preved-medved-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D0%B4-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B5%D0%B4.
27. Preved // en.wikipedia.org/wiki/Preved.
28. Медвед // lurkmore.to/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B5%D0%B4.
29. Превед // med-preved.narod.ru/history.htm.
30. Krasodonski-Jones A. Where have all the good trolls gone? // www.indexcensorship.org/2016/10/alex-krasodonski-jones-good-trolls-gone/.

СОВЕТСКИЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ КАК ПРЕДТЕЧА РОССИЙСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОПЕРАЦИЙ

Российские информационные операции базируются на рефлексивном управлении противником, в основе которого лежит управление восприятием.

Это сознательное вмешательство и коррекция того, что видит объект воздействия, чтобы помешать ему принять правильное решение. Сам-то он считает, что принимает верное решение, но делает он это на основании откорректированных не им данных. Это война с восприятием, подталкивающая человека интерпретировать реальность на основе измененного восприятия.

Первоначально, по сути, именно такую коррекцию делал на ежедневной и ежесекундной основе сталинский мир. Людей заставляли видеть не то, что было на самом деле, а то, что могло быть. И для этого необязательно менять реальность. Можно показать радость одних, как это делает кино, чтобы попытаться перенести эти же эмоции другим.

Сегодня это делают с помощью информационных операций. Они акцентируют в окружающем мире то, что нужно, и стараются не обращать внимания на то, на что не должно обращать внимание массовое сознание.

Такая коррекция производится как в рамках информационного потока, так и в рамках виртуального. Раньше кино, а сегодня телесериалы стоят в центре внимания любого государства. Если режиссер телесериала «Спящие» Юрий Быков под оглушительной критикой отказался снимать продолжение о работе агентов ЦРУ в Москве, то в срочном порядке второй сезон стал готовить другой режиссер. Пропаганда не умирает!

Информация в открытом и закрытом обществе функционирует по разным законам. В закрытом обществе тиражируется исключительно разрешенная информация, за чем следит специальный институт цензуры. Это общество и выживает только потому, что внутри функционирует только разрешенная информация.

Носители неразрешенной информации могут подвергаться репрессиям, если они не хотят признавать права власти делить информацию на разрешенную и запрещенную для распространения. Репрессии 1937 года можно признать таким рубиконом, когда носителей памяти подвергли репрессиям, чтобы вся память была не из жизни, а из книг, газет и учебников.

В результате из тиражирования и социальной памяти исчезают Троцкий, Зиновьев, Каменев, Бухарин и другие, которые возвращаются только в период перестройки. Все их дела и достижения после их исчезновения переходят к тем, кто остался у власти. Новые персоны теперь руководят восстанием, живут с

Лениным в Разливе, пишут конституцию, ставшую сталинской. История полностью оказывается переписанной. В довоенное советское время следовало сдавать биографические страницы из Большой Советской Энциклопедии о людях, которые исчезли с Олимпа. То есть общественная память контролируется гораздо серьезнее памяти индивидуальной. Правда, Вениамин Каверин как-то сказал о том времени, что над страной стоял дым от костров. Это люди сжигали фотографии, письма, другие личные документы, которые прямо или косвенно могли подвести их под арест. Так уничтожалась материальная часть личной памяти, имевшая внешний характер.

Закрытое общество имеет больше возможностей формировать мозги своих граждан, чем общество открытое. Идеология, образование и наука, медиа, литература и искусство, — все поют свои песни на единую мелодию, которую невозможно не выучить, поскольку она звучит повсюду. Плохих учеников, если такие попадают, отправляют на перевоспитание.

Сталин создает политическую системность типа менделеевской. Он максимально системен. Когда же факта, соответствующего нужной точке нет, он может быть придуман. Для пропаганды важен не факт, а правило, ведь факт под него всегда найдется.

Сталин, например, уговаривал Александра Довженко снять фильм об украинском Чапаеве. В результате получился Щорс — фильм и человек. Каким был Щорс до фильма, не знает никто, каким был Щорс после фильма — знают все. Это типичный пропагандистский инструментарий, когда художественная реальность побеждает подлинную. Проигрыша быть не может. По крайней мере, три характеристики доказывают это:

- художественная виртуальность несет все те характеристики, которые нужны,
- художественная виртуальность может тиражироваться в любых количествах,
- художественная виртуальность привлекает зрителя/читателя, поскольку сделана в рамках управления вниманием, а не системы поиска истины, и в этом ее сила.

Кстати, расследование гибели Щорса имеет десятки источников, но никто не знает, что было на самом деле. И такой непонятной является почти вся советская история. Она оперирует виртуальностями, но не реальностями. Любой шаг в сторону сразу вскрывает отсутствующую реальность. Это и панфиловцы, и Павлик Морозов, и Зоя Космодемьянская... То есть пропаганда была настолько сильна, что она вымыла всю реальность. Все главные персонажи истории не имеют под собой доказательной базы.

Это касается как сталинской истории, так и постсталинской. Даже недавняя перестройка покрыта мраком. Например, Валентин Фалин, работавший в ЦК и бывший послом СССР в ФРГ, говорит о многих подобных вещах в своих интервью и выступлениях [1].

Информационный поток — это поток тактический, поскольку он подвержен большой динамике изменений физического мира. Виртуальный поток — это поток

стратегического порядка. Это литература и искусство. Это религия и идеология. Это знания о мире, которые устаревают с гораздо меньшей скоростью, чем это происходит в информационном потоке.

Это более универсальные знания, поскольку они отражают правила мира, а не его факты, как это имеет место в информационном потоке. По этой причине старую газету мы уже не читаем, но можем читать старый роман, поскольку правила, в отличие от фактов, меняются не так быстро.

Как происходит эта коррекция массового сознания за счет медиа, в первую очередь художественных, можно увидеть, например, по изменениям отношения россиян к ВЧК/КГБ. При этом и с самим Владимиром Путиным в момент его вхождения во власть была совершена сходная подмена. Его делают разведчиком, чтобы «сцементировать» с образом Штирлица, который на тот момент стоял на первом месте как образец для подражания.

Данные «Левада-центра» дают следующие изменения в восприятии вплоть до 2018 года: россияне ассоциируют спецслужбы не с борьбой с противниками советской власти и репрессии, а с разведкой и контрразведкой [2]. Социолог Денис Волков дал этому следующее объяснение: кроме Крыма и Сирии сработали отсутствие критики работы спецслужб по ТВ, а также преобладающий положительный образ чекистов в фильмах и сериалах.

Глеб Павловский рассказывает о проекте «Преемник»: «Я пришел в команду Ельцина весной 1996 года, когда начиналась его последняя избирательная кампания. А уже с осени работал в проекте, получившем потом название «Преемник» [3].

В память ему запало одно выступление Путина, когда он еще не был «первым лицом»: «Памятно одно совещание, проходившее, по-моему, где-то в июне 1998 года. Я, грешным делом, говорил о необходимости ввести чрезвычайное положение, наделить правительство диктаторскими полномочиями... Путин возразил мне коротко и ясно. Чрезвычайное положение, сказал он, власть может объявить только в одном из двух случаев: либо если она для народа своя, родная, либо если она страшна. Ни того, ни другого у нас нет, поэтому любые ЧП исключены».

И последний самый важный факт: «К началу 1999 года всем было ясно, что преемником станет выходец из силовых структур. В воздухе, так сказать, запахло погонами. И не только в Кремле. По кремлевскому заказу социологи провели тогда забавное, но очень показательное исследование — с вопросом «Какого киногероя вы хотели бы видеть следующим президентом?». Первое место разделили два персонажа. Один ожидаемый — Петр Великий в исполнении, кажется, Николая Симонова. А второй неожиданный — Штирлиц в исполнении Тихонова».

С другой стороны, и социологию можно сделать такую, какая требовалась под конкретную задачу. Но факт остается фактом — Путина вводят в массовое сознание в роли разведчика, коим он практически и не был.

Алексей Ситников, правда, раскрыл, что исходным преемником был глава российских железных дорог Николай Аксененко. Но Чубайс напугал Ельцина словами, что Аксененко слишком сильный [4-5]. И всё переиграли (о разных параллелях Путин — Штирлиц см. также [6-7]).

Интересно, что фигуру Путина сблизили и с героем анекдота: «У Путина есть черты, которые необходимы герою анекдота. Он ассоциируется с уже существующими героями — конечно Штирлицом, и часть анекдотов напрямую отсылает к анекдотам про Штирлица. И вообще свойство секретного агента — это хорошее свойство для героя анекдота. Кроме того, у него говорящее имя. Вовочка — это тоже один из любимых героев русского анекдота. А поскольку Вовочка в русском анекдоте не имеет фамилии, то это имя приписывается время от времени разным политикам. Вдруг оказывается, что Вовочка — это Ленин, потом Жириновский и сейчас это всегда Путин» [8].

Анекдот сильнее отражает мнение массового сознания, чем любая статья в СМИ того же периода, поскольку анекдот — это неотцензурированный срез мыслей масс. Именно благодаря соответствию чаяниям и пожеланиям массового сознания анекдот совершает свое движение. Его трансляция не поддержана государством, он жив только потому, что сказанное в нем хотят услышать.

О близости мира «Семнадцати мгновений весны» нашему Андрей Архангельский написал эссе «Вышли мы все из гестапо», где есть и такое наблюдение: «Штирлиц научил нас скрывать свои чувства и мысли — слишком, слишком многие хотели бы потоптаться на них, но хрена им лысого. И только в редкие минуты отдохновения, с черными от золы руками, бубня под нос любимую песню, выйти с сигаретой на балкон, улыбнуться самому себе и сказать: «Мы с тобой все-таки сделали их, дружок». Все-таки мы сделали их всех, хотя они на нас и злобно шипели, и грозно шевелили усищами, и угрожали экономическими санкциями... Но нас не возьмешь голыми руками. Нас учил Штирлиц, и кое-какие из его уроков мы хорошо усвоили» [9].

И еще одна странность фильма. Консультантом от КГБ этого фильма был связанный с Леонидом Брежневым Семен Цвигун, который попросил разрешения у Юрия Андропова, в титрах он значится как С. К. Мишин [10]. То есть вокруг фильма собрались достаточно известные лица: Юрий Андропов, Юлиан Семенов, Семен Цвигун, Татьяна Лиознова, Вячеслав Тихонов.

Были и курьезы. Директор картины Ефим Лебединский приглашал на съемки своих родственников и знакомых. В кадре то и дело появлялись эсэсовцы явно неарийской внешности. Семен Цвигун по этому поводу однажды поинтересовался: «У нас фильм про немецкую армию или про израильскую?» [11].

В других воспоминаниях этот вопрос приписывают другому консультанту от КГБ — Георгию Пипия:

«— А вы что, антисемит? — удивилась Татьяна Лиознова.

— Я не антисемит, — ответил Георгий Пипия. — Но смотрите, что получится: мы в своем фильме покажем, что евреев уничтожали такие же евреи, только в гестаповской форме. Может быть международный скандал, с Израилем у нас и так неважные отношения» [12]. Лиознова горячо его поблагодарила за вовремя сделанную подсказку.

Фильм был снят по инициативе Юрия Андропова, который как бы лично и принимал фильм, смотрел 14 часов картины по ночам в три приема по четыре серии [13-15] (см. также наш собственный текст об Андропове — части первую и вторую [16-18]).

В результате этой, по сути, ментальной операции 1973 года, в которой были задействованы как лучшие силы страны, так и самое мощное из имеющихся средств — телесериал, образ КГБ стал в массовом сознании советских людей иным: репрессивный аппарат ушел в тень, произошла замена его на красивую роль разведчика. Более того, еще через несколько десятилетий это привело к избранию президентом Владимира Путина, причем надолго.

Ганс Розенфельдт, анализируя разные виды присутствия Гитлера в современной массовой культуре от мемов до комедий, назвал ряд шагов, с помощью которых прошлое (даже такое, как фигура Гитлера) нормализуется в настоящем. Розенфельдт выделяет следующие типы такой нормализации [19]:

- **органическая**, когда уходит старое поколение свидетелей события, вместо них приходит новое поколение, у которого нет личного отношения, поэтому возникает менее морально ориентированная перспектива прошлого;
- **релятивизация** состоит в приравнивании исторического события к другому, чтобы оно потеряло исключительность, морализаторские оценки;
- **универсализация**: данное историческое явление начинает рассматриваться с более широких перспектив, в результате прошлое теряет свою уникальность;
- **эстетизация** — это рассказ о нацизме и Холокосте сквозь призму сценариев «если бы» (например, если бы Германия напала на Великобританию в 1940 году и под.).

Речь идет о работе целой индустрии памяти, которая исключительное событие прошлого делает обычным, тривиальным в настоящем [20-21]. Реально сегодня мы повсюду видим индустрию создания фейковой памяти. Розенфельдт еще не знал этого, но уже предсказывал, перефразируя Фукуяму: не «конец истории», а «конец памяти».

Джеймс Верч предложил свою концепцию памяти [22-23]. С помощью понятия нарративного шаблона он пытается объяснить речь Путина по поводу Крыма. Здесь он видит подведение ситуации под старый шаблон «изгнание иноземного врага», который часто присутствовал в истории, поэтому его решили использовать еще раз:

- «начальная ситуация»: миролюбивая Россия не вмешивается в чужие дела;
- «беда»: чужеземные враги коварно атакуют Россию, которая их никак не провоцировала;
- враги пытаются уничтожить уникальную российскую цивилизацию, и она оказывается на грани гибели;
- проявляя исключительный героизм, Россия без чьей-либо поддержки, вопреки всем обстоятельствам, одерживает победу, изгоняя врагов со своей территории.

Этот типичный нарратив прошлого был использован для описания такого настоящего, который по многим параметрам ему не соответствует, поскольку украинский нарратив построен на совершенно противоположных основаниях, как и эстонский или грузинский, в рамках которых Россия сама является захватчиком.

Верч подчеркивает, что окончание нарратива придает смысл всему нарративу, что Путин просто воспроизводит имеющийся российский нарративный шаблон: «Для Путина было очевидно, что разворачивающиеся события являются составной частью очередной угрозы чужеземного вторжения. В речи 18 марта 2014 г. он утверждал, что новое правительство Украины пришло к власти в результате «переворота», главными исполнителями которого были «националисты, неонацисты, русофобы и антисемиты», и, по его мнению, за спинами этих отвратительных личностей стояли НАТО и другие силы Запада».

По сути, здесь речь идет о том, какую интерпретацию политики выдают населению, а не о том, как они сами об этом думают или какова реальная правда. И его нарративный шаблон — это, по сути, то, что Лакофф и другие именуют фреймами.

В фрейме, например, действуют такие роли, как Герой, Жертва, Враг. В российском и грузинском фреймах будет разная структура:

Грузинский фрейм

Враг	Жертва	Герой
Россия	Грузинский народ	Грузия

Российский фрейм

Герой	Жертва	Враг
Россия	Осетинский народ	Грузия

Верч в принципе разносит понятие истины и нарратива в разные стороны: «Проблема истинности нарратива состоит в том, что даже если мы соглашаемся, что все его составные части являются истинными высказываниями, это не означает, что мы можем быть уверены, что повествование в целом можно считать истинным». Истина задается тем, что думает сам автор суждения: «Суждение в огромной степени определяется тем нарративным шаблоном, которому привержен автор суждения».

Нарративный шаблон становится быстрым выводом (по Канеману): «Нарративные шаблоны — это привычные средства для производства быстрых, почти автоматических суждений, которые обычно не подвергаются сознательной рефлексии» [24-26]. Правда, важным является то, что первичное введение информации имеет большую силу, другую интерпретацию приходится вводить с гораздо большими усилиями.

Сходно с концепцией Розенфельдта смотрел на возврат Сталина с помощью массовой культуры и Даниил Дондурей [27-30]. Он говорит: «Харизматик Сталин — лучший рекламный агент современной России. Сегодня наше телевидение решает только одну задачу — продажу рекламного времени. Все остальное — это промежутки между рекламными роликами для телевидения. Так вот, на любом канале сюжеты о Сталине продаются лучше, чем Малахов, лучше, чем Собчак,

Ургант и все «ледовые шоу» скопом. Сталин — потрясающий рекламный агент. Он и есть «мы» — непреодоленное, неосмысленное. И нет никакой серьезной работы по трансформации и приостановке этой гигантской, колоссальной, останавливающей любое развитие страны — и в 90-е, и в 2030-е годы — мифологической концепции».

Миф о Сталине, который, с его точки зрения, находится в центре российского мировоззренческого космоса, строится с помощью следующих правил:

- предоставление полной информации, в том числе дискредитирующей, чтобы люди думали, что имеют всю картину;
- отсутствие этической оценки, поэтому ситуации насилия, массового террора выводятся за скобки;
- миф о Сталине привязывается к выполнению гражданами государственной миссии;
- использование инструмента дискуссии («но был и другой Сталин», «давайте поспорим», «главное — дискутировать»);
- негатив может присутствовать, но не может быть подавляющим.

Перед нами процесс создания коллективной памяти. Ее создают не только рационально — монографиями и учебниками истории. Ее можно усиливать эмоциональными средствами типа кино и телесериалов или политических ток-шоу. Ее можно менять, как это делала перестройка, трансформируя память советского периода, когда на сцене вдруг оказались люди из списка врагов (типа Троцкого, Бухарина и др.), получившие право на новую интерпретацию своей жизни. При этом любая смена политического режима автоматически приходит к смене прошлого, поскольку там надо найти свои новые корни.

У Дондурей есть еще одно интересное наблюдение, которое он высказал в одном из интервью: «Мы привычно и умело живем по правилам теневой идеологии. Собственно, ее появление не новость — подобная система практических предписаний существовала параллельно с официальной еще в советское время. Но советскую теневую идеологию можно назвать животворной, нонконформистской, и именно это отличает ее от современной. Я думаю, что подобная двойственность будет сохраняться и усиливаться: в политике, экономике и социальных отношениях, во всех других системах код будет, как всегда, двоичный — двойная культура, двойной язык, двойные поведенческие матрицы. И Владимир Владимирович как человек, блестяще ориентирующийся и действующий в этой многомерной системе координат, все это прекрасно понимает. Он готов продолжать внедрять патернализм и образ отца нации внутри страны, но при этом макроэкономика под его руководством будет продолжать развиваться в прозападном и либеральном направлении. Путин — выдающийся культуролог, которому удалось поженить мировоззренческие принципы советской власти и европейское технологическое мышление. По идее они должны были ненавидеть, разнести одно другое, но этого не произошло» [31].

Перед нами более сложная система, чем просто пропагандистская советского образца. Можно продолжить Дондурей, сказав, что советская пропаганда

тиражировала старые образцы, а тут речь идет о постоянном создании новых образцов. К примеру, то Украина — братский народ, то враг-бандеровец, которого возглавляет хунта. То есть пропагандистское «блюдо» все время оказывается новым.

По этой причине Россия так много говорит о скрепах, «цементируя» массовое сознание на более глубинном уровне. Она добивается как стратегического «цементирования», так и производства тактической пропаганды, в которую верят из-за серьезной стратегической базы.

При этом стратегическая пропаганда типа сериалов имеет и важный плюс — она не воспринимается как пропаганда. Так и школьный учебник никогда не будет для ученика пропагандой, поскольку его надо заучить и по нему сдавать. То есть и в том, и в другом случае собственно содержание уходит на второй план, поскольку его побеждают в первом случае — развлекательность, во втором — учебный характер.

Пропаганда всегда создает очень понятный и потому удобный мир. Враги и друзья там разложены по полочкам и не могут ходить в гости друг к другу. Это явно черно-белый мир, в котором надо выбирать сторону. Только там твое видение станет вполне комфортным и понятным. И то, и другое является следствием системности этого сконструированного мира.

Литература

1. Латунский И. «Банда четырех» и Горбачев // www.sovsekretno.ru/articles/id/5367/.
2. Россияне стали лучше относиться к ВЧК и КГБ // www.rbc.ru/politics/21/02/2018/5a8d59f49a79471a70e186ba.
3. Проект «Путин» глазами Глеба Павловского: «в воздухе запахло погонами» // www.mk.ru/politics/2017/11/23/proekt-putin-glazami-ego-razrabotchika-v-vozdukhe-zapakhlo-pogonami.html.
4. Ситников А. Ельцин считал своим преемником не Путина, а Аксененко. Но его отговорил Чубайс // gordonua.com/publications/polittechnolog-sitnikov-eltsin-schital-svoim-preemnikom-ne-putina-a-aksenenko-po-ego-otgovoril-chubajs-217159.html.
5. Ситников А. За подполковника ФСБ, ставшего преемником, Россия обязана Чубайсу // worldcrisis.ru/crisis/2866025#.
6. Мечтал ли юный Путин стать как Штирлиц? // www.bbc.com/russian/features-39869995.
7. Вайль П. Штирлиц // www.svoboda.org/a/24204527.html.
8. Штирлиц помогает Путину стать мифом // news.bbc.co.uk/hi/russian/russia/news-id_3543000/3543829.stm#sa-link_location=story-body&intlink_from_url=http%3A%2F%2Fwww.bbc.com%2Frussian%2Ffeatures-39869995&intlink_ts=1520115624843-sa.
9. Архангельский А. Все мы немножко из гестапо // www.kommersant.ru/doc/2292077.
10. Ничкова В.»Мы думали, что это провал». Татьяна Лиознова о работе с Цвигуном над фильмом «Семнадцать мгновений весны» // generaltsvigun.ru/2016/05/17/%D0%B-%D1%8B-%D0%B4%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D0%B8-%D1%87%D1%82%D0%BE-%D1%8D%D1%82%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BB/.
11. Новейшая история. Семнадцать мгновений весны 25 лет спустя // ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B9%D1%88%D0%B0%D1%8F_%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D0%BD%D0%B0%D0%B4%D1%86%D0%B0%D1%82%D1%8C_%D0%BC%D0%B3%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B2%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8B_25_%D0%B-%D0%B5%D1%82_%D1%81%D0%BF%D1%83%D1%81%D1%82%D1%8F.
12. Консультант штандартенфюрера Штирлица // rg.ru/2017/09/19/rodina-konsultant-shtirlica.html.

13. Ловелл С. «Семнадцать мгновений весны» и семидесятые // www.nlobooks.ru/node/3975.
14. «Семнадцать мгновений весны»: за кадром и после титров // ria.ru/weekend_cinema/20130811/837083277.html.
15. Валагин А. 17 историй о Штирлице // rg.ru/2013/09/29/shtirlic-site.html.
16. Почепцов Г. Андропов и большая игра. Часть 1 // studrespublika.com/YuAndropov-i-bolyshaya-igra-Chasty-1/.
17. Почепцов Г. Андропов и большая игра. Часть 2 // studrespublika.com/YuAndropov-i-bolyshaya-igra-Chasty-2/.
18. Почепцов Г. Возвращение фигур Сталина и Гитлера в современность: массовая культура как пропаганда // osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/vozvraschenie_figur_stalina_i_gitlera_v_sovremennost_massovaya_kultura_kak_propaganda/.
19. Rosenfeldt G.D. Hi Hitler!: How the Nazi Past Is Being Normal. - Cambridge, 2015.
20. Rosenfeldt G.D. A Looming Crash or a Soft Landing? Forecasting the Future of the Memory «Industry» // gavrielsenfeldt.weebly.com/uploads/5/5/3/9/5539442/memory_industry_article.pdf.
21. Rosenfeldt G.D. The Politics of Uniqueness: Reflections on the Recent Polemical Turn in Holocaust and Genocide Scholarship // gavrielsenfeldt.weebly.com/uploads/5/5/3/9/5539442/rosenfeld_uniqueness_.pdf.
22. Верч Дж. Нарративные инструменты, истина и быстрое мышление в национальной памяти: мнемоническое противостояние между Россией и Западом по поводу Украины // istorex.ru/page/verch_d_narrativnie_instrumenti_istina_i_bistroe_mishlenie_v_natsionalnoy_pamyati_mnemonicheskoe_protivostoyanie_mezhdu_rossiey_i_zapadom_po_povodu_ukraini.
23. Можно ли выйти за пределы нарративного шаблона? Русский взгляд на концепцию американского профессора // istorex.ru/page/mozhno_li_viyti_za_predeli_narrativnogo_shablona_russkiy_vzglyad_na_kontseptsiyu_amerikanskogo_professora_obsuzhdenie_stati_dzheymisa_vercha_narrativnie_instrumenti_istina_i_bistroe_mishlenie_v_natsionalnoy_pamyati_mnemonicheskoe_protivostoyanie_mezhdu_ros.
24. Wertsch J.V. The Primacy of Mediated Action in Sociocultural Studies // lchc.ucsd.edu/mca/Journal/pdfs/01-4-wertsch.pdf.
25. Wertsch J.V. a.o. L. S. Vygotsky and Contemporary Developmental Psychology // people.ucsc.edu/~gwells/Files/Courses_Folder/documents/WertschTulviste.pdf.
26. Wertsch J.V. Voices of the Mind: Sociocultural Approach to Mediated Action. - Cambridge, 1993.
27. Дондурей Д. Миф о Сталине: технология воспроизводства // kinoart.ru/archive/2010/04/n4-article3.
28. Дондурей Д. Медиа - взаимодействие и репрезентативность // www.inop.ru/files/Chapter14.pdf.
29. Осторожно история: как создавался и создается миф о Сталине // ryzkov.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=23766&catid=26:2012-01-24-07-46-59&Itemid=2.
30. Дондурей Д. Сталин - лучший рекламный агент современной России // iz.ru/news/360524.
31. Дондурей Д. Путин - выдающийся культуролог. Интервью // artguide.com/posts/156-daniil-donduriei-putin-vydaishchiisia-kul-turologh-179.

ВОЙНЫ ЗА БУДУЩЕЕ: КАК РОССИЙСКОЕ ГОСУПРАВЛЕНИЕ ФОРМАТИРУЕТ ЗАВТРАШНИЙ ДЕНЬ

Москва всегда отличалась высокой интеллектуальной поддержкой своих действий, особенно за рубежом. И в советское время она качественно просеивала весь поток зарубежной информации, результаты этой закрытой работы шли конкретным адресатам.

Валентин Фалин рассказывал о своей работе в Комитете информации, затем в Отделе информации ЦК [1-2]. Кстати, первым начальником Комитета информации был Молотов, что достаточно четко характеризует статус этого органа. Вот отрывок из воспоминаний Фалина: «Возьмем созданный в 1958 г. в ЦК КПСС совсекретный отдел информации. Ему вменялось в обязанность готовить к каждому заседанию политбюро обзор актуальной международной ситуации, анализ документов, вносившихся на заседание МИДом, разведками, военведом. Руководитель отдела Г.М.Пушкин докладывает Н.С.Хрущеву, что из идеи «вольный город Западный Берлин» ничего путного не получится, а если мы переусердствуем, дело может дойти до силового конфликта. Хрущев грубо обрывает докладчика: «Ерунда! Даже, если мы введем войска в Западный Берлин, никакой войны не будет». И распустил отдел. Позже возник отдел внешнеполитической информации. Он выполнял другие задачи: реагировал на события за рубежом и выдавал рекомендации, как подавать происходившее в наших СМИ. О персонале, занятом в этом и других отделах ЦК, могу сказать одно: люди — везде люди, и повсюду разные. Любителей ходить по тонкому льду единицы. Большинство твердо усвоило: трудно говорить правду, не зная, что от тебя ждут».

Понятно, что решения часто принимались такие, которые шли вразрез с рекомендациями экспертов. Хоть ГРУ, например, было против ввода войск в Афганистан, но Политбюро оказалось «за». Но основным было то, что эта точка зрения докладывалась и звучала.

Десятилетиями позже речь идет уже о многих структурах аналитического порядка. Сергей Чернышев вспоминает: «Когда-то в заскорузлом Советском Союзе было тем не менее множество контор типа ИМЭМО, Института Европы, Института США и Канады, Института Африки, комитетов солидарности и обществ дружбы, которые постоянно вели тщательный мониторинг всех сколько-нибудь значимых изменений в современном мире, оперативно готовили переводы, обзоры, аналитику и издавали под грифом «ДСП» или «Секретно» соответствующие материалы для информирования работников партийных, государственных, общественных организаций всех уровней. Работая в Комитете молодежных организаций СССР, я по долгу службы должен был просматривать и распределять этот поток, ежедневную стопку поступавших по почте изданий и реферативных журналов. И если бы первое знаковое событие в русле Impact Investing за рубежом произошло в советском ноябре, ручаюсь, что в феврале

толковый реферативный обзор появился бы на моем столе, а на ближайшее значимое мероприятие по теме в Нью-Йорк или Сингапур отправился бы наш представитель. У нас сейчас эта социальная функция отсохла и отвалилась» [3].

Современная модель управления меньше занята долгосрочными задачами, поскольку часто отвлекается на «горящие» решения. Дополнительно к этому происходит переориентация на те или иные методы решения проблем, привязанные к видению того или иного политического игрока. Для России это связано со сменой не только первого лица, но и глав администрации. Так что стоило прийти Кириенко даже не на первую позицию, как все «запестрело» рассказами о его связи с «сектой методологов», хотя и сами методологи не являются настолько устоявшейся традицией, чтобы они признавались теми, кто не входит в их круг [4-6].

И еще одна составляющая: в российское управление вошла идеология и инструментарий спецслужб, хотя в советское время было наоборот. Но сегодня именно так, поскольку и узкий круг Путина, и основные руководители вокруг него, в большинстве своем являются выходцами из КГБ. Получается, что партийную систему сменила система чекистская.

Однако вот мнение А. Кондаурова, генерал-майора КГБ в отставке: «ФСБ сегодня — аналог КГБ, а ведь КГБ создавался под совершенно другую общественно-политическую формацию. Мы от той общественно-политической формации вроде как ушли, а служба безопасности осталась функционально той же самой. Названия подразделений изменили, а суть-то осталась старой. В том числе и политический сыск оставили. Только раньше преследовали инакомыслящих по отношению к коммунистической идеологии. А сейчас преследуют тех, кто мыслит иначе, чем путинская система — в том числе и левых» [7].

Среди главных политических конструкторов можно назвать Вячеслава Володина и Владислава Суркова в прошлом и Антона Вайно и Сергея Кириенко в дне сегодняшнем.

Сурков оставил пока наиболее заметный след — от «суверенной демократии» до войны с Украиной. Суверенная демократия оказалась выгодным политическим конструктом для Путина, поскольку позволяет отбивать любую критику тем, что строится как бы своя собственная демократия.

Несколько преувеличивая, всегда говорится, что Сурков как бы создал всю путинскую политическую систему, оплачивая и провластные и оппозиционные движения [8-9]. У него все время были взлеты и падения, и самым важным взлетом стало создание реагирования на «оранжевую» революцию в России, откуда растут многочисленные молодежные движения. Сегодня Сурков также является главным переговорщиком с Волкером, хотя идут слухи, что Суркова заменят.

Выступая в Лондонской школе экономики после серии протестов в России, он увидел ситуацию следующим образом: «У вас действительно есть ощущение, что после митингов декабря 2011 года старая система рухнула? Нет, она победила оппозицию. Это факт». Изменения в системе не означают ее ликвидацию, заверил Сурков. Как раз главное, что показала система управления в России за последний год, это способность меняться. Увидев, что есть несогласные, система адаптировалась.

«Она, наконец, проявила жесткость — долгожданную жесткость! — в отношении к экстремистам. И, наконец, те, кто считал возможным бить полицейских, понесли заслуженное наказание», — заявил он, очевидно, имея в виду обвиняемых по «болотному делу» [10]. Считается, что Суркова подвинули во власти из-за того, что не смог остановить протесты.

В своем предпоследнем тексте в журнале «Русский пионер» он выступает против феминизма, видя в нем наступающий упадок прошлого мира: «Голливудские сериалы и блокбастеры, к которым постепенно переходят жреческие компетенции, а вместе с ними и обязанности по поддержанию новых иерархий, принижают мужчин и возвышают женщин. Среди персонажей все реже встречаются начальники, зато начальницы на каждом шагу. Боевые мужики выглядят диковатыми и ограниченными, их бестолковую энергию мудро направляют самоуверенные бабы и бабушки, возглавляющие департаменты полиции, спецподразделения, а то и целые спецслужбы. В последнем эпизоде «Звездных войн» последний джедай — естественно, девушка» [11].

Но подобные незамысловатые заметки перемежаются в журнале с интервью под названием «Я был рядом с великим человеком», в котором он говорит, что Бог призвал Путина спасти Россию от враждебного поглощения, называя его Белым рыцарем [12].

В своем последнем тексте Сурков поднимает на щит четкий взгляд любви детства — индийского кино: «Поезд братьев Люмьер, поезд Кинематографа прибывает уже больше ста лет на самые глухие и отдаленные станции, обещая местным жителям увезти их в прекрасные дальние страны. И многих таки увозит. Увез и меня — из маленького городка на большую землю. Дальние страны оказались разными, не все — прекрасными, а путешествие — небезопасным. Но мне повезло — за мной явился не обычный поезд, которому все равно, куда двигаться, а настоящий добрый монстр болливудского производства: нехитрая, честная конструкция оптимистического сюжета, карнавальная раскраска, грубые швы героических характеров, прочнейший каркас первоизданной морали. Не просто поезд — бронепоезд, который до сих пор не без успеха с боями прорывается сквозь мою жизнь» [13].

Нетрадиционность Суркова проявляется и в том, что он готов поднять тост «за основателя Красной Армии Льва Троцкого. Сегодня Красной Армии сто лет. Грех его не помянуть. Его заслуги ведь никак не менее очевидны, чем его ошибки, о которых почему-то принято чаще говорить» [14].

И совершенно новой информацией стало то, что рассказал бывший депутат Госдумы Вороненко: оказывается, Сурков был категорически против присоединения Крыма [15]. Возможно, он просто более точно взвесил последствия и представил их перед первым лицом, которое не любит, когда ему противоречат...

Правда, бывший сотрудник Суркова Борис Рапопорт говорит иначе: «Сдавать Новороссию — это точно не про него. Он всегда был и остается сторонником доктрины «Москва — третий Рим» и считает, что если любое государство не расширяет сферы своего влияния, то начинает деградировать. Он исходит из того, что экспансия — это естественное состояние здорового государства. Именно Сурков в 2005 году ввел в

актуальный политический обиход термин «русский мир» и именно он стоял у истоков нового праздника русского мира — Дня народного единства» [16].

Олег Кашин проанализировал книги, стоящие в кабинете у Суркова [17]. Фотографии кабинета появились в связи с тем, что Сурков обсуждал Сколково с четырьмя западными физиками [18]. И фотограф пощелкал немного больше, скорее уделив внимание разным телефонам, а потом уж книгам. Окончательный вывод Кашина таков: «Сталинский томик Плутарха (Плутарх лежал на столе у Сталина во время встречи с историком Е. Тарле – авт.) на фоне книжных полок Суркова выглядит трогательнейшей детской забавой: азиатский деспот Сталин так и остался азиатским деспотом, а кабинет настоящего просвещенного правителя должен выглядеть именно так, как выглядит кабинет Владислава Суркова. Но стоит иметь в виду еще один интересный исторический парадокс: если бы у Иосифа Сталина был заместитель главы администрации, который при живом вожде изображал бы просвещенного правителя, Сталин бы его, конечно, расстрелял».

Биографически судьба Суркова тоже интересна. Так случилось, что Сурков и Ходорковский занимались у одного тренера по рукопашному бою [19-20]. По рекомендации тренера Сурков идет в охранники, а потом начинает расти — становится руководителем рекламного отдела в Менатепе. Кстати, никто не обращал внимания на странность того, что единственным олигархом, избранным властью для показательной порки, оказался именно Ходорковский. А возможно, что Ходорковский казался самому себе таким независимым, имея за спиной Суркова.

