

Когнитивные войны и операции



(№5 [373] 01.05.2020)
Автор: [Георгий Почепцов](#)

Статья первая. Когнитивная война набирается сил

Когнитивная война была всегда, поскольку за наши мозги всегда боролись религия и идеология, только сегодня она становится намного успешнее, поскольку более точно может определять точки воздействия в когнитивной системе. Именно так работали, к примеру, миссионеры, обращая в свою веру самые разные народы.

И за когнитивной войной будущее по множеству причин. Перечислим некоторые из них. Во-первых, это мягкая война, в ней нет человеческих жертв, а именно так движется человечество, уходя от войны тел к войне за разум. Во-вторых, она может быть невидимой войной, когда результаты ее появляются, то изменить уже ничего нельзя. В-третьих, это война за интеллект и с интеллектом, поэтому перед ней открываются самые широкие перспективы по мере развития искусственного интеллекта. Суммарно следует признать, что это война относится к числу мягких, а не жестких. Это война может проходить практически незаметно. И это интеллектуальная война, против которой бессильна война физического порядка, на которую и ориентированы по большому счету вооруженные силы.

Когнитивная война призвана реструктурировать модель мира индивидуального и массового сознания в пользу того, кто ее ведет. Это делается за счет множества информационных и виртуальных интервенций, учитывающих слабые места атакуемого индивидуального и массового сознания. За атакуемой страной может закрепиться понимание *failed state* или *страна-изгой*, и ее лишат кредитов, а война превратится в финансовую. Лидер страны может лишиться авторитета. Враждующие социальные группы могут вступить в войну друг с другом. Все это примеры разрушения единства страны, которые не дают ей возможности стать сильной в противостоянии с противником, условным или настоящим, причем задолго до того, как противник "сурово нахмурит брови".

Приведем некоторые варианты понимания сути когнитивной войны как нового понятия, предлагаемые исследователями. Например, такое представление: "Когнитивная война является стратегией, сфокусированной на изменении того, как целевое население думает, и с помощью этого на том, как оно действует" [1].

И еще: "Когнитивная война действует на стратегическом уровне, пытаясь разрушать и разделять целевые общества в мирное время с помощью некинетических средств. На оперативном уровне стратегия когнитивной войны опирается на информационные операции, сборе и распространении дезинформации, пропаганде и политической чувствительной информации, как фейковой, так и реальной. На тактическом уровне это включает использование пропаганды и связанных политических типов подрывной деятельности, распространяемых с помощью традиционных и социальных медиа". Как видим, опорой становятся уже имеющиеся в обществе конфликты. А таких конфликтов (политических, идеологических, исторических, языковых) всегда есть достаточное количество в любом обществе. Тем более, если они будут еще и сознательно усиливаться извне. Это разрушение единства общества, что ведет к его ослаблению.

Авторы исследования акцентируют: "Когда российские кампании когнитивной войны получают успех, это происходит по той причине, что нарратив, продвигаемый Россией, более убедителен для имеющихся групп населения, чем альтернативы, предлагаемые самим государством или обществом. Когнитивная война расцветает в политических системах, где низко доверие к правительству, где социальные разломы разделяют людей по глубинным этническим, политическим, экономическим, социальным и культурным линиям, и где большие объемы населения чувствуют свою отдаленность от государства и своих сограждан. Российские дезинформационные и пропагандистские кампании эффективны, когда они усиливают существующие взгляды, предрассудки и предубеждения, существующие внутри целевого общества". Тут не хватает указания еще и на то, что атмосфера неудовлетворенности может создаваться и в чисто физическом пространстве. Это может быть, к примеру, нехватка продуктов, высокие цены, показная роскошь других. Это накопление обид, которые потом могут "взрываться" в выборах или протестах.

К этому следует добавить и то, что когнитивную войну не только не знают, но и не любят военные, а именно они и должны иметь ее в своем арсенале. Один из анализов констатирует: "Когнитивная война не является борьбой, к которой стремится большинство профессиональных военных. Мало обсуждаемый аспект ее состоит в том, что наша военная и стратегическая культура воспринимают ее как глубоко бесчестную борьбу. Культурное предубеждение, если не реальное когнитивное слепое пятно, работает здесь и замедляет наше реагирование" [2].