Из красивой виртуальности переместимся в некрасивую реальность. Бывший главный редактор газеты «Взгляд» в 2007-2008 гг. Александр Шмелев [21-22] рассказал о своей работе с Сурковым, о его взглядах на внутреннюю политику достаточно откровенно: «Отличительной особенностью его стиля в управлении всеми этими сферами было представление о том, что на общественно-политической сцене выступают только марионетки. В то время как реальное управление процессами остается (и должно оставаться) в руках у стоящих за кулисами кукловодов. Это вполне открыто декларировалось в кулуарах как универсальный принцип современного мира. Мол, что ты думаешь, в Америке выборы — не спектакль для публики? Не будь наивным, так везде в мире! Политика уже давно превратилась в шоу-бизнес, где основная роль у продюсеров. И так далее, и тому подобное. В общем, такая пелевинщина. Достаточно почитать Натана Дубовицкого — там прямым текстом излагаются эти представления» [23].

И еще одна «веселенькая» цитата: «Инструментарий, пожалуй, у Володина несколько другой — ориентированный в основном не на создание собственного контента, а на заглушку чужого (хотя некоторые реликты прошлого все же встречаются: например, разнообразные «Анатомии протеста» легко можно представить себе в сурковские времена). Про Следственный комитет и говорить нечего — их инструментарий создавали еще Дзержинский, Вышинский и Берия, вклад Суркова тут минимален. Тем не менее и Сурков, и все, кто работал в его системе (в том числе, к сожалению, и я сам), в той или иной степени в нынешних доносах и посадках, конечно, виноваты. Равно как и во многих других неприятных моментах сегодняшнего дня. Другое дело, что это относится не только к Суркову.

Но и, например, к команде Волошина, обеспечившей первоначальное восхождение Путина и концентрацию максимальной власти в его руках. И к команде Чубайса, похоронившей свободные выборы в 1996-м. И к тем советникам Ельцина, которые рекомендовали ему силой решить конфликт с Верховным советом. И т.д. Но, безусловно, Сурков и «сурковские» ответственны в наибольшей степени. В конце концов, они (или мы — не знаю, какое слово выбрать, ни то, ни другое не точно) были последними по хронологии. И от «сурковской системы» до «володинско-бастрыкинской», как мы уже убедились, оставался только один шаг».

Но в принципе трансформацию системы можно понять. От чиновников требуется результат. И если методы гуманитарного толка не работают вообще или перестают работать на данном конкретном этапе, им с неизбежностью приходится прибегать к «грязным» решениям. Но результативным...

В интервью радио Свобода Шмелев говорит о своем приходе во «Взгляд»: «Одна из главных задач, которые передо мной ставились, была победить оппозицию в интернете, составить ей конкуренцию, по крайней мере, в интернете, обеспечить поддержку власти в интернете. Эта задача воспринималась как интересная, амбициозная» [24].

И еще: «В какой-то момент меня познакомили с Чеснаковым, который непосредственно курировал в Администрации президента средства массовой информации, поддерживающие власть. В какие-то моменты он звонил. Я помню, например, одну ситуацию, когда в мае 2008 года перед инаугурацией Медведева мы опубликовали большую статью и очень хвалебную о Путине, которую назвали типа «Конец эпохи Путина». Мы перечисляли все его достижения, писали, что эта эпоха войдет в историю, он большой молодец, а теперь начинается эпоха Медведева. Чеснаков звонит на мобильный: «Что это за заголовок!? Вы вообще не понимаете политической ситуации, эпоха Путина продолжается, он наш премьер-министр. Быстро уберите заголовок». Вот на таком уровне».

Александр Шмелев очень четко препарировал кремлевскую пропаганду [25-26]. Он видит в ней следующие черты:

- вся пропаганда управляется из одного места, нет разных версий одной пропаганды;
- никогда не признается ошибка, например, про «распятого мальчика»;
- используется «большая ложь», в которую легче поверить, чем в маленькую;
- ложная объективность, когда реальная и выдуманная картины мира преподносятся зрителю как две крайние точки, создавая впечатление, что истина где-то посередине;
- реальность прячется за лживыми дополнениями, например, «ну, конечно, в Америке есть свободные выборы, а еще там все живут прекрасно, никто не болеет, не умирает, и т.д.».

Шмелев, как бы перейдя на другую сторону, теперь максимально критичен [26-28]. Немногие позволяют себе говорить так, как он: «В реальности же ЧЕТВЕРТЫЙ срок Путина закончился еще в 2016-м. Сейчас идет ПЯТЫЙ, а после планирующейся

«пролонгации полномочий Путина путем имитации президентских выборов» дело может дойти и до ШЕСТОГО (2020-2024). Ровно в три раза больше, чем предельный срок нахождения у власти — согласно правилам, по которым Путин впервые стал президентом! Ну, а то, что уже в процессе он изменил эти правила под себя, так это чуть ли не все жулики делают» [29].

Власть меняет инструментарий управленческого воздействия еще и потому, что всё в этом мире устаревает. Сурков пришел в эпоху расцвета паблик рилейшнз, когда казалось, что все проблемы могут быть решены чисто коммуникативными усилиями, следует приложить только немного больше креативности и ... «пипл схавает». Однако оказалось, что это не так. Россия очутилась на раздорожье, после которого надо было идти или в сторону большей либерализации, либо ситуацию следовало «приморозить». И Володин откинул изыски Суркова, вернувшись к простым и проверенным методам.

Преображенский следующим образом описывает этот переход: «В так называемую «сурковскую» эпоху власть была в одном лице и оппозицией, и «патриотической общественностью». Оставаясь как бы над схваткой, Кремль привлекал то одних, то других оппозиционеров к своим проектам, сталкивал их лбами, создавал десятками фальшивые общественные организации и плодил липовых правозащитников, осуществлял рейдерские захваты политических партий, закрывал общественные движения и искусственно стимулировал создание новых, никак не связанных с «запросами снизу». При Вячеславе Володине на флаг Кремля был поднят лозунг «Умные нам больше не нужны, нужные верные». Верным, в этом контексте, достаточно верить, им правда не нужна, а остальных можно и нужно обманывать. Имитационное буйство красок, царившее при Суркове, вдруг исчезло, политическая жизнь поблекла и обнажилась серая и скучная рутина авторитарного режима» [30].

Можно вспомнить и такой прием. Алиса Вокс спела в песню про «лабутены», которой пытались отключить школьников от политики [31]. Кашин назвал подобную ситуацию информационной политикой времен Хрущева. Он пишет: «Получилась самая точная метафора основной политической драмы сегодняшней России — медиа работают на самом высоком профессиональном уровне, вполне соответствующем всем мировым стандартам, но все это происходит на фоне архаизации и деградации власти, которая, даже когда старается, оказывается не в состоянии сообщить ничего интересного» [32].

Это можно представить себе как сочетание нового типа населения, нового типа медиа, но со старым типом власти. Ей легче и спокойнее помолчать, чем пытаться разговаривать с новыми субъектами политики — населением и медиа.

Все это может быть выведено из принципиально другого отношения к тому, что относится к проблематике власти, к принципиально иному типу политического языка.

Например, диссиденты, которые даже не попали во власть, когда власть перестала быть советской, дискутировали в этической сфере, а не политической. Кстати, больше всего они говорили о привилегиях власти, хотя пришедшая власть получила еще большой объем благ.

Глеб Морев в беседе с Олегом Кашиным пытается объяснить, почему диссиденты оказались не в центре послесоветского устройства страны. Он говорит: «Это такая инвариантная вещь русской истории, потому что стимулом, питающим антигосударственную деятельность, диссидентскую или до революции — народовольческую и во многом сейчас — антипутинскую, являются не политические противоречия, когда люди приходят с какими-то конструктивными программами, предлагают что-то подправить или изменить, а именно отношение к существующей государственной власти как к абсолютному моральному злу» [33].

Кстати, Морев также четко говорит, что «на распад СССР диссидентское движение никак не повлияло, потому что механизмы распада были совершенно другими, совершенно не зависящими... Они были экономическими, номенклатурными и никак не связанными с деятельностью диссидентов».

И отсюда, получается, тоже можно взять объяснение того, почему диссидентов не пустили во власть. В новую постсоветскую власть пришли те, кто ее и делал, разрушая старую, имея при этом свои собственные цели.

Есть также еще один фактор исторического свойства. В принципе, власть и не пускает к собственно политическому языку никого, кроме себя самой. Власть занимает автономную позицию по отношению к населению, поскольку не чувствует никакой силы, стоящей за ним. Население, наоборот, зависимо от власти настолько, что, как в случае стокгольмского синдрома, боготворит... Сталина.

Тимур Атнашев, например, говорит о другом статусе политического языка: «Одна из гипотез Джона Покока состоит в постулировании разницы между политическими языками Западной и Восточной Европы. В первом случае (то есть в случае Англии, Франции, Италии, Испании) язык политики, осмысляя историю, относится к ней как к месту свершений — динамической конструкции, с которой можно работать. Во втором случае (для Покока это случай Германии, Восточной Европы и России) язык политики погружен в философию истории: доминирует представление, что мы рабы истории — нужно понять, как она устроена, и это понимание даст ключи ко всему. Миссия здесь предшествует политической воле и может оставаться той же самой, вне зависимости от того, какое правительство приходит к власти в конкретной стране» [34]. Цитируемый Дж. Покок принадлежит к кембриджской школе интеллектуальной истории [35].

В 2017 году при новом главе Администрации Антоне Вайно создается Экспертный институт социальных исследований (ЭИСИ), который называют «экспертной площадкой» Кремля [36]. Институт сразу получил около 400 миллионов рублей от «Русгидро» и близкую сумму от «Росатома». Другие госкомпании также обязали оказать помощь.

И не надо сбрасывать со счетов самого главу Администрации Вайно. В свое время я был удивлен, увидев, что единственным, кто цитировал в русском интернете теорию упреждающего управления Фуерта [37-40] был именно Вайно.

Выход на сцену Кириенко поменял правила использования экспертов, при этом массовое привлечение политтехнологов было окончательно приостановлено. Аналитики пишут: «Ряд экспертов сходятся во мнении, что стиль управления Сергея

Кириенко серьезным образом отличается от методов его предшественника, Вячеслава Володина. Кириенко стремится оптимизировать, выстроить управленческий процесс, используя различные методы, Володин в первую очередь публичный политик, и работал во многом на собственную политическую карьеру. Именно поэтому в фабрике мысли Володина (ИСЭПИ) были собраны представители исключительно его команды — в частности, ИСЭПИ возглавлял «правая рука» Володина, Дмитрий Бадковский, работавший с ним и ранее. Сергей Кириенко старается диверсифицировать работу в экспертном поле, именно поэтому привлекает различных специалистов» [41- 42].

Как всегда бывает, новые аналитические центры сначала начинают присматриваться к старым, чтобы увидеть, какие функции у них можно позаимствовать. Не стал исключением и новый Экспертный институт социальных исследований. Им, естественно, мало просто экспертных функций, которые есть у всех. Они хотят большего: ««Фабрики мысли» становятся негосударственными дипломатами, которые от лица правительства ведут переговоры, заключают соглашения и реализуют совместные исследования. Наиважнейшая цель — налаживание научной, экспертной и политической коммуникации в стратегических областях международных отношений в условиях напряженности: негосударственным акторам проще, в публичном и репутационном плане, договариваться, идти на компромиссы и уступки, готовить основания для укрепления сотрудничества на высшем государственном уровне. Однако не менее важным представляется работа в области ввода в общее употребление установок и моделей принятия политических решений, своеобразный идеологический экспорт. Здесь речь идет о демонстрации и закреплении идеологического и методологического доминирования государства в регионе или на мировой арене» [43]. Отдельно анализируется то, что в докладе получило название «дискурсивное влияние российских фабрик мысли». Под этим имеется в виду продвижение национального интеллектуального наследия.

Среди материалов, доступных на сайте Экспертного института социальных исследований, привлекает анализ, сделанный Андреем Манойло о вмешательстве США в российские выборы [44], где есть такие разделы, как Агенты внешнего вмешательства США в выборы в Российской Федерации, их цели и методы, Информационные войны и психологические операции как инструмент внешнего вмешательства в избирательный процесс, Методы и технологии вмешательства США во внутривнутриполитические процессы и информационное пространство страны на примере избирательных кампаний по выборам Президента России в 1996-2018 гг.

При этом конкретный анализ выборов начинается с 1996 г., когда констатируется следующее: «Задача переизбрания Б. Н. Ельцина на пост Президента России являлась едва ли не ключевой для демократической администрации Б. Клинтона для успешного продолжения её политики в отношении России. С данной целью в Москву были приглашены американские политические консультанты Д. Шоумейт, Дж. Гордон и Р. Дренснер, перед которыми стояла стратегическая задача — организовать предвыборную кампанию Б. Н. Ельцина и срочно улучшить его имиджевые характеристики и рейтинг».

Однако при этом следует признать, что вряд ли данную ситуацию можно охарактеризовать как «вторжение», поскольку американцы работали по приглашению администрации президента Ельцина, а не против нее, помогая оппоненту — Геннадию Зюганову.

Невозможно удержаться, чтобы не процитировать те «ужасы», которые запустила в массовое сознание российская власть с американскими консультантами: «В рамках работы с электоратом американскими политтехнологами был применён практически весь набор методов информационно-психологического воздействия, известный американской электоральной политологии. Были избраны примитивные бихевиористские методы по модели «стимул-реакция». Ставка была сделана на манипуляцию бессознательными страхами. Знаменитая кампания «Голосуй или проиграешь» апеллировала к базовым потребностям человека в безопасности и социальном признании. В этом смысле американским политтехнологам удалось очень точно оценить внутреннюю социально-психологическую обстановку в российском обществе того периода. Знаменитый лозунг «Купи еды в последний раз!» апеллирует к страху постсоветского человека перед возвращением талонной системы и пустых прилавков в магазинах. Помимо продовольственной проблемы команда Б. Н. Ельцина акцентировала внимание на угрозе начала «гражданской войны» в случае победы Г. А. Зюганова. В памяти граждан были ещё живы воспоминания о кровопролитных событиях августа 1991 г. и октября 1993 г., и угроза повторения подобных событий также вызывала серьёзные опасения у россиян. Эта работа проводилась также через лидеров общественного мнения. «Я помню талоны на колбасу и мыло, и не хочу этого для своих детей и внуков», – заявляла с экрана телевизора актриса Наталья Селезнева». В последующие годы таких интересных примеров уже нет, ведь только в этот раз властные интересы США и России полностью совпали.

Несомненный интерес представляют четыре метода «вражеского» наступления, ожидаемые в 2018 году:

- метод раскола (растаскивания) элит,
- нивелирования значимых достижений,
- метод снижения барьеров входа информации – «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать», под чем имеется в виду визуальный контент на форумах и социальных платформах оппозиции,
- метод «загонной охоты», под чем имеется в виду опосредованная критика президента за счет подачи негатива о его окружении.

Интересен раздел по информационным войнам и психологическим операциям, поскольку это как раз является основной специализацией автора.

Следующее исследование — это анализ современного популизма [45]. Авторы определяют популизм как политику для избирателей с синдромом рассеянного внимания. Понятно, что если весь мир захлестнула волна популизма, ожидаемой она будет и в России. Здесь констатируется: «Современный популизм – это обретение голоса немymi, это возвращение «неголосующих» в активную политику. Популизм не отнимает голоса у традиционных партий. Он приводит на свою сторону, как правило, новых избирателей».

Понятно, почему эта тема заинтересовала власть. Она посвящена выходу на арену тех, кто обычно не ходит голосовать, что очень актуально для текущего политического момента: «Дональд Трамп получил 15% голосов тех, кому он не нравился. Трампа сделали президентом его противники, а не сторонники. Обычно

этот показатель – 3-6%. Но доля таких избирателей постепенно нарастает. Он также получил большинство среди тех, кто определялся с выбором в последний момент. После выборов социальные сети еще пару недель пестрили признаниями: «Я мусульманин/гей/латиноамериканец, но голосовал за Трампа. Почему?» [45].

Информационная политика популистов описывается достаточно конкретно: «Фактически все успешные кандидаты и движения говорят о необходимости изменений. Не конкретизируя, каких именно, потому что точность, «определенность» убивают религиозное откровение. В популистском языке «план» не продаваем. А посул абстрактных изменений сходен с обещанием благодати. Главное создать веру в возможность изменений. А какие они должны быть, будто очевидно для каждого. Слоганы популистов, как правило, побуждающие, содержащие указание на необходимость действовать, на последнюю возможность что-то изменить: Сегодня, Сейчас, Время пришло, Смелее, Решайся». Это неполитизированный текст с анализом французских и итальянских выборов, который может быть рекомендован для прочтения всем.

Можно привести еще один отрывок, чтобы увлечь читателей: «Современный популизм – явление постидеологическое. Абстракции больше не управляют. Вопрос к современному популизму, левый он или правый, не имеет никакого смысла. Он такой, каково общество. В развитых странах оно перестало быть классовым и индустриальным десятилетия назад, а значит – и перестало относиться к левому и правому как к важным для себя границам. Современный популизм, по сути, индифферентен к границам политических абстракций. Одни насущные вопросы можно решать в правом духе, другие – в левом, третьи – в духе экологизма. Главное – предлагать решения насущных вопросов. С развитием общества потребления избиратель начинает вести себя, как покупатель. Он не выбирает стратегически между правым и левым ответом. Он выбирает набор благ, который желает получить. И яркие маркетинговые решения. Качество жизни как программа и маркетинг как технология – вот основа современного популизма».

При этом Запад одновременно проводит конференцию в Риме по защите от российского вмешательства с опорой на популистские партии [46-48]. А бывший стратег Трампа Стив Бэннон говорит перед голосованием в Италии: «Эти выборы критичны для глобального популистского движения. Важно то, что если мы просуммируем соцопросы в Италии, мы близки к 65%, это почти две трети страны, которые тем или иным способом поддерживают месседж анти-истеблишмента популистских групп от центра до правого центра, от Пяти звезд к Лиге, от Берлускони до Братьев Италии» [49]. Во Франции он кричит толпе: «Пусть они зовут вас расистами. Пусть зовут вас ксенофобами. Пусть зовут вас нативистами. Носите это как знак почета» [50]. В Цюрихе он встретился с лидерами правой партии Альтернатива для Германии, прошедшей в парламент [51]. Статья в New York Times по поводу этого его европейского турне называется просто «Стив Бэннон разрушил американский истеблишмент. Теперь он собирается сделать то же самое с Европой» [52]. Кстати, он хочет поучить их языку и методам социальных медиа. А в Швейцарии он сказал о политике-миллиардере Кристофе Блохере, который уберет Швейцарию от вступления в Европейский Союз: «Блохер был Трампом до Трампа» [53]. Как видим,

здесь есть определенное сближение российских интересов и правых Запада. И те, и другие хотят разрушить Запад, но для разных последующих целей.

Еще одна тема, явно идущая от заказчика — российской власти — это проблема привлечения молодежи, которой чаще интереснее оппозиция, чем власть. Тема эта ведет свой отсчет от времен Суркова. Константин Калачев, например, говорит, что поиск молодежной повестки — это поиск «желаемого будущего»: «Сейчас происходит не только поиск «философского камня» для государственной политики. ЭИСИ как партнер администрации президента решает и прикладные задачи. Идет отбор инструментария, эффективных каналов коммуникации — для того, чтобы стимулировать развитие внутреннего оптимизма и улучшение социального самочувствия в молодежной среде. Исследование нового языка, поиск новых интересных «фишек», которые можно использовать для того, чтобы влиять на молодежь, повышать ее социальное самочувствие, растить патриотов и лояльных граждан, которые выберут эволюционный путь развития и постепенность перемен, а не пойдут на баррикады. Нужно смотреть на всё через призму сверхзадачи, а она состоит в том, чтобы молодое поколение россиян было конкурентоспособным, образованным, патриотичным, лояльным. Энергию молодых людей власть и ее партнеры хотели бы направить на созидание, в сторону от протестных митингов, чтобы новое поколение не становилось массовой для радикальной оппозиции» [54].

В целом здесь не столько важны решения, как постановка задач, то есть те вопросы, которые интересуют власть. Более того, поскольку она дает этот заказ, она понимает важность решения этих задач для своего выживания, а может, и для триумфа.

Экспертный институт социальных исследований вместе с Центром политического анализа выпускает книгу «Владимир Путин: президентство и лидерство», где есть такие слова: «Путин не просто ассоциируется у западного наблюдателя с Россией, что было бы странно отрицать. Путин попросту отождествляется с Россией, а Россия — с Путиным. Это важный симптом: Путин не просто вернул Россию в заголовки книг и статей, не только создал «свою», путинскую Россию, но в глазах западного обывателя сам стал Россией. Таким образом, мы живем в мире, где тождество России и Владимира Путина является фактом» [55-56]. По сути, это еще один вариант фразы-констатации Володина «Есть Путин — есть Россия, нет Путина — нет России» [57].

Понятно, что Экспертный институт социальных исследований был создан под выборы. Вероятно, это может быть новой формой работы с более свободными внешними консультантами, поскольку внутренние консультанты типа Российского института стратегических исследований всегда более привязаны к мнению власти и, соответственно, менее способны на креативные решения. А власть в кризисные моменты готова слушать и чужое мнение.

Ведущая телеканала NBC Мегин Келли, которая брала интервью у Путина, признала: «Он очень умен. У вас создается впечатление, что он самый умный человек в любой компании. Так что не стоит пробовать перемудрить Владимира Путина, не думаю, что получится. Но можно попробовать, как я попробовала в этом интервью, заставить его немного защищаться. У меня есть факты, и со всем должным уважением к российскому президенту могу сказать, что он не говорил правду, когда я

его допрашивала. Думаю, мы оба это знали — он это знал, и я это знала. Между нами происходило что-то вроде поединка горилл» [58].

Последнее предложение не очень понятно, но имело продолжение, которое занижало рассказ о «победе», поэтому оно и исчезло при перепечатке. Вот это продолжение: «Между нами происходила этакая схватка горилл: мы смотрели друг на друга, он знал, что я собираюсь напасть на него с фактами, и уворачивался. Но в этот раз мне удалось просто-напросто показать ему. Вот что сказано в обвинительном акте. Вот что написано в электронном письме. Вот доказательства ваших связей с этим человеком и так далее. В этот раз мы копнули глубоко» [59].

И это еще один пример того, как многого может достичь простое пропагандистское редактирование текста, когда то, что одна сторона считает своей победой, другая, цензурируя, делает поражением.

Сила Путина одновременно является его слабостью. Известно, что на столе у Путина лежат все варианты возможных решений, например, от мира с Украиной до войны с Украиной, но только он один может сделать этот выбор. В этом плане результаты работы коллективов от разведки до исследовательских институтов нивелируются единоличным решением, которое может оказаться субъективным, эмоциональным и даже просто ошибочным. Даже в Политбюро требовалось коллегиальное решение, например, говорят, что Косыгин был против ввода войск в Афганистан, то есть даже тогда можно было иметь противоположное мнение, чего не терпит Путин.

Будущее строится сегодня. Правильно выбранная на этом этапе дорога может привести к лучшему будущему. Можно перефразировать известную истину: если ты не думаешь о своем будущем, о нем подумают другие, ведя тебя за руку в нужную для них сторону.

Литература

1. Фалин В. Без скидок на обстоятельства. Политические воспоминания / Валентин Фалин., 2016. – 456 с.
2. Фалин В. Как и почему Горбачев простил Яковлеву сотрудничество со спецслужбами США // regnum.ru/news/1475019.html.
3. Чернышев С. Кому и зачем нужен блокчейн // gefter.ru/archive/23542.
4. Щедровитяне: кто формировал мировоззрение Сергея Кириенко // meduza.io/feature/2016/10/26/schedrovityane-kto-formiroval-mirovozzrenie-sergeya-kirienko.
5. Методологи // www.wikireality.ru/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8.
6. Коротыножкина Н. и др. Кремль больше не хочет связываться с политтехнологами // openrussia.org/notes/708124/.
7. Попков Р. Возможно ли реформирование ФСБ, или стране нужна новая спецслужба? // openrussia.org/notes/717436/.
8. Верне Д. Владислав Сурков - ценный и загадочный советник Путина // inosmi.ru/politic/20161027/238091438.html.
9. Корейба Я. Как Сурков кормил оппозицию деньгами Путина // inosmi.ru/russia/20130523/209244206.html.
10. Воронин Н. Сурков рассказал в Лондоне, что мечтает о застое // inosmi.ru/world/20130503/208650268.html.

11. Сурков В. Валентинка в багровых тонах // ruspioner.ru/honest/m/single/5725.
12. Колесников А. Я был рядом с великим человеком. Интервью В. Суркова // ruspioner.ru/cool/m/single/3792.
13. Сурков В. Прибытие бронепоезда // ruspioner.ru/cool/m/single/5745.
14. Сурков о службе в разведке // actualcomment.ru/surkov-o-sluzhbe-v-razvedke-1802231129.html.
15. Вороненков рассказал о несогласии Суркова с присоединением Крыма // tvrain.ru/news/voronenkov_rasskazal-427803/.
16. Рапопорт Б. «Уже в 2013-м в приемной Суркова висела карта, на которой Крым был частью России». Интервью // www.mk.ru/politics/2014/12/15/boris-rapoport-uzhe-v2013m-v-priemnoy-surkova-visela-karta-na-kotoroy-krym-byt-chastyu-rossii.html.
17. Кашин О. Сурков и корешки // www.kommersant.ru/doc/1573537.
18. Варламов И. Кабинет Владислава Суркова // varlamov.ru/347515.html.
19. Жегулев И., Романова Л. «Черный кардинал»: в кого превратился хипстер и балагур Владислав Сурков // www.forbes.ru/sobytiya/vlast/78076-chernyi-kardinal-v-kogo-prevratilsya-hipster-i-balagur-vladislav-surkov.
20. Жегулев И., Романова Л. Владислав Сурков: «Голосуйте, как вам написано!» // www.forbes.ru/sobytiya/vlast/76741-vladislav-surkov-golosuite-kak-vam-napisano.
21. Александр Шмелев // takiedela.ru/author/alexandrshmelev/.
22. Шмелев Александр Алексеевич // anticompromat.org/novye_pravye/shmel1bio.html.
23. Шмелев А. «И Сурков, и я в доносах и посадках отчасти виноваты». Интервью // archives.colta.ru/docs/25070.
24. Кармоди О. Я жил в матрице // www.svoboda.org/a/27436322.html.
25. Шмелев А. Все происходящее в России можно назвать кремлевским // newdaynews.ru/propaganda/522020.html.
26. Александр Шмелев о 10 вещах, которые нужно знать, чтобы пропаганда перестала действовать // rugrad.eu/news/977907/.
27. Шмелев А. «Олег Сенцов ведет себя, как партизан в гестапо» // openrussia.org/notes/613310/.
28. Шмелев А. На этот раз президентские выборы выглядят совсем неприлично // rus952.blogspot.com/2018/01/blog-post_294.html.
29. Шмелев А. Не позволяйте узурпатору выглядеть приличнее // blog.newsru.com/article/12oct2017/stok.
30. Преображенский И. Кремль наконец объясняет свои скрытые желания? // www.dw.com/ru/%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B9-%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%BB%D1%8C-%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%86-%D0%BE%D0%B1%D1%8A%D1%8F%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%B5%D1%82-%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B8-%D1%81%D0%BA%D1%80%D1%8B%D1%82%D1%8B%D0%B5-%D0%B6%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F/a-37821866.
31. Кашин О. Политика возвращается в Россию на «лабутенах» // www.dw.com/ru/%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B9-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%B0%D0%B5%D1%82%D1%81%D1%8F-%D0%B2-%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8E-%D0%BD%D0%B0-%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D1%85/a-38855214.
32. Кашин О. Архаичная власть и прогрессивная пресса // www.dw.com/ru/%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B9-%D0%B0%D1%80%D1%85%D0%B0%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C-%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B0/a-37661793.

33. Кашин О. Есть риск, что завтра демократию у нас будет строить Дмитрий Киселев или подобные люди // openrussia.org/notes/711031/.
34. Филина О. Код в горле. Как менялся российский политический язык // www.kommersant.ru/doc/3558801.
35. Bourke R. The Cambridge School // www.qmul.ac.uk/history/media/ph/news/The-Cambridge-School.pdf.
36. Экспертный институт, который работает над «образом будущего» для президентской кампании Путина, получит сотни миллионов рублей от госкомпаний // meduza.io/news/2017/09/06/ekspertnyu-institut-kotoryu-rabotaet-nad-obrazom-buduschego-dlya-prezidentskoy-kampanii-putina-poluchit-sotni-millionov-rublej-ot-goskompaniy.
37. Fuerth L.S. Anticipatory Governance Practical Upgrades. - Washington, 2012.
38. Anticipatory Governance: Upgrading Government for the 21st Century // www.wilsoncenter.org/sites/default/files/leonfuerthtranscript.pdf.
39. Fuerth L.S. Government foresight // www.dropbox.com/s/e28ysu5ewsjd576/Nr.12_GF_Fuerth.pdf?dl=0.
40. Fuerth L.S. Foresight and anticipatory governance // www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/Anticipatory_Governance.pdf.
41. Новая фабрика мысли Администрации Президента // gospres.ru/2017/04/21/novaya-fabrika-myсли-administratsii-prezidenta/.
42. Виниченко В. Кто готовит для власти решения и стратегии // gospres.ru/2017/10/02/analiticheskie-tsentry/.
43. Интеллектуальная экспансия. Российские «фабрики мысли»: возможности влияния в международном экспертно-политическом пространстве. Аналитический доклад // eistr.ru/upload/iblock/970/9704a83e430bc06a4857223fdd308040.pdf.
44. Манойло А.В. «Вторжение». Вмешательство США в выборы в Российской Федерации в ходе президентских кампаний 1996-2018 гг. // eistr.ru/upload/iblock/dee/dee3e755063b08fc4ea431089cfcd3d4.pdf.
45. Современный технологический популизм. Стратегический доклад // eistr.ru/upload/iblock/20c/20cb876129f9b9a84e68c9a20a4ee9bf.pdf.
46. Russia's influence strategy in Europe: Moscow and European populist parties of the far-right and far-left // fondazionegermani.org/wordpress/eng/wp-content/uploads/2017/05/Final-Agenda1-Rome-31-May-Conference.pdf.
47. Biles N. Russia's Influence on Europe's Political Movements // news.johncabot.edu/2017/06/russias-influence-europe/.
48. Iacoboni J. The Russian propaganda against Renzi: and Grillo's web backs it up // www.lastampa.it/2016/11/11/esteri/lastampa-in-english/the-russian-propaganda-against-renzi-and-grillos-web-backs-it-up-aJjrmPmt1Y17Xv5UbgmJaL/pagina.html.
49. Iacoboni J. Italy is the new frontier of Populism. Half the Country voted against elites and migrants // www.lastampa.it/2018/03/06/esteri/lastampa-in-english/italy-is-the-new-frontier-of-populism-half-the-country-voted-against-elites-and-migrants-iZaivS373S3X49mAAPHZLN/pagina.html.
50. Ganley E. Bannon to French far-right party: 'Let them call you racist' // www.washingtonpost.com/world/europe/france-le-pen-set-to-field-new-name-for-far-right-party/2018/03/10/6d9e57be-2448-11e8-946c-9420060cb7bd_story.html?utm_term=.6f73454c603b.
51. Porter T. Steve Bannon, frozen out in the U.S., wants to foment a European populist uprising // www.newsweek.com/steve-bannon-frozen-out-us-forming-ties-european-far-right-839609.
52. Horowitz J. Steve Bannon Is Done Wrecking the American Establishment. Now He Wants to Destroy Europe's // www.nytimes.com/2018/03/09/world/europe/horowitz-europe-populism.html.
53. Williams T.D. Steve Bannon ignites Swiss with speech on international populist-nationalism // www.breitbart.com/london/2018/03/07/steve-bannon-ignites-swiss-with-speech-on-international-populist-nationalism/.

54. Ладилова Е. Молодежи найдут новые смыслы // iz.ru/607094/elena-ladilova/letom-eisi-zaimet-sia-detskoj-politikoi-i-turizmom.
55. Владимир Путин: президентство и лидерство // xn--80aaldbkeadqi7acngq3al.xn--p1ai/vladimir-putin-prezidentstvo-i-liderstvo.
56. Пресс-конференция в ТАСС // eissr.ru/events/press-konferentsiya-v-tass/.
57. Есть Путин — есть Россия, нет Путина — нет России // iz.ru/news/578379.
58. Телеведущая NBC: Не стоит пробовать перемудрить Владимира Путина // eadaily.com/ru/news/2018/03/10/televedushchaya-nbc-ne-stoit-probovat-peremudrit-vladimira-putina?utm_source=smi2&utm_term=b826e761-400a-4191-8f2f-90da2e0a7227&utm_content=89445.
59. Мегин Келли: перехитрить Путина невозможно — но прижать к стенке можно попробовать // russian.rt.com/inotv/2018-03-12/Megin-Kelli-perehitrit-Putina-nevozmozhno.

У ВИРТУАЛЬНОЙ ВОЙНЫ НОВОЕ ЛИЦО

Когда человек жил в физическом мире, войны велись в нем. Появление информационного пространства, перетянуло за собой туда и агрессивные действия. Одновременно прошло и смещение войны на уровень негосударственных игроков, поскольку сегодня индивид может иметь в руках то, что является или может быть опасным оружием, как, например, компьютер в спальне, представляя угрозу для государств.

Смена правил игры ведет и к смене инструментария. Фейк, дезинформация стали опасным видом оружия, поскольку сегодня в мире действует как информационная экономика, так и информационная политика, а информационные продукты разного вида являются их частью. Сегодня не может существовать материальный продукт без соответствующей информационной составляющей: от лосьона до политика.

Кстати, современные украинские политики также стали информационными. Они умеют говорить, даже на нескольких языках, но у них нет контента для их говорения. Контент появляется только тогда, когда они вдруг оказываются оппозицией. То есть население не удовлетворяется их словами во власти, поскольку у них нет виртуальной составляющей, зовущей куда-то. Политики же у власти говорят то, что противоречит ожиданиям населения, поскольку они утверждают, что мы уже и наконец пришли, лучшей власти уже не найти.

Мир уже входит (и давно) в виртуальную политику и виртуальную экономику. Если в физическом пространстве работало традиционное оружие, в информационном — информационное, то каково оружие виртуального пространства?

Мир переходит к еще более сложным конструкциям, точнее он всегда их имел, но раньше этот инструментарий требовал столетий и десятилетий, сегодня все может быть сделано за несколько лет. Это переход от религиозного или идеологического инструментария, превращавший противников в союзников, к таким операциям, как перестройка, которая оперировала именно в виртуальном пространстве, поскольку там были ее цели, там были фигуры, которые она должна была свергнуть, чтобы затем ввести новые основания противоположного порядка.

Виртуальная война меняет врага на друга, она реинтерпретирует все факты и все фигуры, в конечном счете она переименовывает процесс «завоевания», который усиленно ведется, на процесс «освобождения». Виртуальная война должна превращать противников в поклонников. Звезды кино являются ее продуктом, как и президенты в момент выборов.

Перестройка породилась специалистами по виртуальным войнам. Два перестроечных фильма, видимо, следует признать важными на этом пути. Это «Покаяние» Абуладзе и «Маленькую Веру» Пичула. Первый продемонстрировал художественными средствами то, что сегодня делать нельзя, а второй то, что сегодня можно все, что было запрещено вчера.

Каждая резкая смена власти несет не столько смену будущего, как смену прошлого. Украина проходила эту смену уже несколько раз за последние тридцать лет. Последним примером этого является тот факт, что на столетие В. Щербицкого откликнулись тремя статьями, хотя за время его правления экономика Украины многократно превышала сегодняшние результаты. Но Украина несколько раз прошла за это время «прочистку» своих черноземов вплоть до «корней». И в результате пропали все наиболее значимые фигуры советского периода не только из политического списка, но и такие, как, например, Глушков, Амосов, Антонов. То есть самолеты Антонов есть, а Антонова — нет, поскольку ему отказано быть объектом для подражания, то есть продолжать жить в виртуальном пространстве.

Все переименования вида «хунта-фашисты-неонацисты» тоже из виртуального инструментария и словаря. Российское информационное пространство было насыщено ими именно из-за их четкой виртуальной отрицательности.

Виртуальным обстрелам должна противостоять виртуальная защита. Тогда Украина оказалась не готова к ней, она не могла понять расхождения интересов двух стран. Россия решала проблемы своей внутренней стабильности и высокого рейтинга своего президента за счет дестабилизации Украины, которую активно делали виртуальным примером неправильного поведения.

Если информационные люди читали книги, то виртуальные люди смотрят телесериалы и играют в видеоигры. Раньше люди жили в основном в физическом пространстве, работая от зари до зари в поле. Индустриализация заставила сесть за книги: одни их писали, другие — читали. Книги и СМИ создали предыдущий мир, и все его результаты были достигнуты благодаря ученым, инженерам, квалифицированным рабочим. В целом индустриализация «съела» людей села, поскольку возникла потребность в людях города.

Сегодня возникла потребность в людях глобального порядка, которые могут найти себе место в любом городе и любой стране. Они создают виртуальные продукты, не привязанные к материальной составляющей.

Facebook, Twitter и другие подобные социальные платформы работают на монополизацию внимания своих пользователей. У них нет материального продукта. Но эта виртуальность стоит больших денег, как когда-то продукция Голливуда обгоняла по стоимости всю автомобильную индустрию США. И Голливуд называли министерством мечты всего мира. Сегодня Netflix и другие кинопроизводители создали феномен «бесконечного» просмотра сериалов, усадив перед экранами вообще всё население Земли.

Целью физической войны был захват территорий. Информационная война меняет наше понимание фактов физического мира. Виртуальная война захватывает модель мира в наших головах. Теперь против нас не нужна цензура, мы сами отвергаем тексты как неправильные и неправдивые.

От виртуальной войны нас не защитит никакой шлем. Даже наоборот, шлем виртуальной реальности уже сегодня забирает людей в свой мир. Люди даже стали получать ранения, находясь в очках виртуальной реальности. Пентагон запрещал игру в Покемон на военных объектах, чтобы не раскрывать своих секретов.

Виртуальность обучает, поскольку в ней работают правила, а не факты. Известно, что Путин требовал, чтобы Шойгу смотрел «Карточный домик», чтобы понять, как работает американская политика. Ольгинских троллей тоже заставляли смотреть этот же фильм для поиска имеющихся в США «расколов» общественного мнения. А С. Доренко на днях вспомнил, что Б. Березовский заставлял его чуть ли не силой смотреть сериал «Бригада».

Виртуальность не взрывается, нельзя взорвать то, чего нет. Физические методы борьбы здесь не работают. Если физическая война принуждала жесткой силой, то виртуальная война, будучи мягкой силой, по Дж. Наю, привлекает. С ней невозможно бороться стандартными методами.

Виртуальная война — это одновременно коммерческая война за расширение числа потребителей виртуального продукта. Точно так глобализация двигалась, разрушая границы, чтобы создать единый рынок потребления физического продукта, за которым пришел и информационный. То есть перед нами война, которая сама себя и финансирует, поэтому столь часто она и становится победоносной.

Война за наши мозги продолжается. Виртуальные «освободители» поджидают нас за каждым углом. И пока мы сами не будем производить свои научные теории и телесериалы, компьютеры и смартфоны, романы и песни, нас все время будут учить как жить в этом мире другие страны и люди.

A large, white, stylized number '8' is centered on a black background. The number is composed of two thick white rings, one above the other, with a small gap between them. The text 'Глава восьмая' is centered within the upper ring.

Глава восьмая

ПОЧЕМУ ФЕЙКИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ СТАЛИ АКТУАЛЬНЫ ИМЕННО СЕГОДНЯ

Фейки и дезинформация оказались в центре политики, их боятся президенты. Для борьбы с ними привлекаются все виды ресурсов, и финансовые, и человеческие. Каждая страна создает свои центры по борьбе с фейками. Проходят круглые столы на эту тему [1], появляются новые порталы для проверки новостей [2]. Но все меры производят нулевой эффект, поскольку это борьба с последствиями, а не с причинами.

Сегодня также вскрыта соответствующая закономерность: когда мы боремся с недостоверным фактом, то только укрепляем его в массовом сознании [3-4]. То есть и мощное противодействие, которое разворачивается в ответ, также будет неэффективно.

Более того, опровержение считается более сложным коммуникативным инструментарием, чем обвинение, поскольку мы одновременно распространяем неправдивую информацию более широкому кругу, пытаясь ее опровергнуть. В дополнение к этому в памяти всегда занимает более заметное место информация, введенная первой, чтобы ее опровергнуть, следует приложить гораздо больше усилий, чем прилагалось при первичном размещении.

Проблема вмешательства в американские президентские выборы состоит не столько в порождении фейков, сколько в инструментарии микротаргетинга, который позволяет влиять на человека с большой долей вероятности, так как найдены значимые для него точки. Сегодня уже установлено, что Россия имела доступ к информации, которую собрала Cambridge Analytica [5] и новая обвиняемая фирма Crimson Hexagon [6].

То есть проблему фейков следует немного отодвинуть в сторону как важнейшую, главным является новый инструментарий микротаргетинга. Именно из-за него фейки, а точнее, дезинформация, порождаемая индустриально, стали опасными.

Самым главным следует признать влияние технологий, которые изменили весь наш мир, но особенно его информационное и виртуальное пространства. Техгиганты типа Facebook сами проводили обучение представителей партий по использованию технологий в избирательной кампании.

Мир получил гигантский поток информации, который не поддается видимому контролю, поэтому государства пытаются контролировать его исподтишка. Они не только борются с этими потоками, усиливая в ответ свои собственные, но и находят свой скрытый инструментарий для работы в соцмедиа, поддельваясь под несистемный поток соцмедиа. Когда им удастся запускать там свои системные потоки, как это было с вмешательством в американские президентские выборы, они становятся грозной силой, поскольку опираются на знание современных наук. Они являются профессионалами, которые противостоят любителям, коими выступают обыкновенные пользователи.

Нам представляется, что толпы пользователей, ринувшие в Facebook, толпы молодежи, потерявшие вкус к реальной жизни и не умеющие общаться в оффлайне, японские хикикомори, которые вообще не показываются на улице, сидя все время в виртуальном мире [7-10], — все они являются жертвами невиданного массового

постравматического синдрома, который можно обозначить как МПТС, возникшего в мире после 11 сентября. Теперь страхи и министрахи пронизывают жизнь каждого, ведь мы чуть ли не на ежедневной основе получаем сообщения о расстреле школьников или о въехавшем в толпу грузовике.

Вот что пишут, например, японцы: «Япония находится среди самых безопасных стран мира, но ее заголовки ужасают. Можно ли посылать детей в школу? Ехать поездом на работу? Социализироваться в сети? Строить дом возле реки, горы, ядерной электростанции? Да, конечно. Норма побеждает трагедию, кроме той ситуации, когда очень редко, говоря статистически, трагедия побеждает норму» [11].

Реально мы закрываем глаза на поток «страшных» новостей, который изливается на нас с телеэкрана. Мир стал психологически страшнее, чем раньше. Понятно, что телевидение, исходя из своих бизнес-интересов, отдает предпочтение негативным новостям, поскольку это особенность нашего восприятия, коренящаяся в древности. Незнание негативных новостей чревато большими опасностями, чем незнание позитива. Тем более в нашей психологически сформированной картине мира негативные новости предстают реальными, а позитивные — специально сконструированными на публику. Например, человека зарезали ножом — это естественное негативное событие, президент, перерезающий ленточку, — событие явно позитивное организованное.

Наступление виртуального мира на мир реальный, страхи, идущие из мира реальности, вероятно, и сформировали это новое поколение миллениалов по всему миру, характерные черты которых отличны от всех других поколений. Например, только 19% из них считают, что можно доверять другим людям, в то время как цифры среди других поколений: 31%, 37%, 40% [12]. У них очень плохое финансовое будущее [13]. Вряд ли эти показатели можно считать положительными. Анализ 2018 года продемонстрировал только ухудшение [14-15]. Только треть верит, что политическая и социальная ситуация улучшится в их странах, другая треть считает, что ухудшится.

Можно добавить к этому и падение среднего интеллектуального уровня в мире, которое связывают с загрязнением окружающей среды [16-17]. То есть, утрируя, можно сказать, что управлять миром приходят более перепуганные и менее интеллектуальные обитатели. Иными словами, перед нами мягкая травма, в которую попало это поколение, и она только усугубляется.

Возможно, все это и ведет к росту популистской политики, на волне которой к власти пришел Дональд Трамп и другие новые лидеры. Популисты предлагают простые решения, которые как массовый информационный продукт и должны быть именно такими, чтобы заслужить успех у публики.

Другим вариантом реагирования на стрессы стал экстремизм. Например, Израиль сделал выбор между демократией и идентичностью в пользу идентичности [18]. По сути, британский Брекзит это тот же путь в сторону своей идентичности [19]. Там был такой расклад ответов по определению своей идентичности: 56% говорили, что они британцы, 28% — что англичане, только 2,5% — что они европейцы. «Англичане»

стояли за уход из ЕС, «европейцы» — за то, чтобы остаться.

Интересно, что действия России в последнее время также идут в сторону идентичности, поскольку выстраиваются стены против остального мира. Идентичность звучит и в формуле «суверенной демократии» Владислава Суркова. Есть интересный анализ моделей мира Трампа и Путина, близость которых объясняет сближение Трампа и Путина.

Э. Салливан пишет в нем: «Путин также восхищает (Трампа — авт.) из-за его «очень сурового контроля» своей страны. Это именно то, что Трамп инстинктивно чувствует, как надо управлять страной. Формы демократии существуют, но одна партия контролирует все, а один босс контролирует партию. Пресса или угодливая, или открыто пропагандистская. Массовые расходы на жесткую военную силу являются основным источником гордости. Ископаемое топливо предоставляет всю экономическую базу. Путин безнаказанно действует на мировой арене, захватывая Крым, едва не аннексируя другие части Украины, отравляя врагов в Англии, разрушая гражданских в Сирии, дискредитируя своих демократических соперников, — все это соответствует мечте Трампа, каким должен быть сильный лидер. Путин также отражает и внутреннюю политику Трампа: культивирование религиозного православия и социальных консерваторов для сохранения клептократического культа» [20].

Сильные игроки делают, а потом другие должны это объяснять. Приблизительно так в свое время высказался Карл Роув на посту ближайшего советника Джорджа Буша. «Пока вы описываете действительность, — подчеркнул он в беседе с журналистом, — она уже другая, поскольку мы изменили ее».

Есть еще сугубо человеческое объяснение Дмитрия Быкова: «Не все можно объяснить геополитикой, они тоже люди. И им понравилось, особенно Трампу. Он-то, в отличие от Путина, живет в некомфортной обстановке, никто не называет его отцом нации, он слова доброго ни от кого не слышит — и понимающий, психологически близкий собеседник высокого ранга ему жизненно необходим. Потому что ему гораздо трудней, чем Путину, и дров он может наломать гораздо больше. И тогда от этой встречи не следует ждать никаких сенсаций, а просто этим двоим хорошо вместе. Как, допустим, Валентину Зорину и Генри Киссинджеру — двум монстрам политической пропаганды, которые обожали общаться, но неумоимо воевали идеологически. Брежнев с Никсоном тоже очень друг другу нравились. При этом СССР не стал демократичней, а Америка — мягче, но состоялся полет «Союз — Аполлон», съемки фильма «Синяя птица» и массовая продажа лицензионных газированных напитков» [21].

И наконец самое важное — мнение психологов: «Террор создает огромные вызовы строению демократических обществ. Во многих случаях есть сложные внутренние несовпадения между фундаментальной потребностью ощущать себя в безопасности и стремлением поддерживать демократические ценности и сохранять демократическую культуру» [22] (см. также другие особенности этой взаимосвязи [23-24]). Существует также определенная взаимосвязь между религиозностью и авторитаризмом [25].

Оказывается, демократия представляет собой слишком хрупкое создание, она легко рухнет, когда против нее начинают действовать профессионально.

Г. Халл приходит к такому же результату, но со стороны соцмедиа, когда говорит: «Социальные медиа активно подрывают некоторые социальные условия, которые исторически сделали возможными демократические нации» [26]. Получается, что соцмедиа, придя на знаменах демократии, на самом деле вступают с ней в скрытый конфликт.

Стрессовые ситуации, в которых живет, ощущая это или не ощущая, современный человек, объясняют и интерес зрителя к негативным сообщениям. Как подчеркивает Тали Шарот: «Стресс увеличивает вероятность того, что мы будем сосредотачиваться на тревожных сообщениях. Он также распространяется как цунами, так что может стать причиной коллективного страха, который не всегда оправдан. Это связано с тем, что опасные публичные мероприятия, такие как террористические акты или политические беспорядки, в непосредственном общении или социальных сетях часто сопровождаются волной тревожной информации, которую люди хорошо впитывают: но все вместе это способно преувеличить масштабы реальной опасности» [27].

Объемы стрессовых событий для современного человека совершенно беспрецедентны. И главное, что они не имеют решений, поэтому могут только накапливаться. Мир явно стал опаснее для обычного человека. Он начинает частотно сталкиваться с тем, что представляет для него угрозу. И реакцией на такие потенциальные угрозы становится стресс.

Андрей Фурсов демонстрирует этот мир стресса на примере Германии: «Выходит, плата за «открытость» — стрессы, тревоги, более нервная жизнь? Выходит, так. Неслучайно в ФРГ появляется все больше книг с названиями «Нервная республика» (и будет нервная, если учесть связанный с мигрантами рост преступности, прежде всего — в крупных городах типа Берлина, Мюнхена, Кельна, больше похожих своим интернациональным составом друг на друга, чем на окружающие их немецкие земли и, как все мегаполисы, превращающихся в неовавилонские башни, само появление которых предвещает катастрофу и провал в темновековье), «Страх за Германию» (и будет страшно, если под Новый 2015 год в одном только Кельне около тысячи женщин подверглись сексуальным нападениям), «Конец Германии» (кстати, наибольшую численность в Германии составляют лица в возрасте 50-54 лет). Неслучайный в качестве реакции на мигрантов рост правых и крайне правых настроений и движений (13% партии «Альтернатива для Германии», бьющейся за немецкую идентичность и подвергающейся критике со стороны «левых» и «зеленых»). Кстати, лидер последних Джем Оздемир — сын турецких гастарбайтеров; логично, что наиболее активные люди с мигрантскими корнями идут к «левым» и «зеленым» [28].

Хаос никогда не сможет стать правилом, он всегда будет оставаться хаосом. И в этом хаотическом мире совершенно явно проявляется тенденция к поиску связности человека с миром и с другими людьми. В мире стресса человек будет искать любой вариант поддержки, поскольку он отодвигает его от хаоса, царящего сегодня за каждым окном.

Соцмедиа выросли на том же, на чем стоит наша почти наркотическая зависимость от смартфонов. Она не связана с самим смартфоном, а является потребностью в социализации: знать, что делают другие, быть видимым другими, наблюдать за их поведением [29]. Любовь к интернету носит такой же характер.

Военные передали эстафету по использованию интернета бизнесу, у бизнеса его опыт переняли политики. И круг замкнулся — все это весьма влиятельные игроки в любой стране, хоть демократической, хоть авторитарной. Теперь они все используют интернет наиболее интенсивно. Тем более каждый пользователь оставляет там множество своих дигитальных следов [30].

Да и разговариваем мы в соцмедиа часто не с людьми, а с ботами. Например, 66% аккаунтов в Twitter принадлежат ботам. 89% Twitter-ссылок на сайтах-агрегаторах принадлежат ботам [31]. 500 наиболее активных ботов порождают 22% ссылок на новостные сайты. В то же самое время 500 наиболее активных людей порождают только 6%. Условно говоря, мы читаем то, что нравится ботам и общаемся с ними же.

Роль ботов в американских выборах заметна и со стороны Трампа. Статья на эту тему начинается со следующего абзаца: «Дональд Трамп понимает меньшинства. Достаточно спросить Пепе Луи Лореса, Франциско Пальма и Альберто Контрераса. Они были среди семи миллионов его Twitter-последователей, и каждый писал в поддержку Трампа после его победы на предварительных выборах в Неваде. Проблема только в том, что Пепе, Франциско и Альберто не люди. Они боты — спамовые аккаунты, которые постят автономно, используя запрограммированные сценарии» [32]. По статистике, один из четырех последователей Трампа был фиктивным. В принципе, 60% трафика в Twitter порождается ботами.

Расцвет культуры фейков демонстрирует то, что соцмедиа уже освоены крупными игроками, включая государства, поэтому мы плавно сдвигаемся в сторону организованной кем-то действительности. Мы начинаем вновь жить чужими мыслями, пришедшими из интернета, как когда-то это делала газета «Правда». Д. Крейсс вообще считает, что медиа работают не с информацией, а с идентичностью. Именно идентичность определяет наше отношение к информации, отталкиваясь от нее, мы принимаем или отвергаем ту или иную информацию. Условно говоря, если мы — за Юлию Тимошенко, мы будем отвергать любую негативную информацию о ней, какой бы правдивой она ни была. Это говорит о том, что не информация определяет наше реагирование, а идентичность.

При этом статус информации реально тоже не подвергается Крейссом сомнению: «Нельзя сказать, что информация не важна. Она важна, особенно информация, которую журналисты предоставляют по проблемам, еще не политизированным. Это означает, что идентичность приходит раньше информации. Идентичность формирует эпистемологию. Люди фильтруют свое понимание информации с помощью их политической и социальной идентичности. Трамп был наиболее проверенный по фактам кандидат в американской истории (несомненно потому, что он так часто прибежал ко лжи), но при этом он не пострадал при голосовании: 90% процентов республиканцев голосовали за Трампа и 89% процентов демократов голосовали за Клинтон. Мы объясняем это опорой на идентичность. В мире, где партийная идентичность приходит раньше информации, проверку фактажа против команды никто не услышит» [33].

Все это Крейсс связывает с ориентацией политики на идентичность, — отсюда, как в спорте, есть «победители» и «побежденные». Важна не сама политика или идеология, а победа команд, которые с ней связаны.

Именно в этой сфере, если вдуматься, и лежит успех российских троллей, поскольку главным является не соответствие информации действительности, а соответствие информации групповой идентичности. Если информация ее поддерживает, она принимается, если нет — вызывает сопротивление.

Все это важные проблемы, поскольку соцмедиа стали главным информационным потоком для большинства. Две трети (67%) американцев получают хоть часть своих новостей из соцмедиа. Более половины (55%) американцев от пятидесяти лет и старше получают новости из соцмедиа (в 2016 году эта цифра составляла 45%) [34]. До пятидесяти лет это делают 78%, и цифра эта не изменилась после 2016.

Для Украины это не характерно [35]. Украинцы приблизительно вдвое чаще получают информацию из телевидения, чем из интернета. Точные данные по источникам информации таковы (можно было давать не один ответ): телевидение — 85,7%, интернет — 27,1%, соцсети — 23,5%, родственники, друзья, знакомые — 17,9%.

Это характерно и для информационного пространства. Сегодняшние информационные потоки приходят неизвестно откуда, соцмедиа выстроены на базе разговора одних неизвестных людей с другими. В прошлом основные коммуникации были между знакомыми людьми. Сегодня в соцмедиа беседуют незнакомые люди, которые известны друг другу только в онлайн. Facebook искусственно их соединяет, принимая как данность, что они якобы находятся в друзьях. Но здесь просто используется слово «друзья», за которым нет дружбы как знания другого человека.

Мир изменился. Наиболее сильно изменились информационные потоки. Мы все оказались выброшенными в море информации без спасательных жилетов. Спасателей тоже пока не предвидится. Спасение утопающих отдано на откуп самим утопающим.

Литература

1. Ліки від постправди — довіра, грамотність і фільтри // ms.detector.media/ethics/manipulation/liki_vid_postpravdi_dovira_gramotnist_i_filtri/.
2. Власти Латвии создадут специальный портал для проверки ложных новостей // rus.delfi.lv/news/daily/latvia/vlasti-latvii-sozdadut-specialnyj-portal-dlya-proverki-lozhnyh-novostej.d?id=50222841.
3. Lakoff G. A modest proposal: #ProtectTheTruth // georgelakoff.com/2018/01/13/a-modest-proposal-protectthetruth/.
4. Ullah H.K. The digital war against Isis is being lost. What should be done? // www.theguardian.com/commentisfree/2017/nov/13/digital-war-against-isis-lost-islamic-state-mohamad-al-arefe.
5. Facebook data gathered by Cambridge Analytica accessed from Russia, says MP // www.theguardian.com/technology/2018/jul/18/facebook-data-gathered-by-cambridge-analytica-accessed-from-russia-says-mp-damian-collins.
6. Lee D. Facebook investigates data firm Crimson Hexagon tactics of a Russian troll farm // www.bbc.com/news/technology-43093390.
7. Kremer W. a.o. Hikikomori: Why are so many Japanese men refusing to leave their rooms? // www.bbc.com/news/magazine-23182523.
8. Haworth A. Why have young people in Japan stopped having sex? // www.theguardian.com/world/2013/oct/20/young-people-japan-stopped-having-sex.

9. Kay: Online game addiction becoming serious problem in Japan // japantoday.com/category/features/lifestyle/online-game-addiction-becoming-serious-problem-in-japan.
10. Nagata K. Believe it or not, virtual reality's takeover now underway // www.japantimes.co.jp/news/2016/11/20/business/tech/believe-not-virtual-realitys-takeover-now-underway/#.W1Y7r9JKhEY.
11. Hoffman M. Learning to live with a vulnerability to violent actions // www.japantimes.co.jp/news/2018/07/21/national/media-national/learning-live-vulnerability-violent-actions/#.W1Y9NNJKhEY.
12. Drake B. 6 new findings about Millennials // www.pewresearch.org/fact-tank/2014/03/07/6-new-findings-about-millennials/.
13. Hobbes M. FML // highline.huffingtonpost.com/articles/en/poor-millennials-print/.
14. The Deloitte Millennial Survey 2018 // www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html.
15. 2018 Deloitte Millennial Survey Millennials disappointed in business, unprepared for Industry 4.0 www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html.
16. Smith R. IQ scores are falling and have been for decades, new study finds // edition.cnn.com/2018/06/13/health/falling-iq-scores-study-intl/index.html.
17. Bratsberg B. a.o. Flynn effect and its reversal are both environmentally caused // www.pnas.org/content/early/2018/06/05/1718793115.
18. Fisher M. Israel Picks Identity Over Democracy. More Nations May Follow // www.nytimes.com/2018/07/22/world/middleeast/israel-jewish-state-nationality-law.html?hp&action=click&pg-type=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
19. CSI Brexit 3: National Identity and Support for Leave versus Remain // ukandeu.ac.uk/wp-content/uploads/2017/11/National-Identity-and-Support-for-Leave-versus-Remain.pdf.
20. Sullivan A. Why Trump Has Such a Soft Spot for Russia // nymag.com/daily/intelligencer/2018/07/andrew-sullivan-why-trump-has-such-a-soft-spot-for-russia.html.
21. Быков Д. А вдруг Путину и Трампу просто понравилось? // sobesednik.ru/dmitriy-bykov/20180723-dmitrij-bykov-a-vdrug-putinu-i-trampu-prosto-ponravilos.
22. Canetti-Nisim D. a.o. A New Stress-Based Model of Political Extremism. Personal Exposure to Terrorism, Psychological Distress, and Exclusionist Political Attitudes // www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3229259/.
23. Canetti-Nisim D. a.o. Life, Pocketbook, or Culture The Role of Perceived Security Threats in Promoting Exclusionist Political Attitudes toward Minorities in Israel // *Political Research Quarterly*. - 2008. - Vol. 61. - I. 1.
24. Hirsch-Hoefler S. a.o. Conflict will Harden your Heart: Exposure to Violence, Psychological Distress, and Peace Barriers in Israel and Palestine // www.daphnacanetti.com/image/users/230034/ftp/my_files/Conflict%20will%20Harden%20your%20Heart.pdf?id=16711493.
25. Canetti-Nisim D. The effect of religiosity on endorsement of democratic values: the mediating influence of authoritarianism // *Political Behavior*. - 2004. - Vol. 26. - N. 4.
26. Hull G. Why social media may not be so good for democracy // theconversation.com/why-social-media-may-not-be-so-good-for-democracy-86285.
27. Шарот Т. Без паники! На что нас толкает стресс? // nv.ua/recommends/bez-paniki-na-cto-nas-tolkaet-stress--2476697.html.
28. Фурсов А. Впали в беспмятство // izborsk-club.ru/15590.
29. Veissi re S.P.L. a.o. Supernatural Monitoring: A Social Rehearsal Account of Smartphone Addiction <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.00141/full>.
30. Вот, что о вас знают Facebook и Google // newochem.ru/tehnologii/vot-cto-o-vas-znayut-facebook-i-google/.
31. Wojcik S.a.o. Bots in the Twittersphere // www.pewinternet.org/2018/04/09/bots-in-the-twittersphere/.

32. Woolley S. a.o. Bots unite to automate presidential elections // www.wired.com/2016/05/twitterbots-2/.
33. Kreiss D. The Media Are about Identity, Not Information // Trump and the media. Ed. by P. Boczkowski and Z. Papacharissi. - Cambridge, 2018.
34. Shearer E. News Use Across Social Media Platforms 2017 // www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/.
35. Украинцы вдвое чаще получают новости из телевизора, чем из интернета // zn.ua/UKRAINE/ukraincy-vdvoe-chasche-poluchayut-novosti-iz-televizora-chem-iz-interneta-279379_.html.

ФЕЙКИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: ЧТО ДАЛЬШЕ?

Фейки движутся в сети лучше, чем правда. Скорость их распространения в несколько раз выше скорости правдивых сообщений. Это связано с тем, что фейки лучше соответствуют ожиданиям человека, его представлениям о реальном мире.

Фейки и дезинформации описывают мир неадекватно. Но фейк это может делать случайно, а дезинформация сознательно конструируется так, чтобы ввести в заблуждение. Фейк — поле любителей, дезинформация — профессионалов. Из всего этого следует, что фейк в случае его несистемного порождения более безобиден, чем дезинформация, поскольку у него нет цели «сломать» модель мира своего оппонента.

Фейки, в принципе, увеличивают системность мира для человека. Мир стал очень сложным, уровень его понятности и предсказуемости понизился. Каждое поколение ощущает, что старые правила, на которых они выросли, уже не действуют, а каковы новые правила, не знает никто. Тем более что средний IQ в мире неуклонно падает, а не растет.

Мир фейков — это упрощение сложного мира, в котором мы живем. Отсюда тяга не только к фейкам, но и к конспирологии на одном уровне, и магам с гадалками — на другом.

Потеря понимания мира привела, например, к тому, что индустрия магов и гадалок стала очень прибыльной. И их посещают отнюдь не люди без образования, как это может показаться. Вот типичный портрет такого посетителя, нарисованный «Новыми известиями»: «Это женщина или мужчина, переживающие кризис среднего возраста (т. е. 30–40 лет), с высшим, а то и двумя высшими образованиями и даже кандидатскими степенями, высоким уровнем дохода в настоящем или недавнем прошлом, верой во вселенскую справедливость и высшие силы (т. е. не убежденный атеист, и не адепт классических религий), занимающийся саморазвитием и практикующий медитации или энергетические практики, обладающий вложенными с детства моральными нормами, вступающими, однако, в противоречие с эгоистическими желаниями. На этом противоречии, зачастую вызывающем чувство вины и собственной «нехорошести», и ловят своих клиентов специалисты «высоких вибраций».

В том числе и по этой причине нет особого смысла в усиленном продвижении медиаграмотности, как когда-то было модным критическое мышление, которое тоже продвигали. Это связано с тем, что население не будет заниматься несвойственной ему работой: изучать источники, сверять факты, искать, кому это выгодно. Когда же это делают специальные центры, их продукция просто не доходит до потребителя, который читает основные сообщения, а не их опровержения.

На сегодня имеется такое превышение объемов информации над физиологическими возможностями человека по ее обработке, что нормальный человек не в состоянии ее переварить, а не то что проверить. Тем более никому не нужен вчерашний фейк, поскольку сегодня у нас новый, а завтра появится другой... Представьте себе, что если бы сейчас мы получили из прошлого миллион глиняных табличек или берестяных грамот, то как бы историкам пришлось разбираться с тем, какие события правдивы, а какие нет?

Профессионалы часто представляют свою дезинформацию как фейк, то есть подают ее как результат случайной, а не системной коммуникации. Вмешательства в президентские выборы, которые были, к примеру, в США или Франции, в референдумы в Британии или Каталонии создали прецедент трансформации профессиональной дезинформации в любительские фейки.

Управляемые из единого центра тролли в погонах и без направляют свою информацию индустриально. Они в результате по воздействию системны, тогда как их влияние создает впечатление случайного. Все это собирается в голове потребителя, как будто бы придя из разных источников. А то, что приходит из разных источников, мы по привычке считаем правдой.

Это индустриальный способ использования того, что можно обозначить как дисперсные коммуникации Facebook. Однако этот подход существовал всегда. Россия, Китай, Израиль всегда имели соответствующие команды, в ряде случаев — военные, которые работали в интернете, подделываясь под несвязанных друг с другом индивидов. И наличие общего центра, откуда исходят инструкции по порождению сообщений, получатель никогда уловить не сможет. Тролли и боты никому не рассказывают, кто они на самом деле.

Потребитель фейковой информации рассматривает ее как «свою», — она не только соответствует его модели мира, так как даже часто приходит от друзей и знакомых, но и массово представлена в сети. В результате у него в голове складывается пазл, что так говорят многие. И они думают так, как он.

Все говорят, что сегодня на первое место вышло внимание, которого не хватает из-за избытка информации. Однако Юрген Хабермас видит более прозаичные цели со стороны бизнеса: «Новые средства коммуникации имеют более коварную модель коммерциализации, где целью является не просто внимание потребителя, а экономическое использование его частного профиля. Они воруют личностную информацию потребителей вне знания их об этом, чтобы манипулировать ими более эффективно, иногда даже с порочными политическими целями, как это было в недавнем скандале с Facebook» [1].

Это та же гибридная война, а точнее гибридный мир, когда потенциально или реально агрессивные действия оказываются спрятанными не в физическом пространстве, а в информационном или виртуальном. Когда российские фантасты воевали с Украиной в своих книгах, это была гибридная виртуальная война. Когда Россия вступила на путь войны с Украиной в своих медиа, это было гибридной информационной войной.

Она состояла в том, что Россия сменила нарратив народов-братьев о России и Украине на нарратив «Украина как failed state». Россия имеет удачный опыт смены такого гранднарратива еще в советское время. А спецслужбы, как и любой другой институт, долгое время хранят в памяти свою идеологию и методологию даже тогда, когда исчезает/меняется сама власть.

В подтверждение существования подобных трансформаций советского времени, которые, по сути, состояли в ментальной коррекции сознания советского человека, приведем две цитаты.

Марк Липовецкий о вытеснении нарратива революции: «Нарратив этот рождался главным образом в фильмах о гражданской войне, которая воспринималась как самый популярный или по крайней мере вызывавший наиболее острый интерес аспект революции. Трудно себе представить зрителей 1970-х, которые по доброй воле смотрели бы фильмы о Ленине. А о «неуловимых мстителях» или «адъютанте его превосходительства» смотрели с большим удовольствием и без особого нажима. Дело, вероятно, в том, что, начиная с 1960-х, победа в Великой Отечественной войне начинает вытеснять революцию как «главное событие» русского XX века. В результате как материал для искусства по сравнению с ВОВ гражданская война становится куда более свободной, хотя и по-прежнему глубоко мифологизированной территорией. Не удивительно, что именно на этом пространстве развивается наиболее радикальная ревизия фундаментального советского мифа о революции» [2].

Мария Снеговая о выходе на первое место нарратива победы: «В этом смысле не стоит считать акцентирование Великой Победы, вокруг которой выстраивается вся мифология современного российского режима, путинским ноу-хау. Путинский Кремль всего лишь продолжил советскую традицию, заложенную задолго до этого. Как отмечает культуролог Александр Марков, современная Россия является наследницей не царской и не большевистской традиций, а, прежде всего, брежневского времени. Многие структуры управления организованы по образцу застойных структур, и все-таки количество людей, живших при Брежневе или, по крайней мере, понимающих эту эстетику, велико. Все понимают, что такое «Ирония судьбы», что такое анекдот про Брежнева, что такое парад, что такое массовая культура, где есть Лещенко, Алла Пугачева или нынешние подделки под эту культуру брежневского времени» [3].

Интересным феноменом оказалось и то, что фейки движутся в сети лучше, чем правда. Скорость их распространения в несколько раз выше скорости правдивых сообщений. Это связано с тем, что фейки лучше соответствуют ожиданиям человека, его представлениям о реальном мире, а не о том его варианте, о котором красиво

	Говорящий	Слушающий
Устная	И говорит, и слушает	И говорит, и слушает
Медийная	Только говорит	Только слушает
Соцмедийная	Многие говорят и слушают	Многие говорят и слушают

пишут в газетах. Ведь достаточно часто фейки акцентируют негатив, в то время как обычные сообщения — позитив. А негатив всегда вызывает больший интерес.

Фейк приходит в этот мир в результате резкой трансформации модели порождения и трансляции информационных потоков. Первую модель можно обозначить как «один говорит и слушает, другой слушает и говорит», вторую — как «один говорит — многие слушают», и сегодняшнюю как «многие говорят — многие слушают».

Считается, что Facebook, к примеру, дал возможность говорить тем, кого не пускали в обычные медиа. Но это преувеличение. Потенциально — да, но реально говорят все равно единицы, а слушают и читают сотни. Просто круг говорящих действительно расширился, ведь цензура соцмедиа в разы мягче традиционной. И теперь читатель «присоединен» не к одному высоковольтному кабелю — печати, где если ударит, так ударит, а к тысячам мелких проводков от карманных батареек, которые иногда начинают работать в унисон.

Использование фейков и дезинформации является вариантом гибридной войны [4]. Нам встретилась интересная аргументация со стороны США по поводу того, почему сегодня на первое место вышла гибридная война. Они объясняют это результатом доминирования США в войне обычного типа. По этой причине потенциальные противники изучили слабости США и теперь атакуют их на всех уровнях, избегая сильных сторон Америки.

Проект Йельского университета, посвященный культурной когнитивности, стоит на позициях того, что культурные ценности задают наше восприятие фактов. Здесь подчеркивается их когнитивная первичность в том плане, что «восприятие людей, о чем говорят факты, сформировано их ценностями» [5-9].

Никто в мире не создает ни министерства фейков, ни министерства дезинформации, зато все порождают фейки и дезинформацию. Более того, все порождают искаженную картину мира, поскольку в принципе больше говорят о своих достижениях и молчат о своих недостатках. Это как можно громче делают министры, президенты и страны в целом, которые всегда менее критичны к себе, чем к другим.

Что будет дальше? Пока мы имели чужую синхронизацию и подключение массового сознания к вербальной информации, которая была удачно подобрана под массу индивидуальных сознаний. Следующим этапом станет такая же синхронизация и подключение к потоку визуальной информации, поскольку мир совершает поворот к визуальной цивилизации. Пока это делается замедленно на базе видеогров и телесериалов, но завтра мы попадем в поток фиктивных видеонОВОСТЕЙ, которые будут обладать большей убедительностью, чем сегодняшние фейки и дезинформация, поскольку позволят узреть постправду, а не просто услышать о ней.

Как видим, мир проходит трансформацию всего своего инструментария от военного до мирного. Адмирал Джеймс Ставридис заговорил о приближении уже и морской гибридной войны, которая несет следующие преимущества [10]:

- позволяет стране запугивать и разрушать возможности оппонента без раскрытия себя;
- дает преимущества неожиданности;
- позволяет контролировать время и скорость событий;
- обходится намного дешевле ведения обычной войны.

Что касается информационных аспектов, то здесь, среди прочего, акцентируется следующее:

- усиленное использование информационной войны, пропаганды, распространения фальшивых и крайне болезненных слухов для дестабилизации региона;
- сильное присутствие в социальных сетях для распространения пропаганды и лжи;
- изощренная киберкампания.

Уйдя в отставку и став деканом юридической и дипломатической школы Университета Тафтса, Джеймс Ставридис выступает со статьей в журнале Time, где утверждает, что демократия внутренне неэффективна, что государства всегда стремились уйти от групповых решений, принимаемых в парламентах, конгрессах и ассамблеях [11]. Плюс к этому новые технологии оказались обоюдоострыми мечами, когда это касается демократических норм.

В этом аспекте он утверждает следующее: «Именно диктаторы, от Москвы до Дамаска, оказались более быстрыми и эффективными в использовании этого инструментария, шпионя за своими оппонентами дома и за рубежом и размещая пропаганду новыми окольными путями. Россия серьезным образом занимается подрывом объективной реальности, беспрестанно распространяя сомнения в онлайн-об основных фактах».

Еще одним преимуществом авторитарных лидеров становится то, что в условиях ускорения изменений в мире они могут реагировать быстрее, чем западные демократии, которые опираются на комитеты и обсуждения. Людям нужны быстрые решения, а демократия их медленно принимает. Общий вывод адмирала Ставридиса все равно сделан в пользу демократии, поскольку она лучше, чем авторитарные лидеры, отвечает тем вызовам, которые стоят перед управлением.

Как видим, даже концепция демократии «зашаталась» перед новыми реалиями, часть из которых приходит с интернетом. И это одновременно говорит о том, что на мир все равно надвигаются новые правила игры, вызванные как существенными изменениями, которые в нем происходят, так и скоростью наступления этих изменений, которые не позволяют адекватно к ним адаптироваться. И будущее при этом становится еще более непонятным и неизвестным.

Литература

1. Habermas J. For God's sake, spare us governing philosophers! // elpais.com/elpais/2018/05/07/in-english/1525683618_145760.html.
2. Липовецкий М. За что боролись? // magazines.russ.ru/nz/2018/2/za-chto-borolis.html.
3. Снеговая М. Куда и почему исчезла Октябрьская революция из памяти народа? // www.colta.ru/articles/society/16626.
4. Lasica D.T. Strategic Implications of Hybrid War: A Theory of Victory // www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a513663.pdf.
5. Kahan D. Misconceptions, Misinformation, and the Logic of Identity-protective Cognition // poseidon01.ssrn.com/delivery.php? ID=413074031111069082002081127066026106002054027061023062027094014090013031030100065 1240421000170070240220450100960820840190230990390100110610180891011090950890660720090360030066125121111090014123029088078074079002087113029065096073088124100025082&EXT=pdf.
6. Kahan D. Is cultural cognition the same thing as (or even a form of) confirmation bias? Not really; & here's why, and why it matters // www.culturalcognition.net/blog/2012/11/15/is-cultural-cognition-the-same-thing-as-or-even-a-form-of-co.html.
7. Kahan D. Politically Motivated Reasoning Paradigm» (PMRP): what it is, how to measure it // www.culturalcognition.net/blog/2015/6/12/politically-motivated-reasoning-paradigm-pmrp-what-it-is-how.html.
8. Kahan D. Motivated reasoning and its cognates // www.culturalcognition.net/blog/2013/5/15/motivated-reasoning-its-cognates.html.
9. Kahan D. Fake news vs. «counterfeit social proof»--lecture summary & slides // www.culturalcognition.net/blog/2018/6/22/fake-news-vs-counterfeit-social-proof-lecture-summary-slides.html.
10. Stavridis J. Maritime hybrid warfare is coming // www.usni.org/magazines/proceedings/2016-12-0/maritime-hybrid-warfare-coming.
11. Stavridis J. Democracy will prevail // Time. - 2018. - July 23.
12. Вздорик О. Миллиарды за обман. Магические услуги стали отраслью народного хозяйства // newizv.ru/news/society/24-07-2018/milliardy-za-obman-magicheskie-uslugi-stali-otraslyu-narodno-go-hozyaystva.

ФЕЙКИ КАК РЕЗУЛЬТАТ СОЗДАНИЯ ОРГАНИЗОВАННЫХ ПОТОКОВ В СЛУЧАЙНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Соцмедиа входят в наш мир, моделируя случайные информационные потоки, свойственные человеческому общению. Системный, то есть организованный текст или нарратив с конкретными целями под массовое распространение был там исключением. Однако при сильных пропагандистских кампаниях, которыми характеризуются, например, выборы, в таких случайных информационных обменах начинают функционировать системные сообщения, приходящие, к примеру, из телевизионной коммуникации или тех же соцмедиа. Люди повторяют то, что они услышали или прочли с экрана, причем делают это с теми же аргументами и теми же словами.

Соцмедиа передают разнообразие мнений, характерное для человечества; по сути, это не журналистская работа. Правда, и журналистика сегодня стала передачей не фактов, а мнений. В оправдание этого сдвига можно только сказать, что и пропаганда строится на том, что под шапкой одного достоверного факта нам пытаются передать или кучу недостоверных, или на базе него сделать далеко идущие выводы, которые оказываются притянутыми за уши.

Следует также вспомнить, что современная система от интернета до соцмедиа создана при существенной военной поддержке. Об интернете помнят все, а вот об участии Пентагона в создании Google менее известно [1-2]. То есть перед нами возникает целый спектр целей создателей, которые не сводятся воедино. Это медиа для потребителя, это бизнес для создателей платформ, плюс к этому свои цели военных: от средства связи в экстремальных ситуациях до средства отслеживания людей и ситуаций.

Интернет американский (APRANET) создавался для осуществления связи во время ядерного удара. Он появился в 1965 г.

Интернет советский Виктор Глушков хотел использовать для создания автоматизированной системы управления всей советской экономикой. Анатолий Китов в своей брошюре, вышедшей еще в 1958 г. в обществе «Знание», предлагал объединить все ЭВМ в единую сеть. Однако все получилось не так. Китов написал письмо Хрущеву, военным не понравилась идея объединить свои машины с гражданскими в единую систему, и Китов теряет свой пост в армии [3-7]. И уже Глушков подхватывает идею Китова для своей системы «общегосударственной автоматизированной системы управления» (ОГАС), поддержанной Алексеем Косыгиным. Но советская система не захотела модернизироваться.

С американской стороны в числе создателей интернета был Пол Баран, родившийся в Польше в 1926-м, а в 1928-м его семья переехала в США [8-9]: именно он предложил основные идеи децентрализации такой сети. Так что можно считать интернет вполне славянским изобретением. Но идея децентрализации, хорошая на случай ядерного удара, оказалась неинтересной советским управленцам, необходимость в которых резко падала в случае глушковской системы. Так что интернет в СССР не вырос, хотя вполне мог.

Вырвавшись за пределы сугубо военного использования, сеть существенно изменилась. Произошло практически то же, что и с книгопечатанием, когда оно вышло из-под опеки церкви, будучи созданным исключительно для тиражирования Библии.

Есть даже отдельное исследование о роли любителей музыки в развитии интернета, создававших групповые инфраструктуры для своего фэндома [10-11]. Оно начинается с двух параграфов, именуемых «Музыка как коммуникация» и «Музыка как товар». Любители музыки помогали сформировать современные медиа и сдвинуть баланс силы между аудиториями и профессионалами. Профессионалы, делавшие карьеру десятилетиями, не знали, что им делать в новых условиях.

Тим Андерсон заговорил о социальном музыканте. Он пишет: «Музыкальная социальная среда является одной из ценностей, которую онлайн-социальные сети должны признать, поскольку многие включили музыку в свои сервисы. Точно так, как

блоги заняли место многих музыкальных публикаций, такие социальные сети, как Twitter, Facebook и YouTube быстро поняли, что инфраструктура влияет на формирование вкусов и позволяет слушателям наслаждаться музыкой асинхронно и в «реальном времени». С помощью этого процесса онлайн-открытия инвесторы социальных сетей обнаружили путь эксплуатации онлайн-лояльности, в котором порождается и используется формирование музыкальных вкусов. Это объясняет внимание, которое музыкальная индустрия в целом проявляет к онлайн-социальным лояльностям» [12]. Речь здесь идет о трудностях монетизации онлайн-процессов.

Социальные медиа конфликтуют с бизнес-целями своих создателей. Так считает Бенджамин Кункель, подчеркивая, что «они хотят получать прибыль из деятельности, которая, являясь социальной, в основе своей не экономическая и не производящая. Социальные медиа могут быть либо прибыльными, либо социальными. Но в конце они смогут стать и теми, и другими» [13].

Признаем, что они уже сейчас являются прибыльными, поскольку смогли монетизировать свою социальность. Люди стремятся туда, а это внимание может быть продано для рекламы. Так что не производящие ничего материального соцмедиа тоже могут приносить деньги, и достаточно большие.

Фейки принесли новую опасность для социальных медиа. Facebook даже подпал под большие штрафы за то, что не удержал в своих руках личную информацию о пользователях. Сначала он стал яростно изображать готовность борьбы с фейками. Сегодня позиция Facebook стала менее определенной, после того как Цукерберг признал, что они не собираются убирать фейки [14]. Даже отрицание Холокоста будет возможным в сети. Вероятным ответом на это следует считать то, что запреты ведут к разрушению бизнес-модели Facebook. Право каждого на свое слово и создало многочисленность его пользователей. К тому же достаточно сложно и затратно выявлять миллионы подобных отклонений.

Цукерберг сказал в своем интервью, где сразу после встречи Трампа с Путиным поспорил со своим президентом: «Доказательства, которые мы видели, очень четкие, русские пытались вмешаться в выборы. Мы пытались сотрудничать с правительством и разными расследованиями, которые идут, поскольку они имеют больший контекст. Но то, что видели мы перед выборами, это была русская хакерская группа, часть российской военной разведки, которую, как я понимаю, наши власти называют АПТ28. Они пытались использовать традиционные хакерские методы: с помощью фишинга получить доступ к страницам людей. Мы идентифицировали это в середине 2015-го и сообщили в ФБР. Когда мы увидели такую же активность в кампании 2016 года, когда они пытались проникнуть на аккаунты людей как в республиканском национальном комитете, так и в демократическом, мы также сообщили некоторым людям там, которые, как мы считали, попадали под риск» [15].

Кстати, перед нами возникает немножко другая картинка, нежели та, которая растиражирована в медиа. Раз Facebook уже в 2015 году предупредил ФБР о такого типа атаках и сделал это же по отношению к американским национальным партийным комитетам (республиканскому и демократическому), то ничего неожиданного для спецслужб не было, и это такая же вина спецслужб, как и Facebook.

Цукерберг в своем интервью перечисляет выборы, кроме американских, где также присутствовала эта угроза безопасности — французские президентские, немецкие парламентские, специальные выборы в Алабаме, мексиканские выборы.

Предложенный им метод борьбы с фейками состоит в следующем: инструментарий искусственного интеллекта находит фальшивые аккаунты, координированные сети и закрывает их. Однако это борьба не столько с фейками, как с их распространением. Фейки индивидуального порядка все равно не признаются отклонением, поскольку, по идеологии Facebook, каждый имеет право как на ошибку, так и на свое видение ситуации.

И это общая проблема, которая различается только разными деталями сетей. Например, был проделан подробный анализ по общению в сетях постсоветских немцев в Германии. И вот один из выводов: «Анализ сетей открывает, что постсоветские политические группы, включая те, которые представляют российскую официальную позицию по украинскому кризису, осуществляют влияние на контент в группах в немецком сегменте «ВКонтакте». Это не относится к сетям в целом, которая в любом случае фрагментирована, но применяется к определенным подсетям, которые подпадают под категорию «политики идентичности». Эти группы активно используют постсоветские ресурсы, устанавливая тем самым степень публичной близости с ними. Как показывает более глубокий анализ, эти подсети оказываются сильно взаимосвязанными» [16].

Такая же картина в русскоязычном сегменте интернета в Прибалтике. Например, в Литве в 2017 году 90% постов про Россию было написано с прокремлевской точки зрения с одновременной критикой позиции Литвы [17].

То есть работает очень сильная система ретрансляции, ведь, как правило, человеку легче повторить услышанные тезисы и аргументы, чем придумать собственные. А исходные тезисы и аргументы были отработаны с помощью социологов и психологов. Эфемерный русский мир в этом случае становится коммуникативно-реальным, поскольку он создается в коммуникациях.

Кстати, экс-президент Эстонии Тоомас Ильвес подчеркнул, что раньше людьми так систематично не манипулировали, что российские интернет-тролли от лица «простых американцев» продвигали идеи антиисламизма, расизма и т. д., что мягкие силы влияния на Западе не имеют целей создавать мировые конфликты [18]. Сюда следует добавить, что поляризацию в обществе создавали не только сугубо политическими темами, но даже в плоскости энергетических решений [19]. Отсюда понятно, почему за рубежом за Путина проголосовал даже больший процент людей, чем в России — 85% [20]. Правда, это от пришедших, а это значит, от тех, кто в первую очередь хотел проголосовать «за». Эту особенность отражает голосование в Гвинее-Бисау, где за него проголосовало 96,2%, что составило 26 человек, и лишь один избиратель за него не проголосовал.

Facebook уходит от ответственности за ложь, в то же время критики подчеркивают, что он неправильно уходит от ответственности сродни издательской. Ведь, на самом деле, он и есть издатель [21], а издатель действительно несет ответственность. Но в данном случае ответственность, с одной стороны, никто не хочет на себя брать, а с другой — при тех объемах информации, которые есть в Facebook, делать это очень затруднительно.

Facebook изображает не борьбу, а скорее заботу о чистоте информации. Но больше ничего делать не хочет, поскольку это нарушает его бизнес-интересы, состоящие в том, чтобы привлечь наибольшее число пользователей. В соцмедиа есть еще один феномен, когда первый и наиболее активный забирает всех пользователей, поскольку потребитель идет туда, где уже находятся его друзья и знакомые. В результате соцмедиа становятся вотчиной монополистов.

Эдуардо Арино де ля Рубио из Facebook разложил возможные варианты сообщений на двух осях: ось X — правда, ось Y — намерение обмануть. Получилось четыре варианта [22-23].

Верхние два относятся к высоким уровням обмана. Первый из «квадратов» — низкий уровень правды и высокий обмана. Второй — высокая правдивость и большое желание обмануть. Только первый предлагается убирать из Facebook. Второй представляет собой пример пропаганды, которая часто отталкивается от совершенно правдивых фактов, но по-своему их интерпретирует.

Два нижних — с малым желанием обмануть, которое имеет две реализации: неправдивые и правдивые. Наиболее естественен тот, который имеет высокий уровень правды и низкий уровень обмана. Наверное, это идеал, который часто просто недостижим.

Единственное, с чем Facebook согласился бороться, так это с языком ненависти. Он определяет его по двум параметрам [24]:

- атакой является уничижительная генерализация или марающее пятно;
- «защищенной категорией», то есть тем, что нельзя трогать, являются: пол, раса, этничность, религия, национальность, сексуальная ориентация, серьезные болезни.

Формулой языка ненависти становится следующее:

Язык ненависти = Атака + Защищенная категория

Из страницы тренинговых материалов Facebook видно, что в «защищенную категорию» попали белые мужчины, но разрешены атаки на водителей-женщин и чернокожих детей. То есть количество незащищенных достаточно велико.

По этой причине вывод исследователей таков: «В число заслуг Facebook вписана помощь в выступлениях против авторитарных режимов во время Арабской весны 2010–2011 годов, однако документы предполагают, по крайней мере, в некоторых случаях, что правила языка ненависти компании работают скорее на элиты и правительства, а не на протестующих активистов и расовые меньшинства. Тем самым они служат бизнес-интересам глобальной компании, которая опирается на национальные правительства, чтобы те не блокировали ее услуги для своих граждан» [25].

В своем интервью Цукерберг осветил борьбу с лживыми сообщениями следующим образом: «Подход, который мы приняли по отношению к фальшивым новостям, лежит не в том, что вы не можете сказать что-то ошибочное в интернете. Это будет

слишком. Каждый может ошибаться, и если мы будем закрывать аккаунты, когда люди говорят неправдиво, то будет сложно дать всем голос и сказать, что мы заботимся об этом. [...] Если вы посмотрите первую сотню сообщений, которые распространяются вирусно или распространяются по Facebook каждый день, мы должны взять на себя ответственность, что это не обман и вопиющая дезинформация. Таков наш подход. Мы смотрим на то, что получает наибольшее распространение. Если люди отмечают их как потенциальный обман, мы отсылаем такие сообщения на проверку фактов [...], и если нам говорят, что это, возможно, фальшивка, тогда мы существенно снижаем распространение этого контента».

По поводу отсутствия борьбы с отрицанием Холокоста Цукерберг добавил: «Лично я считаю отрицание Холокоста глубоко оскорбительным, и я абсолютно не собираюсь защищать намерения людей, которые это отрицают». Однако в его мнении скорее перевешивают рассуждения бизнесмена, который не хочет ставить преграды развитию своего бизнеса.

Соцмедиа действительно подают себя как независимый и свободный ресурс. Можно сказать, что перед нами медиа общества, а не государства, и это несомненный успех, что такого удалось достичь, поскольку всегда и везде в истории, кроме революционных событий, государства диктовали свою волю. Однако одновременно с развитием интернета государства тоже нашли определенные способы запуска своей организованной информации в эту случайную среду, тем самым уменьшая ее опасность для них. Они в сильной степени «приручили» интернет.

Соцмедиа не могут прийти в мир со своими правилами, они все равно будут корректировать их под сложившийся порядок вещей. По этой причине фейки еще нескоро уйдут из повестки дня. С ними, конечно, будут бороться, но пока эта борьба приводит к еще большей поляризации общества.

Литература

1. Ahmed N. How the CIA made Google // medium.com/insurge-intelligence/how-the-cia-made-google-e836451a959e.
2. Why Google made the NSA // medium.com/insurge-intelligence/why-google-made-the-nsa-2a80584c9c1.
3. Peters B. The Soviet InterNyet // aeon.co/essays/how-the-soviets-invented-the-internet-and-why-it-didnt-work.
4. Baraniuk C. Why the forgotten Soviet internet was doomed from the start // www.bbc.com/future/story/20161026-why-the-forgotten-soviet-internet-was-doomed-from-the-start.
5. Ревич Ю. Математик Анатолий Китов: Обогнать США, не догоняя! // rg.ru/2017/01/12/rodina-kitov.html.
6. Китов, Анатолий Иванович // ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B2_%D0%90%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B9_%D0%98%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87.
7. Ревич Ю. «Электронные мозги» в Кремле // republic.ru/future/elektronnyye_mozgi_v_kremle-440314.xhtml.
8. Paul Baran and the origins of the Internet // www.rand.org/about/history/baran.html.
9. Obituary: Paul Baran, RAND Researcher and Pioneer of the Internet // www.rand.org/news/press/2011/03/28/index1.html.

10. Baum N. Book excerpt: How music fans built the Internet // www.wired.com/story/book-excerpt-playing-to-the-crowd?mbid=nl_071518_backchannel_list3_p1&CNDID=50699076.
11. Baum N.K. *Playing to the Crowd: Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*. - New York, 2018.
12. Anderson T. Theorizing the social musician // www.focaablog.com/2015/04/17/tim-anderson-theorizing-the-social-musician/.
13. Kunkel B. Socialize social media // nplusonemag.com/online-only/online-only/socialize-social-media/.
14. Facebook will not remove fake news - but will 'demote' it // www.bbc.com/news/technology-44809815.
15. Swisher K. Zuckerberg: The Recode interview // www.recode.net/2018/7/18/17575156/mark-zuckerberg-interview-facebook-recode-kara-swisher.
16. Golova T. Social media networks of the post-Soviet minority in Germany // en.zois-berlin.de/publications/zois-spotlight/social-media-networks-of-the-post-soviet-minority-in-germany/.
17. Фролова Н. СССР перешел в онлайн и живет в ОК: что происходит в виртуальном Русском мире Балтии? // ru.delfi.lt/news/live/sss-r-pereshel-v-onlajn-i-zhivet-v-ok-cto-proishodit-v-virtualnom-russkom-mire-baltii.d?id=78429171.
18. Худенко К. Ильвес на фестивале Лампа: Западный кризис доверия посеян «кремлевскими троллями», а в США таких нет // rus.delfi.lv/news/daily/latvia/ilves-na-festivale-lampa-zapadnyj-krizis-doveriya-poseyan-kremlevskimi-trolleyami-a-v-ssha-takih-net.d?id=50173827.
19. Gardner T. Russians used social media to stir divisions on U.S. energy policy: lawmakers // www.reuters.com/article/us-usa-russia-energy/russians-used-social-media-to-stir-divisions-on-u-s-energy-policy-lawmakers-idUSKCN1GD6E3.
20. Заграница порадовала Путина на выборах. Особенно Гвинея-Бисау // www.bbc.com/russian/features-43462853.
21. Manjoo F. What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer // www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html?hpw&rref=technology&action=click&pg-type=Homepage&module=well-region®ion=bottom-well&WT.nav=bottom-well.
22. Legum J. Facebook's pledge to eliminate misinformation is itself fake news // www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/20/facebook-pledge-to-eliminate-false-information-is-itself-fake-news#img-3.
23. Facing facts: An Inside Look At Facebook's Fight Against Misinformation // www.youtube.com/watch?v=zgkF23nFIBw.
24. Carlsen A. a.o. What Does Facebook Consider Hate Speech? Take Our Quiz // www.nytimes.com/interactive/2017/10/13/technology/facebook-hate-speech-quiz.html.
25. Angwin J. a.o. Facebook's Secret Censorship Rules Protect White Men From Hate Speech But Not Black Children // www.propublica.org/article/facebook-hate-speech-censorship-internal-documents-algorithms.

ФЕЙКИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ КАК МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Законодатели «проснулись» и увидели серьезные последствия технологического развития для весьма чувствительной для любой страны сферы: выборы и референдумы.

Мир управляется картиной мира, поскольку она предопределяет наши действия. Советская картина мира, особенно та, которая удерживалась с помощью образования и

науки, СМИ, литературы и кино, отличалась от сегодняшней. В свою очередь советская картина мира пришла на смену дореволюционной, принадлежащей царской России, которая также была другой.

Как трансформируется картина мира при таких переходах? С одной стороны, принципиально меняется героика и ключевые события, с другой — возникают иные типы карьеры, другие социальные лифты. Кстати, мы застали переход от одной такой глобальной картины мира к другой, в рамках чего пропали не только герои, но и биографии каждого. Условно говоря, позитивные социальные накопления прошлого были уничтожены, как и отрицательные, поскольку звание, например, диссидента из ярлыка отверженного стало почетным.

Картина мира упорядочивает причинно-следственные связи. Мы четко видим новые полюса позитива и полюса негатива, пришедшие на смену старым. Государство пытается приватизировать позитив, связав его с собой, а негатив пытается отдать иным, своим противникам или врагам.

Обычно часть вины перекладывается на злонамеренные внешние силы. Так поступает и индивид, и целые государства. Внешнее всегда легче признать виновным, чем самого себя. Есть такой психологический феномен, который легко перенести на целые государства.

В этой же сфере лежит и конспирология. Так, например, по данным ВЦИОМ, 67% россиян верят, что есть организация или группа лиц, которые контролируют действия властей многих государств: «67% — очень высокая доля, она дает основания говорить о конспирологии как о важном компоненте картины мира российского гражданина. Примечательно, что в 2014 году тех, кто верил в существование мирового правительства, было 45%. Стоит сказать, что и это очень высокий показатель. При этом его рост на 22% за четыре года едва ли случаен. Нарастание паранойи в общественном сознании с 2014 года совпало с упрощением политического дискурса в России. Он фактически был сведен к следующим схемам: Россия в кольце врагов, Запад боится нашей мощи и ищет повод нас наказать. Это было вызвано резким охлаждением отношений с западным миром после присоединения к РФ Крыма. Тема антироссийского заговора, в которую вплетались и допинговый скандал, и дело Скрипалей, позволила власти мобилизовать широкую электоральную поддержку перед президентскими выборами — 2018» [1].

Чужая картина мира всегда выглядела как враждебная своей, поскольку религия и идеология конкурировали с другими религиями и идеологиями. Причем они боролись друг с другом не только в информационном или виртуальном пространствах, часто это были настоящие войны в физическом пространстве.

Сегодня произошло смещение к более универсальной картине мира для всех. Но она создана на базе западных представлений, поэтому сохраняет свою конфликтность, например, с исламом. Вхождение западных кукол и анимации останавливается в Иране с помощью создания своей анимации и своих кукол. Китай также настороженно относится к вхождению западной массовой культуры. Россия заявляет о своей готовности отгородиться от всемирной паутины, что, по сути, уже сделано Китаем.

Смену картины мира изучают и военные. Для них вмешательство в чужую картину мира является даже частью профессии, поскольку такое изменение может привести

к победе. Это и цикл Бойда в США, состоящий из таких шагов, как Наблюдение — Ориентация — Решение — Действие, и рефлексивное управление противником в российских информационных операциях. Здесь картина мира меняется временно и на узком участке действительности, чтобы получить преимущество в конкретной боевой ситуации.

Религия и идеология удерживают долговременные картины мира, защищая их огнем и мечом [2-4]. Большие социальные группы нуждаются в таких картинах мира, поскольку они служат их выживанию. Кстати, сегодня возникло несколько научных школ, которые изучают религию вполне объективно. Одна из них называется — проект моделирования религии. Речь идет о компьютерном моделировании религии и атеизма [5-8].

Три типа силы Дж. Ная (мягкая, жесткая и умная) [9] также являются ключом к смене картины мира с помощью разного типа инструментария: принуждающего и привлекающего. Применение жесткой силы оказывается менее эффективным, чем применение мягкой. Мир стал более чувствителен к применению силы, поэтому и ищутся мягкие пути воздействия.

Смена восприятия создает новую картину мира за счет того, что мы теперь видим в том же реальном мире другие ключевые точки. Физически мир остается таким же, однако значимость тех или иных ценностей меняется. Если Запад, например, ориентирован на индивидуальные ценности, то Восток — на коллективные.

Полюс неправильного поведения возглавляет Враг. Он хитер и коварен, поэтому его происки можно увидеть везде. Очень чувствительны к проникновению «чужого» и религии. Люди могут приветствовать чужую массовую культуру, но религия, например ислам, пытается ее остановить, как это имеет место в Иране.

Военные уделяют большое внимание управлению восприятием противника, поскольку это ведет к неадекватному пониманию им ситуации. Самым ярким примером такого рода являются «зеленые человечки» в Крыму, существование которых повлияло на принятие решений как в Украине, так и за рубежом, поскольку они давали возможность сомневающимся не реагировать.

Э. Тоффлер предложил шесть вариантов управления восприятием, используемых со времен Первой мировой войны [10]:

- обвинения в зверствах, как правило, в случае войны это касается мирного населения (стариков, женщин и детей);
- гиперболизация;
- демонизация и дегуманизация, например, их следует сравнивать с Гитлером или Пол Потом;
- поляризация, когда мы действуем как герои, а они как злодеи;
- опора на высшие силы;
- метапропаганда, то есть демонстрация того, что их месседжи лживы, а наши правдивы.

Как видим, надо не просто иметь своего собственного Врага, но необходимо еще

сделать из него исчадие ада. Для социосистем наличие врага означает как единение между людьми, так и подчинение своему лидеру. А это означает, что хоть система теряет свои демократические механизмы, она становится более сильной по отношению к внешнему врагу. Теорема неполноты Геделя интерпретируется как невозможность понимания системы изнутри нее. Враг как раз и дает внешний взгляд на систему.

Г. Халл акцентирует определенную опасность для демократии и со стороны социальных сетей. Он пишет: «Они не только создают свои собственные информационные пузыри, они предлагают выгодную среду для тех, кто хочет увеличить поляризацию. Сообщества разделяют и создают социальные реальности, социальные медиа рискуют породить социальные реальности, по которым различающиеся группы могут не соглашаться не только в том, что делать, но и в том, какова сама реальность» [11].

Как видим, нынче мы оказались в ситуации не описания, а создания реальности, то есть это снова смена картины мира. Есть ситуации (типа выборов), когда конфликт между разными картинами мира усиливается. Кстати, это же мы видели во время двух Майданов, когда поляризация общества принимала достаточно серьезный вид, что даже привело во втором Майдане к применению оружия.

При этом военные расставляют для противника определенные сети, чтобы «помочь» ему сделать ошибку. Основными из них являются такие [12-13]:

- **наживка, приманка:** противник видит выгодное для него положение, которое на самом деле окажется выгодным для атакующих;
- **повтор:** неопасные действия повторяются, чтобы отвлечь противника от опасных действий, разница с первым вариантом состоит в том, что в первом случае противник делал какой-то шаг, а в этом он должен удержаться от шагов;
- **неумышленная ошибка:** противник должен поверить, что ценная информация попала к нему по ошибке;
- **очевидное решение:** предоставляется обманная информация в поддержку очевидного решения, чтобы скрыть реальное решение;
- **неудача:** как и в случае неумышленной ошибки, противник не может приписать неудачу чужим действиям.

Интересно предлагается посмотреть и на информацию: в контексте информационной войны информация может быть или оружием, или целью [14]. И еще: соперник, получив информацию, должен сделать в результате выбор, который будет выгоден для атакующего. То есть ему подсовывают модель мира, выгодную для одной стороны и невыгодную для другой.

Давайте также не забывать, что в случае выборов, особенно президентских, идет столкновение картин мира, предлагаемых каждым из кандидатов. Эти картины мира описывают ситуацию в стране каждая со своих позиций, которые часто противоречат друг другу. Мы принимаем ту картину мира, которая больше соответствует нашей.

Дж. Бойд говорил о ментальной изоляции противника путем предъявления ему неоднозначных, обманных и новых ситуаций [15]. Сюда же относится и фактор увеличения скорости появления ситуаций. Все это направлено на то, чтобы помешать противнику принять правильное решение.

Достаточно четкую классификацию манипуляций предложили двое американских ученых [16]. Они выделяют две категории обмана: показ неправды и сокрытие правды. При этом они ссылаются на Хэрриса, предложившего в своей работе еще 1973 года понятие «контробмана» [17]. Сама его работа была посвящена использованию стратегического обмана в XX столетии. При этом он подчеркивает важность личности того, кто принимает решения, ведь он может быть способен или не способен к стратегированию. О последнем мы часто вообще не думаем.

В принципе, военные пришли к достаточно разработанному пониманию, что такое обман противника и как этого добиться. И это результат работы уже не первого поколения специалистов.

Мы можем подтвердить наличие такой сложной системы, например, следующими наблюдениями: «Целью может быть вовсе не «враг». Враги, противники, нейтральные участники, даже дружеские участники могут быть важными целями обмана, хотя вычисление рисков против преимуществ при рассмотрении введения в заблуждение нейтральных или дружеских участников должно быть проведено очень серьезно. Практик должен также знать каналы для реальных и обманных индикаторов, достигающих цель; как и то, какие имеются каналы для обратной связи, чтобы оценить эффективность обманных операций. Практик должен предпринимать любые усилия, соответствующие ограничениям во времени и в ресурсах, чтобы получить всеобъемлющее понимание цели» [18].

Здесь использование манипуляций распространяется уже не только на врага, но и на дружеские и нейтральные элементы, что делает процесс влияния более сложным и многослойным.

Все в мире реально выстроено на влиянии. В прошлом человечество чаще обращалось к оружию, чтобы доказать свою правоту. Сегодня в его руках есть будто бы абсолютно нейтральное информационное и виртуальное оружие. Под последним мы понимаем массовую культуру, в первую очередь телесериалы, которые сегодня вместо книг формируют модели мира целых поколений.

Институт интернета Оксфордского университета обобщил использование соцсетей для введения в заблуждение. В исследовании они ввели дополнительное понятие валентности, под которым понималась привлекательность или отрицательность сообщения или события. Они пишут: «Известной техникой манипуляции в соцмедиа является использование онлайн-комментаторов, которые активно вступают в разговоры и дебаты с настоящими пользователями соцмедиа. Их активность охватывает множество онлайн-платформ, включая традиционные веб-форумы, блоги, новостные сайты и платформы соцмедиа, где они используют разнообразные стратегии валентности, разговаривая с реальными пользователями. Мы нашли доказательства того, что правительственные и партийные организации, используя онлайн-коммуникаторов, формируют дискуссии в интернете и на социальных платформах тремя путями: 1) распространением проправительственной и пропартийной пропаганды, 2) атаками оппозиции и ведением дискредитирующих кампаний, 3) нейтральными стратегиями, включающими увод обсуждения или критики от важных проблем или проверки фактажа информации. Еще одной стратегией, обнаруженной

нами, было использование троллей, которые нацеливались на конкретных индивидов, сообщества и организации с помощью языка ненависти и разных форм онлайн-преследования» [19].

Как видно, эта форма влияния достаточно распространена и относится не только к выборам. Просто в случае российского информационного вмешательства в американские президентские выборы сошлись как бы иные факторы, которые привлекли особое внимание. К ним можно отнести следующие:

- это было иностранное вмешательство извне,
- это стало частью внутривнутриполитической борьбы в США,
- это было как бы «невидимым» использованием соцмедиа, которое вдруг превратило Facebook из домашнего животного в дикого зверя.

Парламентский комитет в Великобритании в связи со скандалом с Facebook и Cambridge Analytica приходит к следующим выводам [20]:

- сайты соцмедиа должны нести ответственность за «вредный» контент,
- правила политических кампаний должны соответствовать цифровой эпохе,
- технологические компании должны платить налог на образование и регуляцию,
- социальные сети должны подвергаться аудиту, в том числе применяемые ими алгоритмы.

То есть законодатели «проснулись» и увидели серьезные последствия технологического развития для весьма чувствительной для любой страны сферы: выборы и референдумы.

Комиссия также требует раскрывать спонсоров онлайн-политической рекламы или платных коммуникаций [21]. Этого же потребовал и Конгресс США.

После резкого падения стоимости акций Twitter и Facebook, вызванного скандалами и штрафами, также меняется представление о бизнесе соцплатформ. Вот мнение финансового аналитика: «Twitter и Facebook должны до некоторой степени изменить свои бизнес-модели. [...] Они должны привести в порядок свои платформы, а не просто заниматься сбором рекламных денег» [22].

Анализ британской парламентской комиссии заслуживает самого пристального внимания и уважения. Он очень детален [23-27]. И это всего лишь предварительные итоги, где удалось расставить правильные акценты.

Приведем фразу из одного экспертного заключения этой комиссии, принадлежащего доктору П. Берналу: «Часть проблемы состоит в том, что фейковые новости «работают» — им часто верят, и они могут усиливать имеющиеся взгляды. Это, вероятно, единственная реальная причина того, почему политики их используют, мейнстримные медиа преследуют, а интернет распространяет. Есть возрастающий объем эмпирических доказательств из исследований, проведенных в США и Великобритании. Фейковая новостная история может быть сделана с меньшим числом «дыр в сюжете». Она будет соответствовать ожиданиям, созданным существующими фейковыми нарративами. Если вы уже верите, что иммигранты диспропорционально задействованы в преступности, вы готовы поверить в новость, что конкретный иммигрант совершил преступление, даже если это полностью выдуманная история».

В мир пришли новые методы манипуляции, связанные с новыми технологиями. Но скрытых процессов влияния гораздо больше, чем нам кажется. И они достаточно сильны. Это в первую очередь бизнес, который всеми силами защищает выпускаемые им продукты, представляющие угрозу для жизни людей. Это и политика, которая акцентирует нужные ей аспекты, уводя от насущных проблем. Это и военные со своим кибероружием, тоже готовым к применению.

Правда, с ним тоже существует множество сложностей. Как пишет в своей книге «Идеальное оружие» Д. Зенгер: «Оружие остается невидимым, атаки отрицаются, результаты точно не известны. Естественно, руководители разведки и их военные коллеги отказываются обсуждать силу американских кибер-возможностей, боясь уменьшить небольшое преимущество, которое страна имеет перед своими противниками. В результате Соединенные Штаты используют это невероятно сильное новое оружие в основном тайно, от случая к случаю, пока мы полностью не поймем его последствия» [28]. А М. Белем вообще считает, что мы уже живем в первой мировой кибервойне, просто не замечая этого [29].

Пропаганда также активно реализуется с помощью кибератак. Как считают специалисты по кибервойне: «Пропаганда, не являясь явной кибератакой, может включать киберэлементы, чтобы усилить распространение и влияние месседжа. На раннем этапе конфликта в Украине социальные медиа стали основным каналом коммуникации для протестующих и международных наблюдателей, а Россия использовала раздел «комментариев» на новостных сайтах, чтобы продвигать пророссийский диалог на внутренних и иностранных вебсайтах. В более прямом подходе [...], имевшим место во время американских президентских выборов 2016, Россия соединяла интенсивную пропагандистскую кампанию с кибератаками на Демократический национальный комитет с последующим обнаружением дискредитирующих эмейлов с помощью WikiLeaks, пытаясь повлиять на результаты» [30].

Интернет дал миру новый мощный инструментальный воздействия. Причем воздействия скрытого, которое становится известным не сразу. По крайней мере, пользователь его вообще не ощущает и движется по следу расставленных для него указателей движения. Профессионал всегда побеждает любителя, которым является пользователь.

Литература

1. О вере россиян в глобальный заговор // www.ng.ru/editorial/2018-07-12/100_7264_editorial.html.
2. Modeling religion project // mindandculture.org/projects/modeling-social-systems/modeling-religion-project/.
3. Gore J. a.o. Forecasting Changes in Religiosity and Existential Security with an Agent-based Model // mindandculture.org/wordpress6/wp-content/uploads/2018/05/GoreLemosShultsWildman2018-Forecasting-Changes-in-Religiosity-and-Existential-Security-with-an-Agent-Based-Model.pdf.
4. Shults F. L. a.o. Modelling terror management theory: computer simulations of the impact of mortality salience on religiosity // Religion, faith and behavior. - 2018. Vol. 8. - I. 1.
5. Wood C. Simulating religion // www.patheos.com/blogs/scienceonreligion/2015/09/simulating-religion/#more-1743.

6. Wood C. How can computer models help us understand religion? // www.huffingtonpost.com/connor-wood/how-can-computer-models-h_b_9358258.html.
7. Wood C. If We Study Religion, Can We Actually Learn About It? Yes — Using Social Simulation // www.huffingtonpost.com/connor-wood/if-we-study-religion-can-we-learn-about-it_b_9244478.html.
8. Wood C. How to Grow a Virtual Religious Society // www.huffingtonpost.com/connor-wood/how-to-grow-a-virtual-religious-society_b_9637790.html.
9. Gallarotti G.M. Smart Power: Definitions, Importance, and Effectiveness // www.researchgate.net/publication/316552406_Smart_Power_Definitions_Importance_and_Effectiveness.
10. Six tools for perception management // changingminds.org/techniques/propaganda/six_tools_perception_management.htm.
11. Hull G. Why social media may not be so good for democracy // theconversation.com/why-social-media-may-not-be-so-good-for-democracy-86285.
12. Kopp C. Classical Deception Techniques and Perception Management vs. the Four Strategies of Information Warfare // www.ausairpower.net/PDF-A/Deception-IWC6-05-Slides.pdf.
13. Kopp C. Classical Deception Techniques and Perception Management vs. the Four Strategies of Information Warfare // citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.60.3599&rep=rep1&type=pdf.
14. Brumley L.N. a.o. Cutting Through the Tangled Web: An Information-Theoretic Perspective on Information Warfare // www.ausairpower.net/APA-2012-02.html.
15. Boyd J. The strategic game // www.danford.net/boyd/strategic.pdf.
16. Bell J.D. a.o. Cheating and Deception. - New Brunswick etc., 2009.
17. Harris W.R. On countering strategic deception // documents.theblackvault.com/documents/defenseissues/OnCounteringStrategicDeception.pdf.
18. Monroe J.D. Deception: theory and practice // www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a563489.pdf.
19. Bradshaw S. a.o. Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation // comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf.
20. Fake news a democratic crisis, MPs warn // www.bbc.com/news/technology-44967650.
21. Kirkpatrick D.K. Facebook Is Failing to Aid Inquiry Into 'Fake News,' British Lawmakers Say // www.nytimes.com/2018/07/28/world/europe/uk-facebook-fake-news.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
22. Fiegerman S. Facebook and Twitter face uncertain road ahead // money.cnn.com/2018/07/27/technology/facebook-twitter-plunge/index.html.
23. Make tech companies liable for use of «harmful and misleading material» on their sites // www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/digital-culture-media-and-sport-committee/news/fake-news-report-published/.
24. Disinformation and 'fake news': Interim Report Fifth Report of Session 2017–19 // publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmums/363/363.pdf.
25. Disinformation and 'fake news' // www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/digital-culture-media-and-sport-committee/inquiries/parliament-2017/fake-news-17-19/.
26. Written evidence submitted by Dr Paul Bernal // data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/digital-culture-media-and-sport-committee/fake-news/written/85595.html.
27. Further Supplementary written evidence submitted by Rebecca Stimson // data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/digital-culture-media-and-sport-committee/fake-news/written/85592.html.
28. Sanger D.E. The age of cyberwar is here. We can't keep citizens out of the debate // www.theguardian.com/commentisfree/2018/jul/28/cyberwar-age-citizens-need-to-have-a-say.
29. Belam M. We're living through the first world cyberwar – but just haven't called it that // www.theguardian.com/commentisfree/2016/dec/30/first-world-cyberwar-historians.
30. Kostyuk N. a.o. Determinants of the Cyber Escalation Ladder // *The Cyber Defense Review*. - 2018. - Vol. 3. - N 1.

A large, white, stylized number '9' is centered on a black background. The number is composed of a thick white outline. Inside the circular part of the '9', the text 'Глава девятая' is written in a white, sans-serif font.

Глава девятая

ФЕЙКИ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ: В ЧЕМ ИХ СИЛА

Возможна ли борьба с фейками и дезинформацией? Она очень затруднена тем, что это реагирование не разума, а психологических особенностей человека, присущих ему с детства.

Если мы разделим фейки и дезинформацию по их происхождению, то фейки являются результатом индивидуального производства, а дезинформация — институционального. В одном случае это человек, который может и ошибаться, поскольку в голове у него нет умысла обмануть кого-то. В случае дезинформации исходным источником может быть структура, которая старательно скрывает свой характер. Ее действия направлены на то, чтобы ввести в заблуждение.

Однако и те, и другие принадлежат к инструментам манипуляций. В случае вмешательства в американские выборы дезинформация реализовалась в виде множественной дисперсной коммуникации, становясь на выходе фейками. Но дезинформация может реализоваться и другими способами: стать статьей в газете, выступлением министра, документальным кинофильмом, к которым потом привлекут искусственное внимание, чтобы расширить круг получателей информации.

Фейки и дезинформацию разделяет сознательный обман дезинформации и случайный фейка. Дезинформацию могут готовить институты, например, разведки. Так было в Индии, где, что из советского посольства, что из британского шли статьи, которые печатались в местных газетах. Их потом можно было перепечатывать, ссылаясь на первоисточник, который на самом деле им не был.

Кстати, наши старые знакомые — анекдоты и слухи также могут иметь индустриальное происхождение. Так, например, слухи в свое время породило ведомство Андропова, расчищая ему путь к креслу генсека. Например, об одном из претендентов пишут так: «Романова Андропов нейтрализовал самым банальным образом. Был запущен слух о том, что свадьба младшей дочери Романова проходила с «императорской» роскошью в Таврическом дворце, для чего была взята посуда из запасников Эрмитажа. И хотя свадьба была в 1974 году, вспомнили о ней почему-то в 1976-м. В итоге карьера Романова была застопорена» [1].

Андропов понимал силу анекдота, поскольку для него были реальными в первую очередь антисоветские анекдоты, которые, по его мнению, наверное, приходили с Запада. И такие анекдоты о других его явно радовали. Владимир Крючков вспоминал: «За всю жизнь я от Андропова не слышал ни одного анекдота. Он любил слушать анекдоты, но не плоские, не оскорбительные. Оскорбительных он не воспринимал. А здоровые шутки любил. Бывало, так сказать, за чаем рассказывали ему анекдоты и про Хрущева, и про Косыгина, и про Брежнева. И он даже очень острые, если они не содержали злопыхательств, приветствовал. Искренне смеялся» [2].

Все это было так давно, что кажется неправдой. Современные технологии совершили невозможное: они соединили массовость доставки с индивидуальностью получателя. В прошлом мы имели либо массовость доставки, либо индивидуальность получателя. Примером первого типа является печатная газета, которую в неизменном виде получали все, второго — письмо для одного человека. Однако у письма был индивидуальный автор, у сегодняшних фейковых сообщений автор тоже массовый, хотя получатель индивидуальный. Таков парадокс, который обеспечили технологии, когда ворвались в американские президентские выборы. Правда, во французские тоже, но там перед вторым туром фейковые аккаунты были уничтожены.

Руководитель британского парламентского комитета, исследовавшего фейки, Дэмиан Коллинз говорит: «Технологии быстро изменяют мир. Мы должны удерживать его и защитить демократию» [3]. Об американских президентских выборах он говорит, что «такие фейковые истории плохи в любое время, но они могут принести больше вреда во время избирательных кампаний. Люди всех возрастов все более и более получают свою информацию из социальных медиа. Вместо того, чтобы читать газету или вебсайт, слушать радио или смотреть телевидение, они получают ее кусочками, распространяемыми в онлайн, включая рекламу» (см. материалы расследования британского парламента [4-6], а также о российском вмешательстве в Брекзит) [7].

Российское информационное вмешательство в американские выборы имело целью увеличение поляризации общества и увеличение ощущения хаоса. Именно так считают аналитики, поскольку информационно «подпитывались» конкурирующие группы, а не одна из них. Обе они должны были активироваться, вступать в дискуссии, а в ряде случаев вообще выходить на улицу друг против друга.

Почему этот подход действует именно на республиканцев? Их модель мира не терпит изменений, поэтому хаос так плох для них [8-9]. В их модели мира присутствует неравенство. Дж. Лакофф давно изучает модель мира республиканцев, видя в ней следующую иерархию: Бог выше Человека, Человек выше Природы, Дисциплинированный (Сильный) выше Недисциплинированного (Слабого), Богатые выше Бедных, Работодатели выше Работающих, Взрослые выше Детей, Западная культура выше любых других культур, Америка выше других стран, Мужчины выше Женщин, Белые выше Небелых, Христиане выше Нехристиан, Нормальные выше Геев [10-11].

Понятно, что эта модель в современном мире трещит по всем швам. И для ее спасения и был избран Трамп. В свое время Лакофф писал, что у консерваторов в голове модель Строгого отца, который может наказывать непослушных детей. По этой причине с их точки зрения США могут наказывать «неправильные» страны. У демократов в голове модель Воспитывающего отца, где не может быть наказания.

В принципе демократы и республиканцы имеют разные моральные основания [12]. По этой причине чтобы получить одобрение той или другой стороны нужно проблему форматировать под их представления. Например, чтобы убедить тех республиканцев, кто отрицает изменение климата, с ними надо говорить не о климате, а о загрязнении воздуха, поскольку для них важна чистота.

Или другой пример. Даже когда консерваторы и либералы имеют те же моральные идеалы, у них разная их приоритетность. Либералы будут оценивать выше справедливость, а консерваторы — традицию и авторитет [13]. Речь идет о такой черте, как открытость: «Люди, открытые опыту, любят новизну, вариативность, разнообразие, новые идеи, путешествия. Люди, не имеющие этой характеристики, любят все знакомое, что безопасно и заслуживает доверия» [14].

Консерваторы также больше верят алармистским политическим сообщениям, чем либералы, которые могут вообще не обратить на них внимания [15]. То есть условный рассказ о будущих ужасах придется по душе консерваторам, а не либералам. Соответственно, консерваторы больше поверят фейковым новостям, особенно если они будут касаться подобного негатива [16].

Интересно, что сейчас больше всех тратит на политическую рекламу в Facebook именно сам президент Трамп [17]. Это происходит сегодня, когда введены ограничения, согласно которым политическую рекламу может размещать либо гражданин США, либо постоянно проживающий в стране человек.

Facebook и сегодня обнаруживает фиктивные аккаунты. Он нашел 8 страниц Facebook, 17 профилей и 7 аккаунтов в Instagram, созданных между мартом 2017 и маем 2018 [18-19]. Сквозь них было пропущено 150 рекламных сообщений, а 290 тысяч аккаунтов стали фолловерами одной из подозрительных страниц. Связи с Россией обнаружено не было.

Возможна ли борьба с фейками и дезинформацией? Она очень затруднена тем, что это реагирование не разума, а психологических особенностей человека, не приобретенных в результате обучения, а присущих ему с детства. Обучение распознаванию фейков выстраивается как раз на рациональной составляющей, а она здесь работает слабо.

В подтверждение этого можно привести вывод из еще одного исследования: «Большой объем эмпирических доказательств утверждает, что в сравнении с либералами консерваторы больше реагируют и более настроены на негативные стимулы, модели, согласующиеся с их тенденцией отстаивать политические решения, защищающие от угроз и беспорядка, реального или представляемого. Либералы не замечают, не реагируют, не уделяют внимания до такой же степени негативным стимулам. Эта модель совпадает с их желанием продвигать политические решения, которые могут вести общество к опыту новых подходов к жизни и управлению, но которые также могут сделать общество более уязвимым к угрозам и беспорядку. Относительные преимущества одной идеологии или другой зависят от обстоятельств. Если угроза во внешней политике становится реальной, то консервативный ответ будет ценным; если она не реальна, то либеральный подход будет лучше позиционирован для использования возможностей, которых нет у консервативного подхода» [20-22]. При этом эти два лагеря разделяет целая условная стена, поскольку у каждого есть свои списки важных книг и фильмов, даже фэнтези (вот, например, списки республиканцев [23-30]).

То есть сила фейков и дезинформаций отнюдь не в них самих, она в психологии конкретных типов людей. И превратить человека из консерватора в либерала

невозможно. Таким он является с детства, боится он разнообразия или любит его. А технологии просто облегчили доставку конкретного «триггера» тому или иному психологическому типу человека, сделав это в один момент и массово.

Мы живем в мире завтрашнего дня, даже не зная об этом. Поэтому те или иные проявления его технологий кажутся нам удивительными и странными. Как если бы люди прошлого вдруг оказались в будущем. Представьте, что индейцев с пирогами перенесли в современное метро. По этой причине все преимущества и беды выстраиваемого технологического нового нам еще предстоит узнать.

Литература

1. Швед В. Византийские интриги в Кремле // www.stoletie.ru/versia/vizantijskije_intrigi_v_sovetskom_kremle_909.htm.
2. Добрюха В. Неизвестный Андропов. Часть первая // iz.ru/news/349793.
3. Collins D. Google, Facebook and Twitter have rapidly become Wild West online and it's endangering democracy // www.dailymail.co.uk/news/article-6003183/DAMIAN-COLLINS-Google-Facebook-Twitter-rapidly-Wild-West.html.
4. Disinformation and 'fake news': Interim Report // publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/363/363.pdf.
5. Make tech companies liable for use of «harmful and misleading material» on their sites // www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/digital-culture-media-and-sport-committee/news/fake-news-report-published/.
6. 5 recommendations to tackle disinformation and fake news // social.shorthand.com/CommonsCMS/ugT-pXcp4JAt/5-recommendations-to-tackle-disinformation-and-fake-news.
7. Narayanan V. a.o. Russian Involvement and Junk News during Brexit // comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2017/12/Russia-and-Brexit-v27.pdf.
8. Jost J.T. a.o. Political Conservatism as Motivated Social Cognition // *Psychological Bulletin*. - 2003. Vol. 129. - N 3.
9. Singal J. How Social Science Might Be Misunderstanding Conservatives // nymag.com/daily/intelligencer/2018/07/how-social-science-might-be-misunderstanding-conservatives.html.
10. Abadi M. Democrats and Republicans speak different languages — and it helps explain why we're so divided // www.businessinsider.com/political-language-rhetoric-framing-messaging-lakoff-luntz-2017-8.
11. Kelly M.R. George Lakoff on the Conservative Moral Hierarchy // www.markkelly.com/Blog/2017/07/14/george-lakoff-on-the-conservative-moral-hierarchy/.
12. Rathje S. The power of framing: It's not what you say, it's how you say it // www.theguardian.com/science/head-quarters/2017/jul/20/the-power-of-framing-its-not-what-you-say-its-how-you-say-it.
13. Gjersoe N. Negativity bias: why conservatives are more swayed by threats than liberals // www.theguardian.com/science/head-quarters/2017/may/26/negativity-bias-why-conservatives-are-more-swayed-by-threats-than-liberals.
14. Haidt J. The moral roots of liberals and conservatives // www.ted.com/talks/jonathan_haidt_on_the_moral_mind/transcript.
15. Fessler D.M.T. Political Orientation Predicts Credulity Regarding Putative Hazards // *Psychological Science*. - 2017. - Vol. 28. - N 5.
16. Sydell L. We Tracked Down A Fake-News Creator In The Suburbs. Here's What We Learned // www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/11/23/503146770/npr-finds-the-head-of-a-covert-fake-news-operation-in-the-suburbs.
17. Frenkel S. The Biggest Spender of Political Ads on Facebook? President Trump // www.nytimes.com/2018/07/17/technology/political-ads-facebook-trump.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.

18. Fandos N. a.o. Facebook Has Identified Ongoing Political Influence Campaign // www.nytimes.com/2018/07/17/technology/political-ads-facebook-trump.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
19. Facebook bans pages aimed at US election interference // www.bbc.com/news/technology-45018516.
20. Hibbing J.R. a.o. Differences in negativity bias underlie variations in political ideology. - Behavioral and brain sciences. - 2014. - Vol. 37. - I. 3.
21. Thorisdottir H. Psychological needs and values underlying left-right political orientation: cross-national evidence from Eastern and Western Europe // Public Opinion Quarterly. - 2007. - Vol. 71. - N 2.
22. Uscinski J.E. a.o. What Drives Conspiratorial Beliefs? The Role of Informational Cues and Predispositions // www.as.miami.edu/personal/cklofstad/27_consp_info_cues_PRQ.pdf.
23. D'Souza D. 27 books every conservative should read // www.dineshsouza.com/news/a-conservative-reading-list/.
24. Wyler G. a.o. The 13 Books That Every Young Conservative Must Read // www.businessinsider.com/top-conservative-books-2013-3.
25. Books every conservative should read // www.yaf.org/publications/books-every-conservative-should-read/.
26. Ben Shapiro's Top 5 Books Every Conservative Must Read // www.conservativebookclub.com/24680/author-interviews/ben-shapiros-top-5-books-every-conservative-must-read.
27. Kirk R. Ten conservative books // www.heritage.org/political-process/report/ten-conservative-books.
28. Conroy C. Important Books Every Young Conservative Should Read // theswamp.media/important-books-every-young-conservative-should-read.
29. Goldman S. 10 Sci Fi and Fantasy Works Every Conservative Should Read // www.theamericanconservative.com/2013/02/22/10-sci-fi-and-fantasy-works-every-conservative-should-read/.
30. Heer J. Conservatives Are Rewriting Star Wars as a Battle Against Terrorism // newrepublic.com/article/125866/conservatives-rewriting-star-wars-battle-terrorism.

МЫ НАШ, МЫ НОВЫЙ ФЕЙК ПОСТРОИМ

Фейк отражает в себе искривленную карту ментальности человека. Фейк косвенно и прямо выражает то, чего человек хочет или боится, поскольку он построен на наших скрытых мотивациях, которые в фейке начинают материализоваться.

Мир сложен, непредсказуем и хаотичен. В ответ наш разум, соединяя несоединимое, строит свое понимание происходящего, убивая хаос и бессвязность мира. Это делают конспирология, фейки, дезинформация. Кстати, как учат специалисты, в дезинформации обязательно присутствие правды, а не одной только лжи. Ложь с правдой составляет убийственную смесь. Всегда можно сослаться на правдивую часть в доказательство достоверности всего сообщения, которое на самом деле создано ради продвижения конкретной лжи.

Мы живем не в мире чистой правды, а между полюсами правды и неправды. В сети циркулирует масса информации, у которой есть условный спонсор, продвигающий ее. Традиционные медиа вносили в коллективный разум один

и тот же набор событий для всех. Они делают это не столько чтобы познакомить нас с событиями, сколько ради внесения интерпретаций, стоящих за каждым из сообщений. В результате этого образовывалась единая модель мира у всех, что наиболее сильно характерно для тоталитарных и авторитарных государств. Вспомним, что в советское время мы читали одни газеты, гонялись за теми же книгами, смотрели те же фильмы. И спичрайтеры Леонида Брежнева были недалеко от истины, вкладывая в его уста фразу о едином советском народе, ведь мы жили в абсолютно едином событийном поле. «Иронию судьбы» можно было снимать не только на тему однотипной архитектуры, но и одинакового мышления и памяти.

Также и медиа внесли свой вклад в порождение фейков, исходя из своей модели информирования. Уже сам отбор сообщения, которое делается публичным, оставляет за его пределами миллионы других, которые не стали известными. Знают только то, что тиражируется. Точно так формируется не только настоящее, но и прошлое, из которого под тиражирование подпадает очень ограниченный круг событий и героев.

Сегодня у нас появилось дополнительное ограничение в виде отсутствия внимания у потребителя информации, которого перестало хватать на все. Огромные потоки информации не имеют смысла, если к ним нет внимания. Но внимание, как правило и в первую очередь, захватывают неправдивые сообщения. Они чаще всего говорят о негативе, а внимание к негативной информации биологично, оно пришло из прошлого человечества, когда более важной была негативная информация, а не позитивная. А может, вообще вся информация была только негативной, поскольку была ориентированной на опасности, окружавшие со всех сторон.

Сегодня наше внимание может быть направлено не только на негатив, поскольку мир перестал быть столь опасным для человека. Его выживание перестало быть единственной целью. Но внимания все равно не хватает на все.

Юваль Харари говорит о влиянии внимания: «Идея бесплатной информации сверхопасна, когда она касается индустрии новостей. Если там так много бесплатной информации, как получить внимание людей? Все превращается в товар. Сегодня есть побуждение получать внимание, а затем продавать его рекламщикам, политикам и т. д., создавая все больше и больше сенсационных историй вне зависимости от правды или релевантности. Некоторые из фейковых новостей пришли из манипуляций российских хакеров, но большинство из них просто являются порождением неверной системы побуждений. Нет наказания за создание сенсационной истории, которая оказалась неправдой. Мы согласны платить за высокое качество еды, одежды, машин, но почему не за информацию высокого качества?» [1].

И его мнение по поводу информационных вторжений: «Фейковые новости были всегда, но сегодня ситуация иная, поскольку вы можете подгонять историю под конкретных индивидов, так как вы знаете предубеждения этих конкретных индивидов. Чем больше людей верят в свободу выбора, в то, что их чувства имеют какую-то мистическую духовную сущность, тем легче ими манипулировать, поскольку они не думают о том, что их чувства производились и манипулировались какой-то внешней системой».

Фейки достраивают мир по образу и подобию человека. Пропаганда работала с одним набором событий, точно так поступают и фейки, только уже с позиции не страны, а человека, точнее, группы одинаково мыслящих людей. И их правда в виде фейка начинает циркулировать в их кругу.

Сегодня мы верим источнику информации точно так, как раньше во времена печатной прессы. Только теперь правдивым источником будет знакомый, единомышленник, друг или товарищ. Информация плюс доверенный источник и задают информационное поле человека. Он не сам его формирует, за каждой информацией тянется цепочка, ведущая к источнику.

Получается, что фейки сегодня пытаются многообразие вновь заменить единообразием, вводя интерпретации, которые возвращают миру стройный вид. Он становится понятным, правда, если не касаться того, правильные это интерпретации или нет. Однако фейки — это в первую очередь результат негативного взгляда на мир, поэтому они вступают в конфликт с государствами, которые распространяют позитивно ориентированную информацию.

Слухи и фейки растут на одном дереве, они проистекают из того, что массовое сознание знает все, даже заранее. Именно поэтому удалось произвести российские информационные интервенции, поскольку модель мира индивидов является заранее прописанной.

Сегодняшний всеобъемлющий статус фейка передает то, что Ньюзеум в Вашингтоне выпустил в продажу даже майки с надписью Fake News [2-3]. Правда, потом, видимо, исходя из журналистской этики, отозвал их из продажи.

Фейк не является самостоятельным. Он отражает желания и чаяния массового сознания. Оно ненавидит прошлое и боится настоящего. Оно ищет смысл в мире, в котором его нет.

Российские фейки американской избирательной кампании работали на разделение электората на два враждующих лагеря. Интересно, что этот подход лежал и в основе работы американского штаба, поскольку избирателя пугало наступление хаоса.

Идея работы на разделение электората в президентской кампании Трампа принадлежала Бэннону. Ее назвали современной гражданской войной — войной Бэннона, как пишет автор нашумевшей книги о Трампе Вулфф [4]. Консервативный избиратель не любит новизны, придерживаясь традиций. Утрируя, можно сказать, что его взор обращен в прошлое как лучшее из всех времен.

По сути, как таких же традиционалистов мы можем рассматривать и СССР, поскольку все социально-гуманитарное ориентировалось на прошлое — революцию 1917 года, победу в войне 1945-го. Только физико-математическим наукам разрешалось быть инновационными, поскольку от них зависела оборона. Тем самым мы имели определенное искривление развития, заторможенное в одном месте и инновационное в другом.

Литература и искусство должны были подчиняться строгим канонам соцреализма, где суть конфликта была в борьбе хорошего с еще лучшим. Редкие

варианты отступления от этого канона смотрелись, слушались, читались на одном дыхании, поскольку за ними виднелась правда.

Дмитрий Быков напоминает слова Пастернака о Пятой симфонии Шостаковича: «Вот ведь удивительно: все назвал своими именами, и ничего ему не было». Ну, так ведь музыка — она на то и музыка, что к ней не прикопаешься, хотя Шостакович, как мы знаем, пострадал за нее все равно. Известен подзаголовок Пятой симфонии: «Ответ советского художника на справедливую партийную критику». Это издевательский подзаголовок, но абсолютно точный. Отсюда этот триумфальный похоронный марш в финале [5].

При этом нельзя сказать, что сегодняшняя Россия не понимает, что движется не в ту сторону. Россия тщательно анализирует ту свою роль в мире, например, как видит ее США [6-7]. Но точно так эту конфликтующую с миром роль, которую приняла на себя Россия, видит и Запад [8].

Причем накал страстей не спадает и в настоящий момент, поскольку находятся не только новые подробности старых интервенций, но и появляются новые [9-11]. Это и скандал с Марией Бутиной, которая также работала как агент влияния в США [12-21]. Все это укладывается в единую схему активных мероприятий России за рубежом. Звучали даже обвинения в попытке переворота в Македонии [22-23].

Конечно, на этом фоне будет всюду развиваться самая разная конспирология, так как вдруг она становится реальностью. И никакие попытки Facebook глушить конспирологическую тематику у себя уже не помогут [24-25].

Мир не стоит на месте. Возможности технологий, ушедшие далеко вперед, побуждают его ускорять свое движение как к хорошему, так и плохому. Технологии будущего принесли опасность в сегодняшний день.

Литература

1. Anthony A. Yuval Noah Harari: 'The idea of free information is extremely dangerous' // www.theguardian.com/culture/2018/aug/05/yuval-noah-harari-free-information-extremely-dangerous-interview-21-lessons.
2. Deb S. Newseum Says It Made a Mistake and Pulls 'Fake News' Shirts // www.nytimes.com/2018/08/03/arts/fake-news-shirt-newseum.html?module=WatchingPortal®ion=c-column-middle-span-region&pgType=Homepage&action=click&mediaId=thumb_square&state=standard&contentPlacement=13&version=internal&contentCollection=www.nytimes.com&contentId=https%3A%2F%2Fwww.nytimes.com%2F2018%2F08%2F03%2Farts%2Ffake-news-shirt-newseum.html&eventName=Watching-article-click.
3. McMillan K. Newseum pulls 'fake news' shirts after outcry from journalists // www.washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2018/08/03/the-newseum-is-selling-fake-news-shirts-journalists-are-not-amused/?utm_term=.a6179c3880e7.
4. Wolff M. Fire and fury. Inside the Trump White House. - New York, 2018. - P. 174.
5. Быков Д. Один // echo.msk.ru/programs/odin/2251172-echo/.
6. Шакиров О. «Российская пропаганда»: в соцсетях, в Восточной Европе, далее везде // russian-council.ru/analytics-and-comments/analytics/-rossiyskaya-propaganda-v-sotssetyakh-v-vostochnoy-evrope-dalee-vezde/.
7. Шариков П. Враг-media. Взаимное формирование образа врага в российско-американских отношениях // russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/vrag-media-vzaimnoe-formirovanie-obraza-vraga-v-rossiysko-am/.

8. Helmus T.C. Russian Social Media Influence Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe // www.rand.org/pubs/testimonies/CT496.html.
9. Dwoskin E. a.o. Several groups banned by Facebook had strong similarities to Twitter accounts linked to Russia six weeks ago // www.washingtonpost.com/technology/2018/08/04/several-groups-banned-by-facebook-had-strong-similarities-twitter-accounts-linked-russia-six-weeks-ago/?utm_term=.8a452c962131.
10. Miroschnichenko A., Samoilenko S.A. 'Trump Bump' and 'Trump Filter Bubble': How the Media's Obsession with Trump May Encourage the Russian Propaganda Machine // www.wilsoncenter.org/blog-post/trump-bump-and-trump-filter-bubble-how-the-medias-obsession-trump-may-encourage-the.
11. Oxford Study: Political Data Mining Companies are Manipulating Elections Around the World // therealnews.com/stories/oxford-study-political-data-mining-companies-are-manipulating-elections-around-the-world.
12. Swaine J. Maria Butina's alleged backer linked to Kremlin-financed bank and Putin associates // www.theguardian.com/world/2018/aug/06/ maria-butina-charged-spying-putin-russia-kremlin.
13. LaFraniere S. Maria Butina, Suspected Secret Agent, Used Sex in Covert Plan, Prosecutors Say // <https://www.nytimes.com/2018/07/18/us/politics/maria-butina-russia-espionage.html>.
14. Prokop A. Maria Butina, explained: the accused Russian spy who tried to sway US politics through the NRA // www.vox.com/2018/7/19/17581354/maria-butina-russia-nra-trump.
15. Longo S. Who is Maria Butina? Right to Bear Arms founder revealed amid US spy claims // www.dailymail.co.uk/news/article-5975915/Who-Maria-Butina-Right-Bear-Arms-founder-revealed-amid-spy-claims.html.
16. Clifton D. a.o. The Very Strange Case of Two Russian Gun Lovers, the NRA, and Donald Trump // www.motherjones.com/politics/2018/03/trump-russia-nra-connection-maria-butina-alexander-torshin-guns/.
17. Swaine J. Maria Butina: ties emerge between NRA, alleged spy and Russian billionaire // www.theguardian.com/us-news/2018/jul/26/maria-butina-nra-svetlana-nikolaeva-konstantin-nikolaev.
18. Rosenberg M. a.o. Beyond the N.R.A.: Maria Butina's Peculiar Bid for Russian Influence // www.nytimes.com/2018/08/04/us/politics/maria-butina-nra-russia-influence.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=first-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
19. Кириленко А. Не просто Мария: как зампред ЦБ Торшин застал помощницу в штаб Трампа и чем он занимался в Таганской ОПГ // theins.ru/politika/110495.
20. Названо имя финансировавшего Марию Бутину российского миллиардера // lenta.ru/news/2018/07/22/kto/.
21. Шимов Я. Следы кремлевской «Маты Хари». Европейские контакты Марии Бутиной // www.svoboda.org/a/29384937.html.
22. Cvetkovska S. Russian businessman behind unrest in Macedonia // www.occrp.org/en/28-ccwatch/cc-watch-indepth/8329-russian-businessman-behind-unrest-in-macedonia.
23. Власти Македонии подозревают российского бизнесмена в финансировании беспорядков в стране // www.znak.com/2018-07-17/vlasti_makedonii_podozrevayut_rossiyskogo_biznesmena_v_finansirovanii_besporyadkov_v_strane.
24. Hern A. Facebook, Apple and Spotify ban Infowars' Alex Jones // www.theguardian.com/technology/2018/aug/06/apple-removes-podcasts-infowars-alex-jones.
25. Hern A. Facebook suspends US conspiracy theorist Alex Jones // www.theguardian.com/technology/2018/jul/27/facebook-suspends-us-conspiracy-theorist-alex-jones.

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ МЕЧТАЕТ СТАТЬ ФЕЙКОМ, А КОНСПИРОЛОГИЯ – ПРАВДОЙ

Конспирология, как и слухи, отражает существование альтернативных информационных потоков, которые конфликтуют с официальными.

Информация занимает все большее значение в нашей жизни, затмевая собой реальность. Сегодня люди могут жить в информационных и виртуальных мирах, не высывая носа наружу, в настоящую реальность. Это связано с тем, что в далеком прошлом все беды и несчастья приходили из физического мира; теперь, когда мир стал более спокоен, все они спрятаны в информационном и виртуальном мирах, куда отправляется за страхами и приключениями современный человек. Ураган во Флориде — ужас! Как любой хороший триллер, он вполне может растянуться на два сезона.

Фейки тоже принесли в мир страхи, поскольку такой тип воздействия может вызвать резонанс в массовом сознании, а негативные сообщения распространяются намного сильнее, чем позитивные. Любой негатив попадает в точку уязвимости человеческого сознания, так как для выживания человека его знание важнее, чем знание позитива. Это особенность пришла к нам из далекого прошлого.

Отсюда появление на первых полосах слов типа фейки, дезинформация, конспирология. Между ними есть определенная взаимосвязь. Дезинформация, создаваемая в институтах разведки, потом может реализовываться, подделываясь под фейки простых граждан, тем самым создавая ощущение народного гнева или радости по поводу тех или иных событий. То есть дезинформация тем самым увеличивает уровень своей достоверности для потребителя. Дезинформация может прийти к нам и под видом конспирологии, которая также способна охватить большое число людей.

Сегодня не так страшны физические угрозы, как угрозы информационные и виртуальные. Виртуальные угрозы реализуются как раз в конспирологии, в которую верит множество людей. Конспирологией переполнена история как прошлого, так и настоящего, ведь множество реальных событий не имеют внятного и понятного толкования. Для США, например, таким событием остается убийство Джона Кеннеди, хотя Дональд Трамп и рассекретил ряд документов того времени. Для СССР список слишком длинный, например, сюда попадет попытка госпереворота Лаврентия Берии, как и сам его арест и суд и десятки других событий [1].

Причем в информационном и виртуальном мирах все общее, каждый способен получить свою часть, ведь их можно копировать до бесконечности. Каждый может посмотреть тот же фильм на Netflix или играть в видеоигру. Физические же богатства принадлежат только тому, кто получил их в собственность. Какой-нибудь замок в физическом мире один, его нельзя тиражировать, иначе это будет уже другой замок.

Близкое состояние есть и в сфере национальной безопасности. Интервенция в президентские выборы или в референдум, которая может изменить результат на противоположный, требует совсем мало затрат для такой «умной агрессии», если воспользоваться делением силы Джозефа Ная на жесткую, мягкую и умную, где последняя становится комбинацией жесткой и мягкой [2].

Вводя понятие «умной агрессии», мы должны учесть, что в ней будет расхождение с возможными целями жесткой агрессии, она будет более растянутой во времени для достижения нужных результатов.

Умная агрессия не столь заметна. Умная агрессия дешева. Умная агрессия хоть и оставляет следы, но они исключительно непрямые. А обвинение по косвенным признакам очень сложно доказывать.

Если физический мир может погибнуть, то информационный и виртуальный вечны. Они, как глиняные горшки далеких цивилизаций, смогут рассказать о себе все.

Умная агрессия может длиться десятилетиями. Она способна принимать любые неожиданные формы. Реализовываться в кино или телесериале, тем самым включая ее элементы в массовое сознание. Ее не будет в учебнике, но массовое сознание живет не учебниками, а как раз телесериалами.

Мы можем рассмотреть одну такую конспирологическую версию. Сотрудник КГБ Голицын заранее писал о перестройке как о фикции или, говоря современными словами, как о фейке [3]. Он говорит о сложности освещения перестройки западными медиа: «Они должны освещать процесс перестройки в коммунистических странах в рамках фрейма, неверно навязанного им как коммунистическими стратегами, которые, естественно, делают все, чтобы получить благоприятное освещение «перестройки» западными медиа, так и западными правительствами, которые ошибочно принимают и поддерживают «перестройку» как процесс, работающий на западные интересы».

Сам он трактует перестройку как второй раунд Великой Октябрьской социалистической революции. О Горбачеве он говорит: «Он ленинист, отобранный и обученный советскими стратегами, чтобы организовать поражение Соединенных Штатов и Запада в целом с помощью фальшивой, контролируемой демократии и показного капитализма».

О внезапно возникших демократах Голицын говорит, что если их поскрести, то они окажутся тайными членами партии или агентами КГБ. А их метод работы называет внезапной провокацией кризиса для достижения конкретных целей, в том числе создания новых возможностей для сотрудничества с врагом. Западная поддержка перестройки, по его мнению, обречена на провал.

Далее он говорит о, как он его называет, фейковом путче. Его целью является неудачная ситуация для союзников СССР в США, смена которой позволит улучшить условия для конвергенции систем. В качестве еще одной цели значится «обучение» возможных потенциальных путчистов, чтобы их действия были обречены на провал. Все это тексты, датируемые 1990-ми годами.

Кстати, сегодня уже известно, что в путче принимал активное участие с двух сторон конфликта председатель КГБ Владимир Крючков, который отменил команду на арест Ельцина.

Голицын считает, что планы СССР находились за пределами воображения западных политиков, которые не могут понять, что теперь советские властители хотят выиграть «демократическим» путем, сохранив своих людей и институты.

Александр Гамов опубликовал ряд интервью со свидетелями тех событий под общим названием «Августовский путч 1991 года: Даже победа ГКЧП не сохранила бы СССР!» [4]. Однако в ответ на этот заголовок можно задать вопрос: а если такой цели и не было? Следует вспомнить никем авторитетно не подтвержденный, но все же циркулирующий так называемый план Андропова, по которому Россия «сбрасывала» страны соцлагеря и советские республики, чтобы малым числом войти в «общий европейский дом», а на следующем этапе его и возглавить.

В 1984 году другой перебежчик из того же ведомства — Юрий Безменов дал интервью Джеймсу Эдварду Гриффину, где рассказал, что КГБ, в принципе, больше занимается долгими процессами, а не убийствами. Против Америки это психологическая война и деморализация [5]. 85% работы составляют «медленные» процессы — активные мероприятия, психологическая война, идеологические диверсии. Только 15% — это традиционный шпионаж.

«Деморализация» может занять от 15 до 20 лет [6-7]. Это необходимо, чтобы воспитать одно поколение студентов во вражеской стране. Всего выделяется четыре этапа [8]:

- деморализация (15–20 лет);
- дестабилизация (от 2 до 5 лет);
- организация кризиса и управление им (от 2 до 6 месяцев) с возможными вариантами дальнейших действий: гражданская война, интервенция;
- «нормализация», в т. ч. ликвидация ключевых организаторов и исполнителей акций, осуществленных на первых трех этапах.

Безменов все время подчеркивает, что он был не сотрудником КГБ, а только информатором. Его судьба складывалась следующим образом: «После завершения моей первой командировки в Индию в 1965 году я был отозван в Москву и сразу же был принят на работу в Агентство печати «Новости» (АПН) — самую большую и самую мощную организацию прикрытия КГБ, занимающуюся пропагандой, шпионажем и идеологической обработкой. Как новичок я работал в «Новостях» в их секретном отделе «политических публикаций» (Главная редакция политических публикаций, ГРПП) под руководством товарища Нормана Бородина. Проработав короткое время, я обнаружил, что около 75% штатных сотрудников в «Новостях» были на самом деле сотрудниками КГБ; остальные 25% были «привлеченными» или внештатными авторами/специалистами по связям с общественностью, работавшими на КГБ, информаторами, как я сам. Другой интересный факт, который я узнал, состоял в том, что никаких «новостей» в «Новостях» не было. Моя основная работа, помимо написания, редактирования и перевода агитационных материалов,

которые подбрасывались в зарубежные СМИ, состояла в сопровождении делегаций гостей «Новостей» — журналистов, редакторов, издателей, писателей, политиков и бизнесменов из иностранных государств в их поездках по СССР или на международных конференциях, проводившихся в Советском Союзе. В действительности я, как независимый журналист, абсолютно ничего не писал и не освещал каких-либо новостей вообще» [9].

Норман Бородин, которого упоминает Безменов, действительно разведчик, полковник. Именно его называют прообразом Штирлица, поскольку он был знаком даже с автором — Юлианом Семеновым [10-11].

Конечно, этих двух перебежчиков могли научить специально так говорить. Но зачем? С другой стороны, куда-то должны были бы пойти миллиарды, которые вывозились из СССР и так и не были найдены [12-17]. Мы можем считать все это милыми сердцу конспирологическими теориями, но миллиарды реально пропали.

Конспирология американская не менее активна. Буквально недавно возникла целая серия статей о движении QAnon [18-23]. Это как бы тайное общество в поддержку Трампа и против Клинтонов и Обамы, которые вскоре окажутся под арестом, как считают сторонники этой версии.

И снова такая конспирологическая структура упорядочивает мир хаоса для обывателя. Вера в конспирологию обратно пропорциональна уровню образования и достатка. Хотя бы в одну конспирологическую теорию верят 42% опрошенных без высшего образования и только 23% из имеющих диплом. Средний доход тех, кто верит в конспирологию, составляет 47 тысяч долларов, а кто не верит — 63 тысячи долларов [24].

Профессор Джозеф Пэрент говорит: «Конспирологические теории выступают в роли эмоциональных трипарков. Вам не хочется обвинять себя за то, чего у вас нет, поэтому вместо этого вы обвиняете анонимные силы».

Нам представляется этот ответ не совсем честным, поскольку бедность, как и богатство, передается по наследству. Человеку трудно вырваться из своего круга, чтобы получить хорошее образование и нормальную зарплату, если ее не было у его родителей.

Пэрент со своим соавтором по книге об американских конспирологических теориях приходит к выводу, что «конспирологи» скорее, чем другие, оправдывают насилие, облегченные законы об оружии, тайные заговоры [25]. Например, отвечая на вопрос, является ли насилие допустимым для выражения своего несогласия с правительством, люди с предрасположенностью к конспирологии на 50% были более согласны с этим, чем те, кто не имеет такой предрасположенности. В ответах на вопрос о контроле над оружием большинство тех, кто поддерживает менее жесткие законы, составляют люди с конспирологической предрасположенностью.

Однотипно звучат и ответы на вопрос, поверят ли они в то, что проигрыш их кандидата в президенты связан с подтасовкой на выборах [26]. 50% республиканцев считают, что это возможно, 44% демократов придерживаются такой же точки зрения.

Существенная коррекция прозвучала из уст Эндрю Гельмана: «Много влиятельных республиканских лидеров оказались ассоциированными с конспирологическими теориями во времена Клинтона и остались такими же, и такого изменения не было среди влиятельных демократов» [27].

Конспирология, как и слухи (о функционировании слухов, например, в Китае см. [28-29]), отражают существование альтернативных информационных потоков, которые конфликтуют с официальными. Современные государства все равно ведут борьбу с альтернативными потоками, ничем в этом плане не отличаясь от прошлого. Только их методы будут более тонкими, чем это было вчера. Но люди всегда держатся за власть мертвой хваткой.

Ушински интересно рассуждает в контексте того, что в случае покушения на Линкольна был план убить сразу несколько человек, но покушение удалось только одно. Он говорит: «Интенции не транслируются точно в действия, даже наилучший план может провалиться. Конспирология имеет место в жизни, могущественные люди прямо сейчас планируют плохие вещи. Но это не значит, что их планы исполнятся или что они участвуют в кознях, в которых мы их подозреваем. Как заговоры могут провалиться, так и конспирологи могут ошибаться. В своих исследованиях мы обнаружили, что в США конспирологические теории колеблются вперед-назад. Когда демократ сидит в Белом доме, наиболее резонансные конспирологические теории обвиняют демократов и их союзников в заговоре. Когда в Белом доме республиканец, обвинения фокусируются на республиканцах и их союзниках» [30].

Как видим, сейчас сезон охоты на республиканцев, которых должны обвинять в заговорах. И тут в их лагере оказался персонаж, идеально подходящий на эту роль. Стив Бэннон являлся редким случаем в современной истории, который воплощал конспирологию в жизнь. И раз волею судеб он в период избирательной кампании Трампа оказался его ближайшим советником, то ему удалось многое, ведь он был приблизительно в той роли, какую приписали Роуву при Буше — быть мозгами Буша. Имея в руках информационную структуру Breitbart News, он не только крайне правый, но и женоненавистник, а также антисемит и антиисламист [31]. Он хотел снять фильм «Исламские Штаты Америки» об угрозе ислама. Свою модель мира он обрисовал в выступлении в Ватикане [32]. В настоящее время его беспокоят два тренда капитализма. Это государственный капитализм, реализуемый, например, в России и Китае, когда ценности создаются для узкого круга людей, чего не было в XX столетии. Вторая тенденция — это капитализм Айн Ренд или объективистской школы либертарианского капитализма, поскольку этот капитализм рассматривает людей как товар, а молодое поколение видит этот подход достаточно привлекательным.

В числе других опасностей современного капитализма Бэннон называет секьюритизацию всего. При этом люди тоже рассматриваются как товар, что в принципе характерно для Уолл-Стрит. В качестве примечания можно добавить, что секьюритизация – это продажа ненужных активов [33].

А базой капитализма он считает средний класс, который устал от того, что все диктуется из Давоса, что люди в Нью-Йорке чувствуют себя ближе людям в Лондоне

или Берлине, чем ключам в Канзасе и Колорадо. И именно эта элитная ментальность диктует всем, как должен жить мир. Из всего этого понятно, почему его приход рассматривался как восстание против республиканского истеблишмента [34].

Бэннон объясняет любой негатив о республиканцах как очередную конспирологию со стороны медиа [35]. Бэннона называют бывшим Дартом Вейдером Белого дома, тем самым делая его представителем темных сил [36].

Такое обвинение тоже, по сути, из разряда слухов и конспирологии, когда против некоторых политиков ведется достаточно интенсивная борьба. В результате таких действий медиа политика загоняют в негативный полюс, о нем уже не может появиться никакого позитива.

Таким примером является война против выступления Бэннона в Чикагском университете [37-40]. И то ли потому, что уже не занимает официального поста, то ли потому, что свобода университетов действительно важна, но медиа оказались в этом споре на стороне Бэннона.

Профессор Луиджи Зингалес, который и пригласил Бэннона в университет, выступил со следующим заявлением после студенческих протестов: «Мне трудно представить себе более важную проблему для новых граждан и бизнес-лидеров мира, чем выступление против глобализации и иммиграции. Соглашаетесь вы с ним или нет (лично я — нет), мистер Бэннон будет интерпретировать и представлять эту реакцию в Америке. По этой причине я пригласил мистера Бэннона на дебаты по этим вопросам на нашем факультете» [41].

И даже эти несколько предложений, как и вся ситуация, четко демонстрируют нам левую точку американского массового сознания, с которой работали российские информационные интервенции во время президентских выборов в Америке.

В книге Вулфа о Трампе в Белом доме много упоминаний Бэннона, даже слишком много. Вот одно из них: «Бэннон, например, даже ведомый своим императивом, что дело должно быть сделано, не пользуется компьютером. [...] В этом различие большого видения от малого. Процесс — это болтовня. Экспертиза была последним прибежищем либералов, всегда побеждаемым большой картиной. Желать сделать большое дело — вот так оно делается. «Не потеть над ерундой» — это главный пункт Дональда Трампа и модель мира Стива Бэннона. Хаос является его стратегией» [42, с.64]. Кстати, введение в хаос как инструментarium упоминалось выше в качестве советского метода.

И это разделение страны с участием конспирологических аргументов очень серьезно. Демократы принимают научный консенсус по поводу климатических изменений, республиканцы отрицают его [43]. В дебаты по этому поводу влетены также ложь, коммунистическая хитрость, предшествование тоталитаризма. 41% населения считает глобальное потепление мифом, придуманным учеными. Так что, как можно понять, ученые — не такие уж и хорошие персонажи, с точки зрения простого американца. И вероятно, когда республиканцы сокращают финансирование науки, это встречает понимание у населения.

Кстати, расследование российского вмешательства в выборы лежит только

на поверхности, юридически Гейтса и Манафорта обвиняют в отмывании денег, полученных в Украине [44]. Можно вспомнить, что так всегда строились процессы против мафии, когда доказывались не убийства и разбой, а неуплата налогов.

«Фейковые новости» и «конспирологические теории» в точности не одно и то же, не все фейковые истории включают конспирологию, и по этой причине не все конспирологические заявления являются фейками, но они в сильной степени пересекаются, иногда то, что мы узнаем об одном, помогает нам реагировать на другое. Много фейковых новостей продается и потребляется на основе того, что мейнстримные медиа освещают важную информацию, доступную только из альтернативных источников» [39].

Конспирология не строит новый мир, она исправляет старый. В нем есть много вопросов, на которые нет ответа. И конспирология дает эти ответы. Но никто не знает, правильны ли они. По этой причине конспирология будет жить вечно.

Литература

1. Хотел ли Берия совершить переворот в СССР в 1953 году // news.rambler.ru/politics/40507752/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
2. Joseph Nye on Smart Power // www.belfercenter.org/publication/joseph-nye-smart-power.
3. Golitsyn A. The perestroika deception. - London - New York, 1998.
4. Гамов А. и др. Августовский путч 1991 года: Даже победа ГКЧП не сохранила бы СССР! // www.kp.ru/daily/26720.7/3745067/.
5. Ratner P. 34 years ago, a KGB defector chillingly predicted modern America // bigthink.com/paul-ratner/34-years-ago-a-kgb-defector-described-america-today.
6. Bezmenov Y. A lecture on subversion // www.mgtow.com/forums/topic/yuri-bezmenov-part-1-of-4-a-lecture-on-subversion-1983/.
7. After America, Europe falls prey to 4-step psychological warfare program, as exposed by Soviet defector back in 1985 // henrithibodeau.wordpress.com/2015/11/21/after-america-europe-falls-prey-to-4-step-psychological-warfare-program-as-exposed-by-soviet-defector-back-in-1985/.
8. Безменов Ю. Теория и практика подрывной деятельности // aillarionov.livejournal.com/891034.html.
9. Шуман Т. (Безменов Ю.) Любовное послание Америке // www.slideshare.net/Forisson/ss-75962474.
10. Бородин, Норман Михайлович // ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD_%D0%9D%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD_%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%B9%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87.
11. Кто вы, Норман Бородин? Следы настоящего Штирлица надо искать в ... карагандинских архивах // www.centrasia.ru/newsA.php?st=1256677560.
12. Антонюк Е. Золото партии. Куда пропали миллиарды КПСС? // life.ru/t/%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F/1038391/zoloto_partii_kuda_propali_milliardy_kpss.
13. Куда исчезло «золото партии» // russian7.ru/post/kuda-ischezlo-zoloto-partii/.
14. Герашенко раскрыл тайну «золота партии» // www.ntv.ru/novosti/245767/.
15. Баймухаметов С. Кто стоит за «золотом партии»? // russian-bazaar.com/ru/content/9684.htm.
16. Доллары Брежнева: куда делось «Золото партии» в размере \$11 млрд? // www.aif.ru/money/corruption/28431.
17. Филин Г. Нашлось «золото партии»! // versia.ru/k-ischeznoveniyu-nesmetnyx-sokrovishh-prichasten-egor-gajdar.
18. Carter B. What Is QAnon? The Conspiracy Theory Tiptoeing Into Trump World // www.npr.org/2018/08/02/634749387/what-is-qanon-the-conspiracy-theory-tiptoeing-into-trump-world.

19. QAnon // en.wikipedia.org/wiki/QAnon.
20. Goldberg M. The Conspiracy Theory That Says Trump Is a Genius // www.nytimes.com/2018/04/06/opinion/qanon-trump-conspiracy-theory.html.
21. Weigel D. The conspiracy theory behind a curious Roseanne Barr tweet, explained // www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2018/03/31/the-conspiracy-theory-behind-a-curious-roseanne-barr-tweet-explained/?utm_term=.81381fdb73b.
22. Beckwith R.T. Donald Trump weaponised conspiracy theories. QAnon shows that we're now in an arms race // time.com/5356443/trump-conspiracy-theories-qanon/.
23. Coaston J. #QAnon, the scarily popular pro-Trump conspiracy theory, explained // www.vox.com/policy-and-politics/2018/8/1/17253444/qanon-trump-conspiracy-theory-reddit.
24. Kluger J. Why so many people believe conspiracy theories // time.com/4965093/conspiracy-theories-beliefs/.
25. Parent J. a.o. People embracing conspiracy theories more prone to violence // www.tulsaworld.com/opinion/othervoices/joseph-parent-and-joseph-uscinski-people-embracing-conspiracy-theories-more/article_5650bb47-a57c-5678-bded-2d29278ea580.html.
26. Moore A. Conspiracy theories aren't just for conservatives // www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/08/21/conspiracy-theories-arent-just-for-conservatives/?utm_term=.f76d9d648a18.
27. Gelman A. Belief in conspiracy theories: What do the data say? // www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/09/03/belief-in-conspiracy-theories-what-do-the-data-say/?utm_term=.17c54b979fe6.
28. Larson C. The People's Republic of Rumors // foreignpolicy.com/2011/07/08/the-peoples-republic-of-rumors/.
29. Larson C. Still the People's Republic of Rumors // foreignpolicy.com/2012/03/22/still-the-peoples-republic-of-rumors/.
30. Gerbic S. On Dogs and Conspiracy Theories // www.csicop.org/specialarticles/show/on_dogs_and_conspiracy_theories.
31. Steve Bannon: Five Things to Know // www.adl.org/resources/backgrounders/steve-bannon-five-things-to-know.
32. Feder J.L. This Is How Steve Bannon Sees The Entire World // www.buzzfeednews.com/article/lesterfeder/this-is-how-steve-bannon-sees-the-entire-world#.yxx5NykawX.
33. Jobst A. What is securitization // www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2008/09/pdf/basics.pdf.
34. Friedersdorf C. The Radical Anti-Conservatism of Stephen Bannon // www.theatlantic.com/politics/archive/2016/08/the-radical-anti-conservatism-of-stephen-bannon/496796/.
35. Cillizza C. The 4 unbelievable things about Steve Bannon's conspiracy theory on Roy Moore // www.cnn.com/2017/11/10/politics/steve-bannon-media-conspiracy-roy-moore/index.html.
36. Stephen Bannon: Four facts about the former 'Darth Vader' of the White House // www.dw.com/en/stephen-bannon-four-facts-about-the-former-darth-vader-of-the-white-house/a-37387847.
37. Harris S. The misguided movement to «no platform» Steve Bannon // www.thefire.org/the-misguided-movement-to-no-platform-steve-bannon/.
38. Nwanewu O. When campus 'free speech' is a marketing ploy // slate.com/news-and-politics/2018/03/when-campus-free-speech-is-a-marketing-ploy.html.
39. Varadarajan T. The free-speech university // www.wsj.com/articles/the-free-speech-university-1518824261.
40. Wilson J.K. Why Banning Bannon Is Bad // academeblog.org/2018/01/25/why-banning-bannon-is-bad/.
41. Ballesteros C. Steve Bannon to speak at the University of Chicago, sparks immediate campus protests // www.newsweek.com/bannon-speak-university-chicago-free-speech-protests-790672.
42. Uscinski J.E. a.o. The conditional effect of conspiracy thinking on attitudes toward climate change // journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053168017743105.
43. Cohen A. Is Bannon Gambling with Mueller? // www.esquire.com/news-politics/a18343513/bannon-mueller-russia-investigation/.
44. Uscinski J.E. Fake News Freakout. Are internet conspiracy theories ruining America? // reason.com/archives/2017/02/05/fake-news-freakout.

КАК ФЕЙКИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ, МЕМЫ И КОНСПИРОЛОГИЯ, АНЕКДОТЫ И СЛУХИ РАБОТАЮТ В РОЛИ СИМВОЛИЧЕСКИХ ТРИГГЕРОВ

Фейки, как раньше слухи и анекдоты, хорошо распространяются, поскольку соответствуют ожиданиям населения, неся новый поворот уже известной ситуации. Эпоха постправды разрешила множественность миниправд для всех, дав в руки всем желающим инструментарий дисперсных коммуникаций, которые технологически обеспечили соцмедиа.

Мини-коммуникации соцмедиа осуществляют производство миниправд для всех желающих. И эти желающие есть, поскольку люди ищут в сети нового подтверждения своим представлениям, а не кардинальной их смены.

Множество правд создает серьезную проблему отсутствия правды вообще, а это означает, что отсутствуют какие-либо точки отсчета, которые бы позволяли прийти к единству. Вместо этого поляризация общества начинает усиливаться, так как доминирующая точка зрения подвергается сомнению.

И такой активный статус миниправд в результате становится проблемой для всего общества. Вот как это выглядит, с точки зрения обозревателей BBC, когда эксперты вынесли на первое место проблему дискредитации надежных источников информации. Без общей отправной точки сложно решать важные задачи современности [1].

Здесь цитируется также известный футуролог К. Келли, заявивший следующее: «В новостной сфере появилась серьезная проблема — новая форма правды. Правду больше не спускают сверху, ее распространяют рядовые члены общества. На каждый факт находится противоположный факт. И все эти факты в интернете выглядят одинаково, что сбивает с толку большинство людей».

А также — Уилл Мой, директор независимой британской организации Full Fact, занимающейся проверкой фактов, констатирует: «С возникновением социальных сетей изменился масштаб обмена информацией и появилась возможность находить людей, разделяющих ваше мировоззрение. Раньше было не так просто навязать обществу те точки зрения, которые выходят за рамки общепринятых представлений. Если бы мы просто сидели за кухонным столом или в пабе, скорее всего, между нами разгорелся бы спор».

Как видим, основная опасность лежит не в недостоверной информации, все больше боятся того, что именуется поляризацией общества. Весь инструментарий государства в виде образования, медиа, культуры в сильной степени заострен на создание в обществе единства понимания, создания из него, насколько это возможно, единого организма. Это нужно политике, это нужно и бизнесу, который заинтересован в одинаковом потребителе.

Инструментарий разъединения, например, привнесен сильными потоками мигрантов с иной картиной мира в голове. Люди штрафуются за появление в хиджабах на улице. Конфликтуют люди, праздники, религии. И это все вылилось в публичное пространство, поскольку перестали работать и американский «плавильный котел», и европейский мультикультурализм.

Все конкурирующие школы в науке и культуре не выходят на такой накал страстей, поскольку они не пересекаются с бытом. Между ними существует только книжная война, а не уличная. Таким близким феноменом прошлого была контркультура шестидесятых, которая в результате захватила все общество.

Российские интервенции в американские президентские выборы также воспользовались этим феноменом засилья миниправд, чтобы с помощью дисперсных коммуникаций запустить свои дезинформации, когда единое сообщение из одного центра в рамках соцмедиа превращается в тысячи и миллионы повторов. Это было сделано на американских и французских президентских выборах, а также на двух референдумах — в Британии и Каталонии.

Все это привело к серьезной проблеме — невидимому российскому влиянию, осуществляемому через социальные платформы. И здесь следует разделять два направления: влияние на русскоязычную аудиторию за пределами России и влияние на нерусскоязычную аудиторию. Что касается контента, то к фейкам и дезинформации следует добавить механизмы создания мемов и конспирологических гипотез. Все это, как и анекдоты и слухи прошлого, обладает способностью вирусного распространения. Мы можем обозначить всю эту группу термином **символические триггеры**. После их получения человек ведет себя с большой долей автоматизма, являясь достаточно предсказуемым в плане реагирования и поведения.

Что делает символический триггер? В случае его совпадения с болевыми точками реципиента он вызывает автоматическое реагирование, автоматическое поведение. Конечно, это не стопроцентное попадание в цель, но и 70% прореагировавших является хорошим результатом, поскольку часто происходит коммуникативная перекодировка полученного сообщения в изменение физического поведения. Так, крик «Пожар!» заставляет нас менять свое поведение, как и рассказ человека в белом халате о пользе четырех чашек кофе в день.

Исходные представления о роли соцмедиа в обществе были другими: «В оригинальной мечте по поводу соцмедиа были здоровые дискуссии, открытие новых форм креативности, объединение людей с другими людьми со сходными интересами. Все это не следует откидывать из-за неудачи нынешних лидеров рынка. И множество важных вещей происходит даже на наиболее испорченных сетях» [2].

Эта критика не совсем точна. Мечты всегда будут отличаться от действительности, иначе они не назывались бы мечтами.

Сильные информационные потоки прошлого, порождаемые печатью и телевидением, проигрывают сейчас потому, что они пытаются навязать нам одну точку зрения, которая, естественно, может не совпадать с нашей. Они всегда были сильнее, чем любой голос индивида, поэтому в прошлом правили бал.

Сегодня голос индивидуума тоже не столь силен, но зато теперь он может найти своих единомышленников, что в сумме и дает резкое усиление позиции. Российская информационная интервенция просто воспользовалась этим феноменом «силы слабого», когда человек легко объединяется с теми, кто одинаково с ним думает.

В случае лживой информации и борьбы с ней важным является наличие (или отсутствие) цели обмануть, поскольку, если ее нет, то нет и вины распространителя этой информации. Facebook даже разрешил отрицать Холокост. По этой же причине существенной чертой являются направленные или ненаправленные мотивы формирования представлений [3]. Ненаправленным мотивом признается нейтральный — желание узнать.

В конспирологической ситуации триггером, привлекающим наше внимание, является секретность и тайна с одной стороны, а с другой — что всем руководит малая группа, и нами, и ими, например, в случае «всемирного правительства» или «deep state» в США. Когда ситуацией рулит группа меньше ста человек, причем никем не избранная, это раздражает любого. Каждый считает себя свободным человеком, поэтому противоположная информация всегда будет привлекать внимание.

Один из основателей изучения конспирологии в США Б. Кили дает ей следующее определение: «Конспирология предлагает объяснение некоторого исторического события (или событий) в терминах казуального действия относительно малой группы людей, действующей тайно» [4]. Его же придерживается и один из современных исследователей конспирологии Дж. Ушински с коллегами [5]. У Кили есть интересная характеристика конспирологической теории: она типично пытается объединить воедино события, которые кажутся никак не связанными друг с другом.

Ушински задает конспирологическое представление как веру индивида в конкретную конспирологическую теорию, и у него есть predisposition видеть мир в конспирологических терминах.

Итак, здесь повторяется та же модель, что и в случае фейков: человек заранее готов поверить фейку, который лишь подтверждает имеющиеся у этого человека представления. И фейки, и конспирологические представления столь могучи не потому, что они сильны сами по себе. Эту силу им заранее дает модель мира в голове у человека, под которую они подстраиваются.

Интересные исследования нейропсихологического порядка позволили выявить зоны мозга, нарушение которых ведет к увеличению религиозных представлений и подчинению авторитетам [6, 7-8]. Человек не независим в своем мышлении, есть определенная встроенность в его модель мира конкретных представлений.

Ушински настаивает на двух объяснениях «любви» к конспирологии [9]. С одной стороны, это предрасположенность к конспирологической логике. С другой, политические взгляды заставляют людей признавать свою сторону правильной, а противоположную — невежественной, неправильной, коррумпированной. Сегодня даже возникла шкала и объективные измерения людей по степени их приверженности конспирологическим представлениям [10]. И это снова подтверждает то, что перед нами реально существующая психологическая характеристика человека:

он таков и измениться не может. Как писал Кили, «конспирологические теории привлекают, что демонстрирует их популярность». Однако они привлекают не всех, о чем он умалчивает.

За популярность конспирологии Ушински снимает вину с интернета и соцмедиа. Он со своим соавтором по книге «Американские конспирологические теории» в течение года собирал новости из Google с упоминанием конспирологии [11]. И 70% этих новостей трактовали конспирологию достаточно негативно. Ушински пришел к выводу, что интернет антиконспирологичен.

Но, наверное, это поспешный вывод. Они собирали новости с упоминанием термина конспирологическая теория, но ведь это и подобные сочетания упоминают те, кто против конспирологии. Отсюда понятно, почему 70% статей были негативными.

Еще одно их важное замечание: они не пытались определять, что в конспирологических теориях является правдой, а что — ложью. При этом они заключают: «Нас волновало, как люди включаются в конспирологическое мышление и действия, по каким базовым причинам они так поступают. По нашим исследовательским материалам, вера в конспирологические теории обуславливается в большой степени predispositionами, особенно predispositionией смотреть на мир сквозь конспирологические очки, но политические, культурные, религиозные и другие predispositionии также важны. Двум людям можно дать ту же информацию о конспирологической теории, и в то же время они могут прийти к совершенно разным выводам о ней».

Проработав по этой тематике пять лет, авторы нашли пять констант [11]:

- качество доказательства является субъективным, разные люди, получив те же доказательства, приходят к разным выводам,
- сторонники одной точки зрения считают представителей противоположной стороны конспираторами, демократы так думают о республиканцах, а республиканцы о демократах,
- обе стороны признают, что и на их стороне есть конспирологические теории, но они у них находятся на периферии,
- обе стороны считают, что их сторонники на стороне правды и фактов, в отличие от сторонников другой,
- каждая сторона считает, что их сторона стоит на фактах, а не просто на конспирологической теории.

О конспирологических теориях можно также услышать и то, что они достаточно гибкие, по этой причине они легко адаптируются к любым новым фактам, которые им противоречат [12]. То есть они не просто сопротивляются любой критике, но и могут адаптироваться к ней.

Люди, верящие в конспирологию, не являются чем-то удивительным. В широком масштабе это свойственно многим. Если считать это исключением, то как тогда понимать многие вполне серьезные примеры? Если, например, считать теорию о Гитлере, сбежавшем после войны, конспирологией, то как тогда трактовать

документы ЦРУ, которые как бы, наоборот, подтверждают эту версию, а ЦРУ занималось его поиском в Латинской Америке [13-15]? С другой стороны, смерть Гитлера является четко конспирологической проблемой [16].

Мы видим, что конспирология — это то, что не доказано, но во что верит определенная группа лиц. А от характеристики недоказанности они легко избегают, поскольку, с их точки зрения, вся эта сфера скрыта сознательно от возможности что-то доказать.

Именно конспирология возвращает миру стройность и понятность. Как пишут С. Ортманн с коллегой, «конспирологические теории являются попыткой наложить порядок и понимание на непонятный мир, это мастер-нарратив, который может удовлетворять диффузные тревоги потребителей, испытывающих постмодерные затруднения в отсутствии контроля — чувство бессилия перед лицом мира, который стал слишком сложным для понимания» [17].

Кстати, сходные наблюдения о непонятности мира мы можем сегодня встретить где угодно. Вот, например, книга о Киссинджере-переговорщике, рецензия на которую в *New York Times* включает в себя и такие слова: «Современные политики должны готовить себя к нестабильному миру, где компромиссы и сотрудничество, а не односторонняя сила, являются базой» [18]. Автор этой рецензии Дж. Сури в свое время написал книгу о протестах, пришедших в мир в шестидесятые [18]. Так что он хорошо изучил эту иную силу, кроме власти.

Непредсказуемость и непонятность мира вызвала к жизни не только конспирологию, но и фейки, которые также являются шагом к упорядоченности мира, хотя бы в отдельно взятой голове. В хаотическом мире не нуждается ни массовое, ни индивидуальное сознание, мы все люди порядка. Тест Роршаха наглядно демонстрирует, что мы видим порядок даже там, где его по определению нет.

Касс Р. Санстейн, соавтор Ричарда Талера по книге «Подталкивание», за которую только Талер получил Нобелевскую премию (кстати, чем не конспирология), тоже обращался к изучению конспирологических теорий [19]. По результатам исследования его даже обвинили в попытке создать полицию мыслей [20], поскольку он ввел понятие «когнитивной инфильтрации» [21], предложив варианты борьбы с ней.

Санстейн подчеркивает, что просто давать правдивую информацию недостаточно, это не работает для борьбы с конспирологическими теориями. Такое сопротивление конспирологических теорий и делает их опасными. Санстейн перечисляет множество таких неработающих инструментов, приходя в результате к выводу, что правительство должно заняться «когнитивной инфильтрацией групп, которые порождают конспирологические теории». Кстати, именно это привело к тому, что его обвинили в попытке создать «полицию мысли», поскольку он предлагал отправлять в такие закрытые сети специальных людей, которые будут порождать контринформацию по отношению к функционирующей в такой сети.

Санстейн считает, что есть хороший вариант определения того, будет ли кем-то принята конспирологическая теория. Подсказкой становится признание им и

других конспирологических теорий. Если человек считает, что высадки на Луну не было, то он с большой долей вероятности верит в то, что США стояли за атакой 11 сентября [22]. Еще одной подсказкой становятся изолированные социальные сети. Если один человек в такой сети признает наличие конспирологии в каком-то событии, то другие в сети также поверят в это.

Символические триггеры включают нас и в случае мемов и слухов. Мемы, например, постепенно переходят из категории модных в категорию важных объектов. Практически весь номер российского журнала «Изборский клуб», например, был посвящен войне мемов [23-27]. Виталий Аверьянов отмечает: «К мемам нужно относиться серьезнее, чем это предлагают нам сейчас специалисты по рекламе. В последнее десятилетие многие стали утверждать, что исследования в области «меметики» не оправдали возложенных на них завышенных ожиданий и что мем, в сущности, остается всего лишь метафорой, а не ядром настоящей научной теории информации. Тем не менее разработчики военных технологий воздействия на сознание на Западе не оставляют тему мемов. Более того, показное ослабление внимания теоретиков к мемам в области идеологии и смыслов нужно рассматривать как хитрый манипуляционный ход «для отвода глаз». В действительности именно в этой сфере вероятный противник и планирует нанесение главных ударов. Фактически это уже проявилось в ходе болотных протестов в 2011–2012 годах и Евромайдана в 2013 году. То, что России удалось выработать свою контрстратегию в войне мемов на тот момент, — не должно нас успокаивать. Ведь Запад шел и идет в этой области на несколько шагов впереди» ([28], см. также [29-31] и нашу собственную статью о меметической войне [32]).

Мы забыли еще о слухах, которые, как и анекдоты, обладали свойством самораспространения еще в доинтернетовскую эпоху. И в СССР они были единственным альтернативным каналом внутри страны, поскольку второй альтернативный канал — радиоголоса — приходил извне и мог глушиться.

Слухи изучаются уже более ста лет. Берински говорит о принятии политических слухов как коррелирующих с политической принадлежностью человека [33-34]. Как мы помним, точно так было и с конспирологией. Борьба со слухами с помощью фактов работает слабо, поскольку она усиливает имеющиеся представления, а не спасает от них. Одним из объяснений этого является то, что люди принимают за критерий достоверности быстроту, с которой они обрабатывают информацию. По этой причине попытки опровержения лишь увеличивают быстроту обработки исходного слуха из-за повтора.

И это вновь объясняет эффективность пропаганды, которая вся построена на бесконечном повторе. В советское время был даже балет по произведениям Л. Брежнева, то есть повтор невербального характера, в который превратился вербальный текст.

На слухи смотрят даже с точки зрения конструирования идентичности, правда, связывая это с феноменом городских легенд. Например, в Эстонии распространялись слухи об эстонском происхождении Наполеона, Ленина, Трумэна, Леди Дианы, Бориса Ельцина, Бенито Муссолини, Франклина Рузвельта [35]. Конечно, выстраивание такой идентичности наполняет души гордостью.

Обычный человек хочет слышать то, что ему приятно. Он не должен бороться со слухами или фейками. За него это должны делать другие. Но мы видим, что, как правило, эта борьба обязательно повторяет исходное сообщение, тем самым не опровергает, а усиливает его.

Пример правильной борьбы таков. Когда во время первых выборов Обамы распространялись слухи, что Обама мусульманин, специалисты по бихевиористской психологии из его команды предложили не тупо опровергать, а показывать вместо этого посещение Обамой христианских церквей. То есть вместо сообщения «Обама — не мусульманин», работавшего на повтор, тиражировалось сообщение «Обама — христианин», причем визуальное. А известно, что лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.

Г. Файн начинает свою статью с фразы, что современные общества затоплены слухами [36]. Он находит слухам определенное место среди человеческих потребностей: «Слухи аналогичны коллективной памяти. Оба предлагают определенное устройство общества, оба должны разделяться другими, чтобы занять место в структуре представлений, и оба противоречат требованиям государств контролировать дискурс граждан».

Это очень важное замечание о противопоставлении слухов желанию государственного контроля над дискурсом граждан. Нам представляется, что государство, в принципе, любит контролировать все, но особенно оно любит контролировать представления граждан о действительности. Временами кажется, что представления о реальности для государства важнее самой реальности. По сути, оно не хочет исправлять реальность в лучшую сторону, а делает это скорее в представлениях о реальности, вероятно, считая, что сказанное важнее увиденного. Оно контролирует медийные потоки, корректируя их, но не желает исправлять реальность.

Со своим соавтором в другой работе Фейн говорит о слухах как о непроверенном знании: «Неопределенная база слухов является их характерной чертой, поэтому возникает требование получить коллективное подтверждение их точности. Слухи (как и их родственники — современные легенды) являются народными гипотезами, которые объясняют общее беспокойство и управляют общими угрозами» [37]. Отсюда, получается, следует не случайный их характер, а вполне обоснованный, поскольку в норме люди стремятся к предсказуемости, а не к хаосу. И слухи увеличивают понятность и предсказуемость мира вокруг.

В этой статье есть важное наблюдение: «Слухи работают, обращаясь к двум первичным областям создания смыслов человеком: мыслям и эмоциям, при этом и те, и другие формируются внутри сообществ. Некоторые слухи работают на добавление знаний, они обращаются к «холодным» мыслям. Другие действуют путем выражения чувств, они обращаются к «теплым» эмоциям и мотивациям».

Его соавтор по книге о слухах Б. Эллис, проанализировав высказывания трех американских президентов, правда, на тот момент Трамп еще не был президентом, приходит к интересному выводу, что все они «занимаются легендированием, как это понимается исследователями в области современных легенд, а не сознательным созданием дезинформации или пропаганды» [38-39].

А это вновь говорит о том, что все они высказывают то, что им кажется, особо не задумываясь о жестком соответствии действительности. Более точно можно сказать, что они описывают, как это должно быть, с их точки зрения, хотя на самом деле это не всегда так.

Еще одно исследование смотрит на слухи с точки зрения социальной эпистемологии [40]. Здесь подчеркивается, что слухи могут очень быстро распространяться с помощью социальных сетей. Речь идет о феномене информационного влияния, когда само получение информации от другого становится доказательством реальности сообщаемого.

Фейки и дезинформация, мемы и слухи характеризуются тем, что они принимаются на веру определенными группами общества. При этом исследователи подчеркивают уже заранее имеющуюся у человека предрасположенность к признанию их достоверными. Символический триггер как раз и рассчитан на то, чтобы задеть за живое в первую очередь в рамках передаваемого содержания. Только мемы обладают сильной формой, которая работает так же эффективно, как и содержание, требуя включиться в процесс их дальнейшей передачи.

Человек в принципе готов делиться новой информацией, причем негативная информация, как более важная, передается сильнее, чем позитивная. В случае вирусных объектов, которые мы рассматриваем, происходит завышение статуса этой информации, что способствует более широкому их распространению. Дополнительную силу им придает и то, что, как и в случае конспирологии, это не информация, которую будут распространять традиционные медиа. Возникает противоречие между важностью информации с точки зрения человека и нежеланием ее распространять со стороны медиа. Это подталкивает индивида самому включиться в распространение этой «горящей», с его точки зрения, информации.

Мы живем в мире, в котором увеличилась и доля, и роль хаоса. Поэтому любые достоверные свидетельства начинают нас интересовать, что можно увидеть по возрастающему числу издания документальной литературы.

Фейки, как и слухи, «цепляют» наш мозг на крючок, заставляя не просто обращать внимание, а продолжать коммуникацию с помощью них с другим человеком. Анекдот никогда не прекращает своего движения, пока не выходит на повтор — на человека, который уже его слышал. Интересно при этом, что все это формы дискурса, которые являются «чужими» в плане конфликтности с основной версией, поддерживаемой властью. Это становится одной из причин того, что эти контртексты столь интересны для потребителя информации, и он хочет поделиться ними с другими, со своими, как он ощущает, единомышленниками.

Литература

1. Грэй Р. Почему нам нравится читать фейковые новости // www.bbc.com/russian/vert-fut-39792764.
2. Roose K. Can Social Media Be Saved? // www.nytimes.com/2018/03/28/technology/social-media-privacy.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=second-column-region®ion=top-news&WT.nav=top-news.
3. Jost J.T. a.o. Political Conservatism as Motivated Social Cognition // *Psychological Bulletin*. - 2003. Vol. 129. - N 3.
4. Keeley B. L. On conspiracy theories // *The Journal of Philosophy*. - 1999. - Vol. 96. - N 3.
5. Uscinski J.E. a.o. What Drives Conspiratorial Beliefs? The Role of Informational Cues and Predispositions // *Political Research Quarterly*. - 2016. - Vol. 69. - I. 1.
6. Asp E. a.o. Authoritarianism, religious fundamentalism, and the human prefrontal cortex // www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3389201/.
7. Asp E.W. A neuroanatomical investigation of belief and doubt // ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3184&context=etd.
8. Henriques M. What it takes to stand up to authority // www.bbc.com/future/story/20180709-our-ability-to-stand-up-to-authority-comes-down-to-the-brain.
9. Uscinski J.E. The psychology behind why people believe conspiracy theories about Scalia's death // www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/02/19/the-psychology-behind-why-people-believe-conspiracy-theories-about-scalias-death/?utm_term=.7eae63a84184.
10. Brotherton R. a.o. Measuring Belief in Conspiracy Theories: The Generic Conspiracist Beliefs Scale // research.gold.ac.uk/8429/3/fpsyg-04-00279.pdf.
11. Weigant C. Interview With the Authors of American Conspiracy Theories // www.huffingtonpost.com/chris-weigant/interview-with-the-author_b_6291612.html.
12. Carrie Wong J. What is QAnon? Explaining the bizarre rightwing conspiracy theory // www.theguardian.com/technology/2018/jul/30/qanon-4chan-rightwing-conspiracy-theory-explained-trump.
13. Mills C. A 1955 CIA Document Reported Hitler Survived World War II // nationalinterest.org/blog/buzz/1955-cia-document-reported-hitler-survived-world-war-ii-25511.
14. Oppenheimer A. Did Hitler escape and move to Colombia? Despite new CIA memo, there's reason to doubt // www.miamiherald.com/news/local/news-columns-blogs/andres-oppenheimer/article182412061.html.
15. Valencia R. CIA investigated whether Hitler survived World War II and moved to Columbia // www.newsweek.com/cia-investigated-whether-hitler-survived-world-war-ii-and-moved-columbia-696847.
16. Conspiracy theories about Adolf Hitler death // en.wikipedia.org/wiki/Conspiracy_theories_about_Adolf_Hitler%27s_death.
17. Ortmann S. a.o. Conspiracy Theories in the Post Soviet Space // *The Russian Review*. - 2012. - Vol. 71. - I. 4.
18. Suri J. Learning from Henry Kissinger // www.nytimes.com/2018/08/02/books/review/kissinger-the-negotiator-sebenius-burns-mnookin.html?hpw&rref=books&action=click&pgtype=Homepage&module=well-region®ion=bottom-well&WT.nav=bottom-well.
19. Suri J. Power and protest. Global revolution and the rise of detente. - Cambridge, Mass. - London, 2003.
20. Sunstein C.R. a.o. Conspiracy theories // chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1118&context=law_and_economics.
21. Cognitive infiltration // rationalwiki.org/wiki/Cognitive_infiltration.
22. Sunstein C.R. The conspiracy of conspiracy theories // www.newsday.com/opinion/oped/the-conspiracy-of-conspiracy-theories-cuss-sunstein-1.7427515.
23. Баранов С. Тринадцатый знак. Мемы в информационной войне против русского народа // *Изборский клуб*. - 2018. - № 4.
24. Коровин В. Россия и Запад в меметической войне // Там же.
25. Елисеев А. Сталин – творец советских русских мемов // Там же.

26. О меметике отечественного кино (беседа В. Аверьянова и П. Калитина) // Там же.
27. Елистратов В. Господин Мем // Там же.
28. Аверьянов В. Интернет и суверенитет // Там же.
29. Савин Л. Меметическая война // www.geopolitica.ru/article/memeticheskaya-voyna.
30. Золотухин Д. Меметическое оружие как угроза национальной безопасности // medium.com/@postinformation/%D0%BC%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5-%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%B6%D0%B8%D0%B5-%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D1%83%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B0-%D1%86%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8-4bc0897fe4f4.
31. Золотухин Д. Анатомия информационной войны: любовь против страха // medium.com/@postinformation/%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%8F-%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D1%8B-%D0%BB%D1%8E%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D1%8C-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%B0-5b111d1de72c.
32. Почепцов Г. Меметическая война, или в поисках «арифметики» разума // ms.detector.media/trends/1411978127/memeticheskaya_voyna_ili_v_poiskakh_arifmetiki_razuma/.
33. Berinsky A.J. Rumors, truths, and reality: a study of political misinformation // web.mit.edu/berinsky/www/files/rumor.pdf.
34. Berinsky A.J. Political rumors in the time of Obama: the basis of political misinformation // mershoncenter.osu.edu/media/media/images/img/eventimages/Docs/Berinsky%20Paper.pdf.
35. Kalmre E. Rumours and contemporary legends as part of identity creation process // www.folklore.ee/pubte/eraamat/eestipoola2/kalmre.pdf.
36. Fine G.A. Rumor, Trust and Civil Society: Collective Memory and Cultures of Judgment // citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.832.7598&rep=rep1&type=pdf.
37. Fine G.A. a.o. Uncertain knowledge // journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1536504211418456.
38. Ellis B. «Fake News»: Propaganda, Disinformation, or Contemporary Legend? // cdn.ymaws.com/www.afsnet.org/resource/resmgr/Ellis-Fake_News_afs_10.02.pdf.
39. Interview with Richard Ellis // oralhistories.library.caltech.edu/234/1/Ellis%2C%20Richard%20OHO.pdf.
40. Irenea K.O. Understanding the informational and normative influences of rumour diffusion via social media on conflict escalation // eprints.rclis.org/24647/1/Seminar%20-%20First%20Presentation.pdf.

Глава десятая

10

ВОЗМОЖНЫ ЛИ НОВОСТИ БЕЗ ДОВЕРИЯ?

Новой напастью для информационного пространства стало появление дипфейков, которые создаются за счет манипуляции не только текстовой информацией, но и аудио, и видео.

Мир попал в ситуацию, когда информации стало много, а уровень доверия к ней упал. И неизвестно, что для нас важнее — получение новой информации или достоверной. Поставив проблему так, мы легко выбираем достоверную, однако пользователей соцсетей достоверность особо не волнует. Факты жареные, хотя бы в виде фейка, для них оказываются более предпочтительными. Именно ими они готовы делиться с друзьями, а значит, фейки получают большее распространение, чем правда.

Ответы американцев, согласно опросу американской исследовательской компании Гэллап, показывают, как менялось доверие к новостным медиа (радио, телевидению, газетам) в 1973–2018 годах [1]. Вначале уровень доверия был достаточно высок — пик в 1977 году с 72%. Потом пошло падение, минимум которого был в 2017-м — 32%. Сейчас — 42%.

Подачу новостей с неким предубеждением американцы в совместном опросе фонда Найт и Гэллапа видят абсолютно во всех новостных источниках [2]. Наименее предубежденными для респондентов оказались только Wall Street Journal и PBS (Public Broadcasting Service). Таких статей в этих изданиях американцы нашли 26% и 14% соответственно. Для примера Fox News дал 45% статей, New York Times — 36%, Washington Post — 32%, BBC — 31%, CNN — 29%.

В целом на вопрос о доверии к разным медиа, с точки зрения честности освещения, американцы дали такие ответы:

- не доверяют — 46,9%
- большая доля доверия — 39,8%
- не очень большая — 31,5%
- малая доля доверия — 30,0%

При этом более восьми из десяти американцев подтверждают, что новостные медиа критичны или очень важны для демократии [3]. Отвечая на вопрос, кто наиболее важен для получения точной и сбалансированной политической информации, голоса разделились пополам: 48% ответили, что новостные медиа, и 48% — что сами индивиды. 43% оценивают новостные медиа негативно, 33% — позитивно, 23% — нейтрально. 66% считают, что новостные медиа плохо отделяют факт от мнения, в то же время в 1984 году так считали только 42%.

То есть тенденция абсолютно понятная и полностью повторяет нашу. Ее еще можно объяснить отрицательным влиянием соцмедиа на традиционные, которые тоже в угоду скорости освещения идут на отклонение от прошлых практик доинтернетовской эпохи.

Американцы считают, что 39% новостей на телевидении, радио и в газетах лживы, в соцмедиа таких вообще 65% [4]. 76% считают, что интернет-компании обязаны определять фейки на своих платформах.

Все это также отражает общую потерю доверия, которая наблюдается в мире. Например, Бразилия в преддверии выборов демонстрирует такие результаты [5]:

- 17% верят своему правительству
- 77% считают, что широко распространена коррупция
- 14% верят в честность бразильских выборов

В мировом масштабе есть еще одна проблема, которую фиксирует американская исследовательская компания Гэллап. Ежегодно они делают глобальный индекс уровня негативного опыта [6]. И вот в 2017 году в нем были достигнуты новые высоты. Почти четверо из десяти людей в мире говорят, что они испытывают беспокойство (38%) или стресс (37%), а 31% имеют физическую боль. Печалются 23%, ярость испытывают 20%. Центральнаяафриканская Республика заменила Ирак, став самой несчастной страной мира.

То есть годы, которые проходят перед нами, характерны не только фейками и постправдой, но и определенным переломом в получении негатива. Если вдуматься, то негативный мир вокруг нас будет подталкивать к вслушиванию в фейки, поскольку они по природе своей негативны.

Юваль Харари склоняется к мысли, что технологии могут более успешно использовать для управления людьми тираны. Он пишет: «Конфликт между демократией и диктаторами реально является конфликтом между двумя разными системами обработки данных. Искусственный интеллект может больше помочь последним» [7].

Во всем этом есть одна важная тенденция — сила технологий будет все время расти, при этом человеческий разум останется таким же, каким он был и тысячу лет назад. Возрастающую силу технологий для контроля человеческого поведения и даже мышления мы видим. Естественно, что лучше ею могут воспользоваться авторитарные страны, в которых гораздо меньше возможностей помешать этому со стороны общества.

Вмешательство в американские президентские выборы, которое и привлекло столь много внимания к фейкам, в целом не считается оказавшим решающее влияние на результат. Джеймисон, правда, видит три причины, которые, на ее взгляд, повлияли решающим способом:

- публикация украденных документов из штаба демократов через Wikileaks с последующим тиражированием их американскими медиа,
- сфабрикованное электронное сообщение, якобы от генерального прокурора Лоретты Линч (Loretta Lynch), в котором она обещает не давить слишком сильно на Клинтон в ходе расследования по делу об использовании частного почтового сервера,
- кампания дезинформации, развернутая в социальных сетях [8-9].

Новой напастью для информационного пространства стало появление дипфейков, которые создаются не только за счет манипуляции текстовой информацией, но и аудио, и видео. Шапиро говорит, что мы не знаем, что может случиться, когда дипфейк с существенными социальными и политическими последствиями начнет вирусное распространение [10-15]. Кстати, пока эти фейковые видео не показывают моргания говорящего, что демонстрирует их ненастоящность. Но это временное затруднение, искусственный интеллект, конечно, его преодолет в самом ближайшем будущем.

Бовт подчеркивает эффективность подобных подходов с фейками: «Современный человек, по задумке информационных манипуляторов, не достоин всей правды — только «постправды». Потому что первое он еще неизвестно как истолкует — может, политически опасным образом — а второе его запутает, он будет дезориентирован, и в таком состоянии обыватель вполне безобиден» [16].

Украинская ситуация такова: каждая пятая новость в интернет-СМИ имеет приметы фейка [17]. При этом более 50% украинцев, по разным опросам, считают, что они могут различить заказные материалы в СМИ [18-19]. От 74% до 85% украинцев, по данным разных опросов [20], получают новости из телевидения. Интернет-СМИ и социальные сети читают 50–57% украинцев. Радио и пресса как источник информации стоят ниже.

Реально фейки поломали ситуацию с достоверностью в информационных потоках. Однако в прошлом в период холодной войны мы имели такие же ситуации, которые тогда носили название активных мероприятий КГБ. Самой известной была операция Infektion, призванная связать США и СПИД, который подавался как биологическое оружие, созданное в лабораториях Пентагона [21].

Есть и сегодняшние примеры такого рода. Последним является вмешательство России в референдум в Македонии, чтобы помешать изменению названия страны [22-23]. Это было препятствием вступлению в НАТО из-за возражений Греции. В Македонии фальшивые аккаунты подогревали враждебность между славянским большинством страны и 25% албанского меньшинства. Плюс к этому осуществлялась экономическая поддержка экстремистских националистических организаций. Газета Guardian подчеркивала: «Дезинформационные кампании и фейковые новости, кибервойна и хакерство, фальшивые аккаунты в Facebook и Twitter, тайная оплата кэшем — современный эквивалент «красного золота» советского времени — все они, как утверждается, были задействованы» [25].

На фоне подобных примеров понимаешь, что холодная война имела более ограниченный характер, чем происходящее сегодня.

Раз соцмедиа сами превратились в источник опасности, то обсуждаемой сегодня темой стало удаление собственных аккаунтов из соцмедиа [26-27]. Формулируются и аргументы противоположного характера: Facebook нужен кому-то для работы, это может быть единственной возможностью контакта с семьей и друзьями, это самый простой и дешевый путь связи с теми, кто думает одинаково. Дополнительно к этому Facebook работает на малый бизнес, например, в США в 2016 году 80% малого бизнеса использовали Facebook, поскольку он был для них единственным вариантом дигитального присутствия.

Мы живем в мире ухудшающихся ситуаций. Время счастья для человечества отступает в сторону. И эта особенность, несомненно, отразится в информационном и виртуальном пространствах. Нам, судя по всему, все больше будут нравиться сериалы-триллеры, поскольку они станут приближать нас к нашему будущему.

Литература

1. Media use and evaluation // news.gallup.com/poll/1663/Media-Use-Evaluation.aspx.
2. Rothwell J. Biased news media or biased readers. An experiment on trust // www.nytimes.com/2018/09/26/upshot/biased-news-media-or-biased-readers-an-experiment-on-trust.html.
3. American views: trust, media and democracy views // knightfoundation.org/reports/american-views-trust-media-and-democracy.
4. Americans views of misinformation in the news and how to counteract it // knightfoundation.org/reports/americans-views-of-misinformation-in-the-news-and-how-to-counteract-it.
5. Reinhart R.J. Brazilians Face Confidence Crisis Ahead of Election // news.gallup.com/poll/243161/brazilians-face-confidence-crisis-ahead-key-election.aspx?g_source=link_NEWSV9&g_medium=NEWSFEED&g_campaign=item_&g_content=Brazilians%2520Face%2520Confidence%2520Crisis%2520Ahead%2520of%2520Election.
6. Ray J. World Took a Negative Turn in 2017 // news.gallup.com/poll/242117/world-took-negative-turn-2017.aspx?g_source=link_NEWSV9&g_medium=TOPIC&g_campaign=item_&g_content=World%2520Took%2520a%2520Negative%2520Turn%2520in%25202017.
7. Harari Y.N. Why technology favors tyranny // www.theatlantic.com/magazine/archive/2018/10/yuval-noah-harari-technology-tyranny/568330/.
8. Ньютон К. Доводы о том, что Россия побеждает в кибервойне // inosmi.ru/politic/20180926/243332670.html.
9. Шейн С. и др. Заговор России с целью подрыва выборов в США // inosmi.ru/politic/20180921/243293349.html.
10. Borel B. Clicks, lies and videotapes // Scientific American. - 2018. - Vol. 319. - N 4.
11. Найд М. Все почалося з порнографією // zbruc.eu/node/83269.
12. Donovan J. Deepfake Videos Are Getting Scary Good // electronics.howstuffworks.com/future-tech/deep-fake-videos-scary-good.htm.
13. Lyu S. The best defense against deepfake AI might be . . . blinking // www.fastcompany.com/90230076/the-best-defense-against-deepfakes-ai-might-be-blinking.
14. Keane S. Congress wrestles // www.cnet.com/news/congress-wrestles-with-deepfake-threat-to-facebook/ith 'deepfake' threat to Facebook.
15. Schimkowitz M. Deepfakes // knowyourmeme.com/memes/cultures/deepfakes.
16. Бовт Г. Торговля вниманием, или как накормить тараканов // www.gazeta.ru/comments/column/bovt/11989825.shtml.
17. Чуранова О. Кожна п'ята новина в інтернеті — «під питанням». Що читаємо в онлайн-медіа? // detector.media/monitoring/article/141408/2018-10-01-kozhna-pyata-novina-v-interneti-pid-pitanniam-shcho-chitaemo-v-onlain-media/.
18. Протидія російській пропаганді та медіаграмотність: результати всеукраїнського опитування громадської думки. Аналітичний звіт ГО «Детектор медіа» // DM_KMIS_ukr_WEB-2.pdf.
19. Малинка В. Дослідження: 56% українців вважають, що можуть відрізнити замовні матеріали в ЗМІ // detector.media/infospace/article/140807/2018-09-06-doslidzhennya-56-ukrain-tsviv-vvazhayut-shcho-mozhut-vidrizniti-zamovni-materiali-v-zmi/.
20. Українці дивляться ТБ, не довіряють, не перевіряють, але продовжують дивитися – дослідження «Детектора медіа» та КМІС // https://detector.media/infospace/article/136076/2018-03-28-ukrain-tsi-divlyatsya-tb-ne-doviryayut-ne-perevirayut-ale-prodovzhuyut-divitisia-doslidzhennya-detektora-media-ta-kmis/.

21. Jones S.G. Going on the Offensive: A U.S. Strategy to Combat Russian Information Warfare // www.csis.org/analysis/going-offensive-us-strategy-combat-russian-information-warfare?utm_source=C-SIS+All&utm_campaign=0f8b7b4bf9-EMAIL_CAMPAIGN_2018_10_01_08_56_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_f326fc46b6-0f8b7b4bf9-137072745.
22. Squires N. Russia ‘orchestrating covert campaign to wreck Macedonia name change vote’ // www.telegraph.co.uk/news/2018/09/27/russia-orchestrating-covert-campaign-wreck-macedonia-name-change/.
23. Tisdall S. Result of Macedonia’s referendum is another victory for Russia // www.theguardian.com/world/2018/oct/01/result-of-macedonia-referendum-is-another-victory-for-russia.
24. Williams Z. Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now by Jaron Lanier – review <https://www.theguardian.com/books/2018/may/30/ten-arguments-deleting-your-social-media-accounts-right-now-jaron-lanier>.
25. Burkenam O. Should you delete your social media? // www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/sep/28/should-you-delete-social-media-oliver-burkeman.
26. Glaser A. The Problem With #DeleteFacebook // slate.com/technology/2018/03/dont-deletefacebook-thats-not-good-enough.html.
27. Miteser S. You can’t just tell everyone to leave Facebook // theoutline.com/post/4040/you-cant-just-tell-everyone-to-leave-facebook?zd=1&zi=i7pz7tnz.

ИНФОРМАЦИЯ НАМ СТРОИТЬ И ЖИТЬ ПОМОГАЕТ... А КНИГА?

Если посмотреть, что искали украинцы в Википедии, например, в июле 2018 года, то в топ-30 окажутся чемпионат мира по футболу, боксер Усик и разные зарубежные фильмы. Это и есть отражение забот нашего коллективного разума. Книга, как видим, уходит на второй план, что бы по этому поводу оптимистично ни провозглашалось.

Раньше мы думали, что информации не бывает много. В советское время люди гонялись за хорошей литературой, в библиотеках были очереди, чтобы заполучить для прочтения нашумевшую книгу или журнал. Человек жил в интенсивных информационных потоках, и, как весь советский дефицит, информацию надо было доставать. Сейчас мир столкнулся с переизбытком информации и одновременно потерял интерес к чтению книг.

В США треть тинейджеров уже не читают книги для удовольствия. В 2016-м только 2% десятиклассников говорили, что они почти каждый день читают газету, и только 16% двенадцатиклассников почти каждый день читали книгу. Число двенадцатиклассников, которые не читают для удовольствия, увеличилось в три раза со времени семидесятых. Падает и потребление телевидения и кино [1]: 13% восьмиклассников смотрели телевидение пять и более часов в 2016-м, в то время как в девяностые их было 22%. Зато 54% испуганы тем, что проводят много времени со смартфонами. Девочки также считают, что они слишком много сидят в соцмедиа, а мальчики — за видеоиграми [2]. То есть они понимают свое поведение как неправильное, но ничего не могут с этим поделать.

Это в Америке. Что происходит в Украине? Разные годы, опросы и фирмы дают разные данные, порой противоречащие друг другу. Правда, все это данные в основном по чтению взрослых:

- 2017 год: 43,5% читают каждый день или почти каждый день [3];
- 2017 год: 43% читали, 51% не читали ни одной книги [4];
- 2014 год: 42% опрошенных украинцев рассказали, что за прошедший год не прочли ни одной книги объемом более ста страниц. В России таких 46%, в Великобритании — 34%, а в США всего 19 %, говорят авторы исследования. 12% опрошенных сказали, что вообще не читают никаких текстов — не только книг, но и газет, журналов или новостей в интернете [5];
- 2014 год: не читают 42% [6-7].

И все это на фоне того, что если родители не читают с детьми книги, то дети также перестают читать [8]. Образуется замкнутый круг, автоматически ведущий к падению числа читающих.

Что же случилось? Книга перестала быть интересной? Она не дает того результата (эмоционального? информационного?), который бы оправдывал затраченные на нее часы? Ведь уже на наших глазах появилась тенденция в науке, когда статус монографии упал, поскольку в ней нет ничего нового. Все уже было напечатано в статьях. А до статей были еще и препринты, вот только там и остается свежая научная информация. Кстати, научные журналы также начинают размещать в сети статьи, которые еще не вышли, а только готовятся к выходу в очередном номере журнала. То есть скорость и новизна «сломали» потребность в научной книге, ведь написать и издать ее — процесс длительный, за время которого информация устаревает. Достаточно иметь конкурирующий с книгой свежий препринт, чтобы удовлетворить любопытство.

Но более важным представляется иное. Человек стал, если можно так выразиться, интеллектуально проще. Сегодня высшее образование — это скорее диплом, а не знания. И тому есть множество причин. Во-первых, плохо преподают. Во-вторых, преподают не то, что действительно необходимо. В-третьих, знания меняются так быстро, что на будущем рабочем месте понадобятся уже иные знания, а не те, которые сейчас преподаются. Считается, что технические знания меняются с такой скоростью, что на дипломе должен стоять срок годности, как на кефире. Американцы как-то думали, чему учить высших офицеров, ведь все устаревает очень быстро. И единственное, что пришло в голову, — это учить адаптации.

Есть и чисто экономическая причина. У американцев рабочих профессий, голосовавших за Трампа, нет желания идти учиться, поскольку деньги, потраченные на учебу, как они считают, не окупятся в дальнейшей жизни. То есть учебу своих детей могут позволить себе только обеспеченные люди.

Современные объемы информации не привлекают, а отталкивают потребителя, если она идет к нему не в «разжеванном» виде. Под последним мы понимаем броский заголовок, фотографии, известные имена, призванные выполнить роль «крючка», за который удастся зацепить внимание.

Иная информация не нужна человеку еще и потому, что он уже живет в своем виртуальном мире, и внешние проблемы ему не столь интересны. Исключением становятся только выборы, когда избирателя стараются достать из его «норки» и активизировать. Американские политики во время избирательных президентских кампаний стали разговаривать с простым человеком на темы миграции, мусульман, афроамериканцев. Даже вакцинацию удалось политизировать, рассказав, что элита получает иные вакцины. Получился разговор на повышенных тонах, переводящий человека в возбужденное эмоциональное состояние. А в таком состоянии он принимает другие решения, чем когда он спокоен и рассудителен. Человек с митинга голосует по-другому, чем человек из дома.

Если мы посмотрим, что искали украинцы в Википедии, например, в июле 2018 года (а это и есть реальные интересы, а не те, которые нам предлагают считать таковыми в соцопросах), то в топ-30 окажутся чемпионат мира по футболу, боксер Усик и разные зарубежные фильмы [9]. Это и есть отражение забот нашего коллективного разума. И значимость этой информации для строительства нашего будущего близка к нулевой.

Книга, как видим, уходит на второй план, что бы по этому поводу оптимистичного ни провозглашалось. Собственно говоря, тот же тип вытеснения происходит и с традиционными медиа. Все было бы хорошо, но параллельные процессы показывают, что средний IQ в мире ежегодно падает, как и число выдаваемых патентов с 1990-х годов уменьшается. То есть мозги нужны, и книги, как оказалось, их ковали лучше, чем это делают соцмедиа. Книги, по сути, были такой концентрированной мудростью, а соцмедиа если и оперируют мудростью, то в очень разбросанном, дисперсном виде.

Однако элита, по крайней мере техническая, смотрит на мир по-другому. Во-первых, в Кремниевой долине возросла нужда в специалистах по социальным наукам. Во-вторых, сами технические гуру воспитывают своих детей вне всяких гаджетов. В ряде стран гаджеты, смартфоны изгоняются из средних школ. Исследования показывают, что уровень внимания школьника рассеивается, даже когда смартфон не используется, а просто лежит рядом. Вероятно, по этой причине Финляндия и Франция запретили смартфоны в школе.

У Борхеса есть интересное высказывание, выделяющее книгу из всего остального: «Говорят об исчезновении книги; я считаю, что это невозможно. Скажут: какая разница между книгой и газетой, книгой и пластинкой? Разница в том, что газету мы читаем, чтобы забыть, пластинку мы слушаем также, чтобы забыть. В них есть что-то механическое и легкомысленное. Книга читается, чтобы ее помнить» [10].

Перечитайте еще раз последнее предложение. «Помнить» говорит о том, что в книге была долговременная информация, работающая и сегодня, и завтра. Соцсети как источник условной мудрости работают исключительно на короткие дистанции. Через минуту нас будет интересовать что-то другое. Это чем-то напоминает ребенка, который не может долго заниматься одним делом. Соцсети сделали из нас информационных детей, которым все время надо давать новые игрушки.

Правда, Борхес говорит это в контексте священных книг и произведений великих писателей, к тому же еще и в доинтернетные времена. Но, по сути, интернет не добавил нам великих произведений, наши мозги заполнили тексты-однодневки. Они таковы не только потому, что порождаются их авторами без особых усилий, а еще и потому, что завтра на их место приходят другие, такие же удобные для употребления, как растворимый кофе. Это тексты фастфуда, предназначенные для быстрого употребления.

Это вроде бы печальная картина. Но в то же время есть и позитивная, когда достижения современной науки используются для анализа и продвижения культурной продукции. Правда, все это в сферах, где есть четкие коммерческие цели.

Вся сфера big data, приведшая к возникновению соответствующей науки по ее обработке, вовсе не текстовая. Это число лайков в Facebook, или количество пьющих мужчин и женщин в Дании, или употребление определенных эмоциональных слов в соцмедиа... Это лавина цифр, для понимания которых еще надо найти логику. А в книге уже заложена своя логика.

Книга имеет ограниченное число возможных сюжетов, например, в Массачусетском технологическом институте на базе методов анализа big data их увидели только шесть [11-12]. Но потом они обрастают «мясом», наполняясь персонажами с разнообразными человеческими характеристиками. Кстати, эти же методы привели к алгоритму бестселлера [13-14]. Авторы тут же открыли консультационную фирму [15], поскольку их алгоритм давал предсказание, попадет ли текст в список бестселлеров New York Times, с точностью восьмидесяти процентов [16-18]. Их работу в печати даже назвали «бестселлерометром», как они пишут в своей книге.

В этом же направлении идет Стенфордская литературная лаборатория [19], первые работы которой появились в 2011 году [20-21].

Здесь печатался и один из авторов книги «Код бестселлера». Кстати, точно такие работы, даже более интенсивные из-за большего финансирования этого рынка, идут в сфере такого же квантификативного анализа кино. Однако, кроме сюжета, громадную роль для финансового успеха играют «звезды», которые будут задействованы.

Напоследок вернемся к значимости книги, поскольку она пересиливает любой наступающий негатив. Следует выделить несколько принципиальных позитивных умений, которые несет книга:

- обучает эмпатии, пониманию других людей и реакциям на их действия,
- раскрывает, как бы «взламывая» зоны мышления, которые обычно закрыты, что особенно касается чтения фантастики,
- увеличивает интеллектуальный потенциал человека.

Особый статус книги связан с тем, что чтение не является естественной способностью человека, а возникает в результате научения. Вулф подчеркивает, что эта способность возникла более пяти тысяч лет назад и вызвала изменения в

головном мозге [22]. Чтению можно научиться благодаря пластичности головного мозга, но после этого мозг навсегда изменяется, как физиологически, так и интеллектуально.

Вулф также говорит о глубоком чтении, куда кроме понимания входит и способность рассуждать, критиковать и другие ментальные операции [23-25]. Эксперту на них нужны доли секунды, а ребенку — годы, чтобы их развить. Дигитальная культура противоречит им своим акцентом на немедленности, информационной перегрузке, когнитивных умениях, обеспечивающих скорость, чем мешает как чтению, так и мышлению.

В пользу книги также говорят исследования нейрopsихологов. Среди негатива дигитального чтения называют несколько факторов. Например, чтение с экрана не может адекватно восстановить тактильные ощущения, имеющиеся в случае чтения бумажной книги, сложнее реализовать навигацию большой по объему книги. При таком чтении быстрее истощаются ментальные ресурсы и хуже восстанавливается в памяти прочитанное [26]. Кстати, в противовес тому, что писала Вулф — и для китайских иероглифов, и для алфавитных языков при чтении работают те же зоны мозга [27]. Возможно, такое расхождение возникло потому, что в этой работе она анализировала два параметра: распознавание знака и движение руки при его написании [28].

Бесконечные потоки информации преследуют современного человека, не давая ему возможности расслабиться ни на секунду. Исследование «беловоротничковых» работников США, Китая, Южной Африки, Великобритании и Австралии показало: более половины своего рабочего дня они получают информацию и работают с ней, но не используют ее в своей непосредственной работе. Они признаются, что достигают своих пределов, после чего не могут адаптироваться к такому избытку информации [29].

Фантаст Нил Гейман рассказал, что строители частных тюрем, а им тоже надо знать свое будущее, планируют свой бизнес на базе простого алгоритма, отталкивающегося от числа 10-11-летних, которые не читают книг для удовольствия [30]. И еще один факт: китайцы хорошо работают по готовым планам, но у них плохо с воображением. Они направили делегацию в Apple, в Microsoft, в Google, чтобы работающие там рассказали о себе. Оказалось, что все они читали в детстве фантастику, и в результате Китай запустил издание фантастики у себя в стране, хотя до этого власть относилась к ней прохладно.

То есть чтение не просто тренирует мозги, а создает и новые умения, причем закладывает их с детства. Фэнтези, сменившее фантастику, выстроено больше под развлекательность, а не под развитие. Как, кстати, это произошло и с основными продуктами визуальной цивилизации — телесериалами и видеоиграми, в отличие от книги — основного продукта прошлой вербальной цивилизации. Из этого видно, как человек постепенно теряет способность концентрировать свое внимание. По этой причине, например, Британия пытается в школах переводить предметы в игровую форму, сделав это уже для десяти процентов предметов. Новый человек, как видим, требует более трепетного отношения к себе.

Вербальная цивилизация также создала книгу по правилам массовой культуры, где развлекательность была на первом месте. Но для основного массива книг развлекательность стояла на втором месте, а на первом были знания. Индустриализация и оборона как два основных «заказчика» типа человека XX столетия продиктовали цель в виде знаний. Это же делала и холодная война, которая была войной идеологической, войной идей. Человек XXI столетия расслаблен и управляется развлекательностью. Он все больше любит свое правительство за то, что оно дает ему новые телесериалы и видеоигры.

Массовая культура заменяет стране пропаганду. Чем лучше развита в стране массовая культура, тем ею легче управлять, поскольку все сидят у экранов, а не ходят по улице с протестами. Страна с сильной массовой культурой захватывает с ее помощью другие страны. Недаром ЦРУ спонсировало выставки американской абстрактной живописи по всему миру. СССР проиграл США именно в поле массовой культуры: западная культура, как и быт, легко победили советские. Приоритет советской высокой культуры не смог никак помочь, поскольку высокая культура всегда была более элитарной, а тут речь идет о том, что каждый бы хотел поддержать в своей руке.

Переслегин писал по поводу открытия музея братьев Стругацких: «Во время холодной войны у нас был один мир будущего, у них — другой. Сейчас у нас тоже вроде есть противостояние, но вопрос: а что же мы делим? Они говорят — впереди глобальное рыночное будущее, мы говорим — впереди глобальное рыночное будущее, и получается, что мы делим деньги. Но если за будущее можно многое потерять, вплоть до своей жизни, то за деньги мне, например, совершенно неохота ее терять. Возникает вопрос: наше отставание по отношению к Западу — конечно, технологическое, но я отношусь к этому спокойно, — технологии всегда можно украсть, не удастся украсть — можно купить, нельзя купить — можно, на худой конец, даже самим сделать. Есть инфраструктурное отставание, но не факт, что в ближайшем будущем мы будем так уж зависеть от инфраструктуры в сегодняшнем понимании. А вот отставание в концепциях — это очень важно. С 80-х годов XX столетия американцы создали как минимум две сильные концепции — концепцию (по счастью, уже покойную) устойчивого развития и конца истории, и концепцию технологической сингулярности — тоже не бог весть что, но это было два новых шага. Мы же за это время потеряли модель Ефремова - Стругацких и не сделали ничего нового» [31].

Здесь фантастика предстает уже как способ проектирования будущего, который ничем не отличается от научного и не менее важен. Сегодняшнее постсоветское пространство не задумывается над тем, какое будущее оно строит.

Книга в современном мире оказалась не столько трудной для чтения, сколько ненужной. У человека, перегруженного информацией, нет нужды в книге. Она действительно не дает ему ничего нового в плане фактической информации. Но художественная книга ценилась не за факты, а за социализацию, эмоции, за косвенное обучение взаимодействию с другими людьми. Красная Шапочка, нарушая правило не говорить с чужими, приносит беду в свой дом.

Еще шесть тысяч лет назад была найдена форма передачи информации в виде сказок [32-36]. Они обладали и развлекательностью, и информативностью, которая могла модифицировать поведение в нужную сторону. Сказки несут более древние представления наших предков, чем античность или христианство. И сказки, кстати, подсказывают ученым, что праиндоевропейский язык зародился не на территории современной Турции у неолитических фермеров девять тысяч лет назад, а в украинских степях, поскольку герой «кузнец» мог появиться только тут, где жили скотоводы и умели работать с металлом, то есть уже в бронзовом веке, шесть тысяч лет назад. Кстати, наиболее авторитетный среди американских естественников журнал Science тоже часто делает отсылки на украинские степи, когда говорит о месте возникновения праиндоевропейского языка.

Мы сталкиваемся сегодня с новой трансформацией процессов чтения. Современные студенты активно уходят от чтения классической литературы XIX и XX веков, поскольку им тяжело читать длинные тексты, которые к тому же являются и более сложными. Вулф считает, что нас должно беспокоить не их «когнитивное нетерпение», а «потенциальная неспособность большого числа студентов читать с уровнем критического анализа, достаточного для понимания сложности мыслей и аргументов, которые есть в более продвинутых текстах» [37]. Это нечто похожее на разницу в восприятии высокой и массовой культуры. Массовую культуру может воспринять каждый, а для восприятия высокой культуры необходимо определенное обучение.

Сегодня пришел новый тип чтения — «скольжение» [38-39]. После первого предложения человек пробегает текст глазами, не оставляя времени на глубокое чтение. Реально люди сегодня тратят на чтение больше времени, что связано как с информационным взрывом, так и с дигитальными технологиями. При этом подчеркивается, что до 1800 года люди читали интенсивно, у них было две-три книги, которые они многократно перечитывали. После люди стали читать экстенсивно — много книг и более поверхностно. Кстати, об этом же феномене чтения/перечитывания в свое время писал и Лотман.

Чтение с экрана характеризуется скольжением, поиском ключевых слов, одноразовостью и нелинейностью, а также отсутствием устойчивого внимания. Исчезает также глубокое и концентрированное чтение. То есть как в XIX веке люди стали читать более поверхностно, так и в XXI веке углубленное чтение вновь потерпело поражение.

Эдмудсон, посвятивший много работ изучению чтения, задает вопрос: «Мы, гуманитарии, спрашиваем себя, а нас спрашивает все общество: что мы можем дать студентам такого, что профессора экономики или бизнес администрирования дать не могут? Что мы предоставляем как индивиды в наших аудиториях, чего не могут дать компьютеризированные курсы?» [40].

И это он говорит на не очень приятном фоне. Япония и Австралия резко сокращают программы по социальным и гуманитарным наукам в своих государственных университетах, вплоть до закрытия таких программ. Сегодня им нужно только то, что может дать быстрый вклад в экономику.

Будущее приближается быстрее, чем мы думаем. Мир неумолимо движется к перекрестку, на котором произойдет смена правил игры. Сильные страны пытаются сформулировать эти правила под себя. Остальным придется подчиниться вне зависимости от их желания.

Будущее хорошо строят те, кто читал в детстве книги о будущем, поскольку они уже готовы к нему. У Хаксли есть хорошая фраза: «Не стоит становиться взрослым, не прочитав всех детских книг».

Литература

1. Ducharme J. A Third of Teenagers Don't Read Books for Pleasure Anymore // time.com/5371053/teenagers-books-social-media/.
2. Luscombe B. More Than Half of Teens Think They Spend Too Much Time on Their Phones // time.com/5373159/teens-smartphones-anxiety/.
3. Пашкина Т. Сколько книг в год прочитывают Украинцы: результаты опроса // thepoint.rabota.ua/skolko-knyh-v-hod-prochytuyvayut-ukrayntsy-rezultaty-oprosa-2/?utm_source=news&utm_medium=newsletter&utm_campaign=news_all2612&email=fashionlovers@ukr.net.
4. Почему украинцы перестали читать книги: результаты объемного исследования // www.segodnya.ua/ukraine/pochemu-ukraincy-perestali-chitat-knigi-rezultaty-obemnogo-issledovaniya-1109738.html.
5. Карпьяк О. Как заставить украинцев читать больше // www.bbc.com/ukrainian/ukraine_in_russian/2014/06/140626_ru_s_reading_statistics.
6. Українці стали менше читати, дослідження TNS // tns-ua.com/news/ukrainsyi-stali-menshe-chitat-issledovanie-tns.
7. Українців, які не уявляють життя без книги, поменшало // litakcent.com/2015/05/15/ukrajinciv-jaki-ne-ujavlajut-zhyttja-bez-knyhy-pomenshalo/.
8. Діти, з якими батьки регулярно читають книги, набарато частіше читають самостійно <https://tns-ua.com/news/diti-z-yakimi-batki-regulyarno-chitayut-knigi-nabagato-chastishe-chitayut-samostiyno>.
9. Кіно-спортивний липень: що українці читали в Wikipedia? // tns-ua.com/news/kino-sportivniy-lipen-shho-ukrayintsi-chitali-v-wikipedia/.
10. Борхес Х.Л. Книга // www.bibliomsk.ru/library/global.phtml?mode=10&dirname=borges&filename=-jlb26001.phtml.
11. Data Mining Reveals the Six Basic Emotional Arcs of Storytelling // www.technologyreview.com/s/601848/data-mining-reveals-the-six-basic-emotional-arcs-of-storytelling/.
12. There are just SIX plots in every film, book and TV show ever made: Researchers reveal the 'building blocks' of storytelling // www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3679510/There-just-SIX-plots-film-book-TV-Researchers-reveal-building-blocks-storytelling.html.
13. Phillips S. Can 'big data' find the next 'Harry Potter'? // www.theatlantic.com/technology/archive/2016/09/bestseller-ometer/499256.
14. Archer J. a.o. The Bestseller Code: Anatomy of the Blockbuster Novel. - New York, 2016.
15. Archer Jockers Book Consultancy and Manuscript Analysis // www.archerjockers.com/.
16. Ferguson D. Want to write a bestselling novel? Use an algorithm // www.theguardian.com/money/2017/sep/23/write-bestselling-novel-algorithm-earning-money.
17. Archer J. PhD Interviews // <https://jodiearcher.com/interviews/>.
18. Matthew L. Jockers. Noted // www.matthewjockers.net/noted/.
19. Stanford Literary Lab // litlab.stanford.edu/pamphlets/.
20. Allison S. a.o. Quantitative Formalism: an Experiment // litlab.stanford.edu/LiteraryLabPamphlet1.pdf.
21. Moretti F. Network Theory, Plot Analysis // litlab.stanford.edu/LiteraryLabPamphlet2A.Text.pdf.

22. Wolf M. Proust and the squid. The story and science of the reading brain. - New York, 2007.
23. Wolf M., Barzillai M. The importance of deep reading. Educ Leadersh. 2009 // <https://pdfs.semanticscholar.org/71cf/5d3dd4a5037003f0bca787874f2d68077cf9.pdf>.
24. Wolf M. a.o. The RAVE-O Intervention: Connecting Neuroscience to the Classroom // ase.tufts.edu/crlr/documents/2009theRAVE-Ointervention.pdf.
25. Frijters J. C. a.o. Reading Related Causal Attributions for Success and Failure: Dynamic Links With Reading Skill // ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/rrq.189.
26. Jabr F. The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens // www.scientificamerican.com/article/reading-paper-screens/.
27. Ball P. People Use Same Brain Regions to Read Alphabetic and Logographic Languages // www.scientificamerican.com/article/people-use-same-brain-regions-to-read-alphabetic-and-logographic-languages/.
28. Nakamura K. a.o. Universal brain systems for recognizing word shapes and handwriting gestures during reading // www.pnas.org/content/109/50/20762.
29. Jabr F. Why Your Brain Needs More Downtime // www.scientificamerican.com/article/mental-downtime/.
30. Гейман Н. Библиотеки, чтение и мечты: от чего зависит наше будущее // inosmi.ru/world/20131105/214394586.html.
31. Небо советской фантастики. Говорят создатели музея Стругацких // www.svoboda.org/a/29407584.html.
32. Yong E. The Fairy Tales That Predate Christianity // www.theatlantic.com/science/archive/2016/01/on-the-origin-of-stories/424629/.
33. Flood A. Fairytales much older than previously thought, say researchers // www.theguardian.com/books/2016/jan/20/fairytales-much-older-than-previously-thought-say-researchers.
34. Tehrani J.J. The Phylogeny of Little Red Riding Hood // journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0078871.
35. Silva da S.G. a.o. Comparative phylogenetic analyses uncover the ancient roots of Indo-European folktales // rsos.royalsocietypublishing.org/content/3/1/150645.
36. Tehrani J.J. a.o. Investigating cultural evolution through biological phylogenetic analyses of Turkmen textiles // www.ceacb.ucl.ac.uk/ceacb_files/misc/Tehrani_Collard_2002.pdf.
37. Wolf M. Skim reading is the new normal. The effect on society is profound // www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/25/skim-reading-new-normal-maryanne-wolf.
38. Liu Z. Paper to Digital. Documents in the Information Age. - Westport - London, 2008.
39. Liu Z. Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years // *Journal of Documentation* - 2005. - Vol 61. - N 6.
40. Edmundson M. Humanists should encourage students' transformation // www.insidehighered.com/views/2013/08/20/humanists-should-encourage-students-transformation-essay.

МЫ ЖИВЕМ В ДОМЕ БЕЗ ОКОН, ИХ ЗАМЕНЯЕТ ИНФОРМАЦИЯ, КОТОРУЮ НАМ ПРЕПОДНОСЯТ НА БЛЮДЕЧКЕ

Мы все вокруг видим глазами того или тех, кто нам рассказывает о людях и событиях. Сейчас, например, вышла книга воспоминаний дочери Стива Джобса, который по отношению к ней был просто ужасен. И теперь Стив Джобс в нашей голове тоже изменит свой облик. Он говорил, что первый компьютер Apple Lisa назван так не из-за нее, не обогревал ее спальню, умирая, сказал, что от нее воняет, как из туалета. То есть домашний Стив Джобс был не домашним, а «диким». Мы читали одни рассказы о нем, сегодня получили другой.

Информация в норме привязана к реальности, даже атеист иногда задумывается, а может, бог все же есть, хоть проявления его неясны. В норме реальность находится на первом месте, информация — на втором. Сегодня мы часто сталкиваемся с ситуацией, где информация находится на первом месте, а реальность на втором. Это фейки и дезинформация, слухи и конспирология, а также литература и искусство, существующие в симбиозе с реальностью, но не тождественные ей. Именно это описывает состояние постправды, когда информационные потоки стали столь сильны, что они сами решают, что есть правда, а что нет.

Информацией без связи с реальностью также наполняют бесконечные потоки, где информация и реальность не пересекаются или пересекаются изредка. Массы людей проводят все больше времени в этой искусственной реальности, погружаясь в информационные и виртуальные миры. В прошлом такой отрыв от реальности был опасен для человека в плане его выживания. Но сегодняшний человек часто не ставит выживание на первое место, поэтому не работа, а досуг является его приоритетом. По этой причине он может проводить многие часы в виртуальной реальности: от видеоигр до телесериалов.

Информационная реальность, виртуальная реальность и подлинная реальность составляют треугольник, в котором вершины необязательно соответствуют друг другу. Мы можем, к примеру, преувеличивать значимость события или преуменьшать его. При этом событие остается тем же, мы просто меняем его статус в виртуальном пространстве. То есть перед нами два типа связи: реальность как информация и реальность как виртуальность.

Информационное и виртуальное пространство представляют особую ценность для государств, поскольку позволяют управлять двумя важнейшими составляющими массового сознания: представлениями о прошлом и представлениями о настоящем. В последнем случае речь идет и об информационной повестке дня, которая позволяет удерживать внимание об одном событии, тем самым «заглушая» остальные.

Изменение памяти в принципе — одна из функций, особо волнующих государство, поскольку в этом оно видит источник своей легитимности. Из истории можно брать доказательства для легитимизации любого сегодняшнего развития событий. В этом смысле история очень опасна. Если Хрущев назвал

писателей «автоматчиками партии», то историки вообще — автоматчики любой власти, поскольку история позволяет со ссылками на прошлое оправдать любой шаг. То же происходит с литературой и кино, которые, с одной стороны, могут реинтерпретировать что угодно, а с другой, обладают большим воздействием, чем любой текст по истории. Они тоже строят мир в наших головах, причем в ряде случаев непонятно, то ли они открывают окна в наш дом, как утверждают, то ли, наоборот, закладывают их кирпичами.

В принципе, мы живем в мире «чужой» информации, поскольку своими глазами можем увидеть только малую толику действительности. Все остальное нам рассказывают и показывают другие. А у них всегда иные приоритеты.

По сути, каждый раз создается модель понимания действительности, но под конкретным углом зрения, и одновременно «куется» модель непонимания той действительности, которая подается другими под иным углом зрения. Во втором случае аргументы и доводы, как и сама действительность из контрсторичника перестает быть адекватной тому, что выстроено в голове у потребителя информации, поэтому он сам откидывает их, выступая в роли собственного цензора.

Можно усиливать выгодное прошлое в наших головах, чтобы приглушить невыгодное настоящее. А будущее вообще находится в руках спикеров, которые могут обещать золотые горы. Реальный мир при этом не играет никакой роли, поскольку мы видим в нем только то, что задают нам чужие глаза.

Разницу между этими двумя моделями, происходящими из двух разных источников, и пытается закрыть то, что именуется то критическим мышлением, то медиаграмотностью. Но все это красивые слова, поскольку отсутствие времени и избыток информации, приведшие к тому, что главным ресурсом стало внимание, не дают возможности заниматься анализом. Тем более медиа сегодня и не дают информации в старом понимании как чистого факта. Факт теперь всегда «упакован» в анализ, интерпретацию, мнение. А они в свою очередь отражают политический или иной взгляд на факт, а не сам факт как таковой. Факт спрятан в «капусту» интерпретаций и мнений, и мало у кого есть время это все распутать.

В свое время Ш. Аенгар предложил делить новости на тематические и эпизодические. Они принципиально различны. Эпизодические сфокусированы на индивиде, тематические — на проблеме. Эпизодические — на разовом событии, тематические — на тренде. И самое главное — эпизодические акцентируют то, что сделал неправильно человек, что привело к проблеме, тематические — какие социальные условия порождают проблему [1].

Условный пример: человека сбила на переходе машина. В эпизодической новости будет виноват он, но когда мы расскажем, что на этом переходе часто сбивают людей, то виноватой будет полиция. Эпизодические новости убирают контекст ситуации, рассказывая только о самой ситуации.

Новости, с которыми мы имеем дело, в основном подаются как эпизодические, поскольку новости, организованные тематически, заставляют государство решать проблемы, а не перекладывать всю вину на человека. Эпизодические новости винят в проблеме человека, а тематические - государство. А государство всегда старается переложить вину с себя.

Самыми главными распространителями фейков являются сами люди. Их включают в процесс этого распространения, подбрасывая им «горячую» информацию. Трудно удержаться и не поделиться этой информацией, как это было в доинтернетовскую эпоху со слухами и анекдотами. Тогда новый анекдот доходил из Москвы до Владивостока за три дня.

В случае фейков и подобных вещей дело вовсе не в них самих. Фейки работают над созданием и удержанием неразрывной связки информации с конкретной структурностью нашего разума. Работающий фейк находится в симбиозе с потребителем информации. По сути это вынесенный наружу сегмент наших представлений о мире: или реальных, или желаемых.

Фейк активируют в нашем мозгу, чтобы подкрепить то представление о мире, которое выгодно кому-то. Фейки не рассказывают обманых историй по литературе, искусству, науке. Эта информация никого не интересует. Они переписывают критические фрагменты нашей модели мира. Например, российские тролли добрались даже до Австралии, где дают свою интерпретацию истории сбитаго над Донбассом малайзийского лайнера МН-17 [2-3].

Российские тролли также вмешивались в дискуссию о пользе/вреде вакцинации в США. Это происходило с июля 2014 года до сентября 2017-го. Причем они старались вписать вакцинацию в политический дискурс, чего до этого в США не было. Например, в одном из твитов писалось, что только элиты получают чистую вакцину. А в другом звучал вопрос: «А вы знали, что у правительства есть секретная база данных о детях, которым вакцины нанесли вред?» [4-8].

В целом же антивакцинные сообщения характеризовали вакцины как рискованные для людей. 43% этих твитов были за вакцины, 38% — против, а оставшиеся 19% были нейтральными. Как говорит один из исследователей, «выступая на обеих сторонах конфликта, они подрывают веру общества в вакцинацию и подвергают нас всех риску заражения инфекционными заболеваниями».

То есть в данной, как и в других информационных онлайн-кампаниях целью является разжигание споров, чтобы увеличить поляризацию общества. И здесь работают все дискуссионные темы (миграция, мусульмане и подобные), которые в случае президентской кампании в США создавали в головах ощущение наступления хаоса в стране, на что более сильно реагировали избиратели-республиканцы.

В своей новой книге «21 урок для 21 столетия», как, кстати, и в других своих работах, Харари пишет о виртуальной действительности: «Люди всегда жили во времена постправды. Homo sapiens является существом постправды, чья сила зависит от способности создавать и верить вымыслам. Уже со времен каменного века самоусиливающие мифы служили объединению человеческих сообществ. И действительно Homo sapiens захватили эту планету прежде всего благодаря уникальной человеческой способности создавать и распространять вымысел. Мы единственные млекопитающие, которые могут сотрудничать с многочисленными чужаками, поскольку только мы можем придумывать разные истории, распространять их и убеждать миллионы других поверить в них. До тех пор пока мы все верим в тот же вымысел, мы подчиняемся тем же законам и потому можем успешно сотрудничать» [9].

Мир — это вовсе не то, что мы видим перед собой, это то, что нам рассказали о нем. По этой причине власть больше борется с теми, кто ее критикует за разбитые дороги, а не с теми, кто эти дороги должен ремонтировать. Это все потому, что статью прочтут все, а дыры на дорогах увидят только водители.

Соцмедиа дали реальную возможность влиять сразу на весь мир. И это не только вмешательство в президентские выборы в США и Франции или в референдумы — Брекзит и в Каталонии. Сегодня вскрыто множество операций влияния на Ближнем Востоке, в Латинской Америке, Британии и США.

Сегодня американские структуры по национальной безопасности готовятся к отражению российского вмешательства в президентские выборы 2020 года. Глава национальной разведки Д. Коутс акцентирует следующее: «Россия использует многочисленные способы влияния: через медиа, социальные медиа, с помощью ботов, людей, которых нанимают, с помощью подставных фигур — все это, и потенциально больше» [10].

Наибольшей силой воздействия обладает не сама информация, а ИНФОРМАЦИЯ + ЭМОЦИИ. Формулой фейка является «неправдивая информация + эмоции». Эмоции побуждают людей к действию. Каждая революция, например, это борьба за справедливость. Украина прошла больше революций, чем любая другая страна, правда, справедливость пока не достигнута.

Мы всегда боремся за нашу победу, предварительно пытаюсь подогнать под «нашу» как можно больше сторонников. Но для этого у них в головах «их» мир должен стать «нашим». Тогда они все будут видеть «нашими» глазами. И это делают медиа, образование, наука, культура. Мир должен быть сначала «взорван» для того, чтобы его смогли собрать снова на других основаниях. И это происходит после каждой революции.

Х. Борхес завершает свое эссе «Скрытая магия в «Дон Кихоте» такими словами: «Почему нас смущает, что Дон Кихот становится читателем «Дон Кихота», а Гамлет — зрителем «Гамлета»? Кажется, я отыскал причину: подобные сдвиги внушают нам, что если вымышленные персонажи могут быть читателями или зрителями, то мы, по отношению к ним читатели или зрители, тоже, возможно, вымышлены».

Мы живем в информационной «матрице», которую холют и лелеют, поскольку она в конечном счете предопределяет наше поведение. Когда матрица дает сбой, начинаются революции, поскольку расхождение между реальностью и рассказом о ней резко увеличивается, чего в норме не должно быть.

Литература

1. Episodic vs. Thematic Stories // www.frameworksinstitute.org/assets/files/framebytes/framebyte_thematic.pdf.
2. Russian trolls targeted Australian voters on Twitter via #auspol and #MH17 // theconversation.com/russian-trolls-targeted-australian-voters-on-twitter-via-auspol-and-mh17-101386.
3. Сошников А. «Отправьте правительство в ад»: российские интернет-тролли уже в Австралии // www.bbc.com/russian/features-45268938.
4. Broniatowski D.A. Weaponized Health Communication: Twitter Bots and Russian Trolls Amplify the Vaccine Debate // *American Journal of Public Health*. - 2018 - doi:10.2105/AJPH.2018.304567.

5. Glenza J. Russian trolls 'spreading discord' over vaccine safety online // www.theguardian.com/society/2018/aug/23/russian-trolls-spread-vaccine-misinformation-on-twitter.
6. Howard J. Why Russian trolls stoked US vaccine debates // www.cnn.com/2018/08/23/health/russia-trolls-vaccine-debate-study/index.html.
7. Российскую «фабрику троллей» обвинили в разжигании споров о вреде прививок // meduza.io/feature/2018/08/24/rossiyskuju-fabriku-trolley-obvinili-v-razzhiganii-sporov-o-vrede-privivok.
8. Интернет-тролли из России пытаются подорвать веру американцев в прививки. Зачем? // www.bbc.com/russian/features-45294528.
9. Harari Y. 'Humans are post-truth species' // www.theguardian.com/culture/2018/aug/05/yuval-noah-harari-extract-fake-news-sapiens-homo-deus.
10. Holland S. a.o. Trump national security team says Russia behind effort to meddle in U.S. elections // www.reuters.com/article/us-usa-election-security/us-cites-pervasive-russian-efforts-to-weaken-election-idUSKBN1KN2KQ.

УКРАИНА СТОИТ ПЕРЕД ДВЕРЬЮ В БУДУЩЕЕ, ОТ КОТОРОЙ У НЕЕ НЕТ КЛЮЧА

Прошло то время, когда за информацией приходилось гоняться. Теперь, наоборот, информация гоняется за нами. Наш мир постепенно становится не физическим, а информационным или виртуальным. К последним относятся, например, телесериалы, исподволь заменяющие книги, которые шаг за шагом становятся приметой нашего прошлого. Постоянно растет число нечитающих детей. Так что будущее книги печально, если государство пустит эти процессы на самотек. Нас ждет либо редкость книги, как в средние века, когда только богатые могли иметь два-три текста на пергаменте, либо сжигание книг как вредных, что красиво описал Рэй Брэдбери.

Социальные медиа создали ситуацию, при которой на человека обрушивается целый информационный вал, который он не в состоянии обработать. Его физиология не рассчитана на работу с такими объемами информации. В результате возникла экономика внимания, задачей которой является привлечение и удержание внимания в этом новом информационном мире.

Еще сильнее, чем видимые, на нас влияют невидимые воздействия. Например, в поиске Google 50% просмотров приходится на первые два выдаваемых результата, 90% касаются первых десяти результатов. А что же остальные тысячи, стоящие за ними? Их, получается, не смотрит никто, зато они создают ощущение объективности. Каждый реально может их посмотреть, но не смотрит.

Facebook держит нас в жестких информационных пузырях, давая нам информацию только от наших друзей и знакомых. В результате мы не получаем той информации, которая бы противоречила нашим представлениям, живя в информационном комфорте, который не развивает наши мозги.

Instagram вынуждает девушек спешить к пластическим хирургам. И они сами принимают такое решение, никто их не заставляет.

Когда с помощью Cambridge Analytica вмешивались в американские президентские выборы, то для этого создавали психологические профили групп людей. Они создавались по результатам анализа лайков Facebook. Когда человек получает сообщение, опирающееся на такой анализ, от него можно получить на 40% больше кликов и на 50% больше покупок. Сегодня это направление из микротаргетинга переименовали в психологический таргетинг, от которого у человека практически нет защиты.

Вместе с переполнением информацией мы получили потерю доверия. Мы не верим власти, газетам, телевидению. Остался узкий круг друзей и знакомых, доверие к которым не потеряно. Это доверие коренится в межличностных коммуникациях. Мы знаем человека лично, поэтому ему верим. Такой же круг «своих» образуется и в соцмедиа.

Интернет на первом этапе получил бурное развитие и политическую поддержку, потому что считалось, что таким образом, дав голос малым группам и помогая их организационным задачам, можно будет менять диктаторские режимы.

Арабская весна заслужила в этом плане аплодисменты, но дальше дело не пошло. На сегодня многие государства уже научились сдерживать протестность в интернете. Сильным примером стал Китай, который к 2020 году вообще накрывает страну системами наблюдения, когда каждый гражданин будет бояться потерять баллы за плохое поведение в рамках системы социального кредита.

Интернет сегодня перестал быть Дедом Морозом, которого боятся правительства, а стал Снегурочкой, которая сама боится всех. Технические платформы, например, не желая терять китайскую аудиторию, стали идти на разные уступки.

Ю. Харари в статье «Почему технологии предпочитают тиранию» подчеркивает, например, то, что раньше человек был в центре хоть в СССР, Германии или США. Сегодня правительства заговорили не о человеке, а о глобализации, блокчейне, генетическом инжиниринге, искусственном интеллекте, машинном обучении. И люди понимают, что все эти слова не о них. В ближайшем будущем именно люди становятся самым ненужным классом. Повсеместный приход популистов к власти отображает эти страхи.

Мы боимся того, чего еще нет. Но это страх парализующий. А нужен страх, который вытолкнет нас на активные действия по спасению ситуации.

Политики в выборах ориентируются на определенные социальные слои, оставляя остальных вне своих интересов, если те не готовы за них голосовать. Более того, некоторые политические технологии даже направлены на то, чтобы удержать не своих избирателей от прихода к избирательным участкам, ведь они могут проголосовать за противника. Во времена Ельцина, например, программа Время могла показать поджоги дач, чтобы удержать пенсионеров от похода на избирательные участки и отправить их за город. В Украине часто используется метод внесения в мозги избирателей идеи безуспешности голосования за того или иного кандидата, являющегося противником власти.

Власть во всех странах живет в выдуманном мире своих успехов. Но никто не обращает внимания на море нерешенных проблем. В другом своем выступлении

Харари сказал, что человечество стоит перед экзистенциальным кризисом, вызванным тремя пересекающимися проблемами: ядерная война, изменения климата и технологический разрыв: «Все эти проблемы являются в основе своей глобальными. Это должно быть понятно всем, особенно политикам, что нет национального решения ядерной войны, изменения климата или технологического разрыва. Нельзя построить стену против ядерной зимы или против глобального потепления, нельзя урегулировать искусственный разум или биотехнологии на национальном уровне. Поскольку никто не хочет оказаться позади, никто не будет ограничивать свои исследования и развитие, если другие страны не примут похожих ограничений. Глобальная кооперация является первым и необходимым шагом, стоящим перед нашим выживанием как человечества».

Страшно далеки они от нашего народа, хочется сказать этим нагнетателям страхов. Наши страхи другого порядка. Это тоже экзистенциальные страхи. Только не всего человечества, а конкретной страны и ее людей. Выживем ли мы, а не все человечество.

Украина как общество сегодня очень поляризована, все мыслят по-разному. Одни видят будущее в прошлом, другие — в чем-то новом. Одни смотрят на Запад, другие — на Восток. Поляризация выводит на улицы радикалов, которые хотят добиться своих целей немедленно, без выборов и раздумий.

Украина нуждается в новых специальностях, в новой системе образования и науки, инновационной поддержке для входа в новый технологический уклад. Когда всего этого нет, дверь в будущее для нее будет закрытой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мир стал более информационным, чем был раньше. Это усиление и привело к тому, что информационные «мускулы» могут теперь действовать самостоятельно, оторвавшись от реальности, чтобы породить дезинформацию и фейки. Теперь информационному пространству не нужна сцепка с физическим и виртуальным, как это было раньше. Теперь это не только свойство религии, идеологии, литературы, а вообще всей жизни.

Дезинформация и фейки, придя в нужное место и в нужное время, совершают то, что казалось невозможным ранее. Информационные волны оказались способными побеждать любые физические преграды.

Религия и идеология, которые в виртуальном пространстве также выступали в роли моделей мира, определяющих раньше наше поведение, подвергаются существенной эрозии. Сегодня телесериал может продвигать идеи лучше, чем вчера школа.

И самое главное состоит в том, что мир не знает, что ждет его завтра.

Библиотека ОО «Детектор медиа»
(ДЕЗ)ИНФОРМАЦИЯ / Георгий Почепцов

Общая редакция – Наталья Лигачева, Галина Петренко
Редактор – Марьяна Олийнык
Литредактор – Катерина Потапенко
Дизайн и верстка – Александр Иванов

Тираж: 500 экземпляров

Сегодняшний мир строится не только с помощью информации, но и дезинформации.

Чем серьезнее событие, тем больше о нем появляется дезинформации, которая пытается исказить реальность.

Однако у человека нет способности различать информацию от дезинформации.

Этому следует учиться, чему и посвящена данная книга.

Для широкого круга читателей.



Георгий Почепцов

Доктор филологических наук, профессор Мариупольского государственного университета, эксперт по информационной политике и коммуникационным технологиям. Был заведующим кафедрой информационной политики Национальной академии государственного управления при Президенте Украины, заслуженный журналист Украины. Автор многочисленных книг о коммуникационных технологиях.

ISBN 978-966-437-563-1



9 789664 375631 >