Военные эксплуатируют то, что есть. Они не столько вводят что-то новое, как усиливают уже имеющееся. Наш мир более управляем, чем это нам представляется. Наше прошлое более серьезно влияет на наше будущее, чем мы думаем. Генерал-лейтенант Винсент Стюарт в принципе вообще видит современную войну как когнитивную битву [3]. По этой причине информацию надо контролировать: "Если вы не контролируете информацию или ваш цикл принятия решений разрушен, или ваши когнитивные возможности пострадали, тогда вы не сможете выиграть или эффективно бороться". И еще одно его замечание: "Те, кто побеждает в битве за информацию, выигрывают все". Кстати, Стюарт считает когнитивную войну последним на сегодня пятым поколением войны [4]. А одно из вышеприведенных исследований констатирует, что сделать общество невосприимчивым к российской когнитивной войне можно только за десятилетия, а не годы [1]. Все это, вероятно, является следствием тех же прошлых десятилетий, во время которых постсоветские страны находились под влиянием общих информационных и виртуальных потоков, как в СССР, так, кстати, и во времена царской России, когда и была создана общая ментальная система.

Очень интересно реинтерпретировал ситуацию когнитивного типа войны представитель разведсообщества С. Грин. Он как бы нашел новые точки конкретизации, что же это такое: "Когнитивная война представляет собой не просто расширение

информационных операций. Несмотря широту подхода и разнообразия его элементов, когнитивная война должна пониматься не как случайный набор свободно связанных подходов, а как искусство, существующее в сфере “морального пространства” войны. Оно присутствует там, как маневренная война существует в “физическом пространстве”. Таким образом, когнитивная война так относится к моральному пространству, как маневренная война к “физическому пространству” – оба являются подвидами более общих конструктов и неодинокими в этой категории. Используемая сознательно или случайно когнитивная война может 1) создавать поддержку конфликта у нужного населения и 2) атаковать когнитивные слабости вражеского населения, чтобы обойти превосходящие военные силы. По сути когнитивные войны стараются разрушить волю противника, а не саму его способность воевать” [5]. То есть, говоря другими словами, действуют на мозги, а не на тело, затрудняя военное реагирование. Грин также акцентирует следующее слабое место в западном варианте коммуникаций: *“Западный дискурс особо уязвим для разрушения из-за внимания, уделяемого демократическому плюрализму, политической корректности, а также преобладанию культуры вины. Фактически эти факторы среды определяют принятый дискурс, когда все точки зрения принимаются во внимание и признаются “легитимными”, если они отличны от других”*. Это один из самых понятных выводов. Систему, которая изо всех сил удерживает доминирование одного дискурса, атаковать сложнее, чем систему с плюрализмом дискурсов, поскольку в этом плюрализме всегда может присутствовать “анти-дискурс”, запущенный специально.

Когнитивные проблемы в принципе более широко представлены в реальности, чем нам кажется. Вероятно, к этой проблематике мы должны отнести и такую квази-военную сферу, как проведение допросов и под., где также пытаются “точечным” способом вывести человека на выдачу нужной информации. Понятно, что перед нами коммуникация. Но она отличается от традиционного понимания тем, что точка воздействия здесь определяется очень четко. Это попытка управлять мышлением. В модели Оруэлла эта попытка достигалась с помощью отбора слов, а в данном случае акцент делается на том, что стоит за словами, которые лишь поверхностно манифестируют нужные цели. Социальные медиа как участник процесса воздействия оказались его “лакомым элементом”, поскольку усиливают важные для воздействия моменты. Среди других аспектов, обеспечивающих, например, успешность российских информационных операций, называют такие: исторические отношения целевой страны с Россией, процент этнических русских среди населения, этническая гомогенность, расовый конфликт, миграция, национальный контроль медиа и интернета, уровень доверия между гражданами и их правительствами

Коронавирус по-настоящему “встрянул” Twitter, Facebook, YouTube в борьбе с фейками, чего они долго до этого не могли сделать. М. Цукерберг объяснил это тем, что в случае медицины различия между плохой и хорошей информацией более понятны, чем в случае политики: “Когда вы имеете дело с пандемией, многие люди переступили порог. Поэтому легче задавать политику, которая будет более черной и белой и занимать более жесткую позицию” [7]. Коронавирус предстал внезапно как способ применить свои силы против традиционного врага, которое теперь вписывают в причины коронавируса. А современные враги – это не те с кем ведется физическая война, с ними ведется война информационная, виртуальная, когнитивная – война в головах людей.

Сегодня заговорили о том, что коронавирус может изменить расклад сил в глобальной политике. Китай может занять новое место в этом раскладе, несмотря даже на то, что вирус пришел от него. Но получается, что важны не причины, а следствия. Аналитики пишут: “Глобальный порядок” имеет тенденцию сначала меняться постепенно, а потом внезапно все сразу становится другим. В 1956 провальная интервенция в Суэц заложила падение британской мощи и задала конец британскому правлению как глобальной силы. Сегодня американские политики должны признать, что если США не смогут подняться, чтобы соответствовать моменту, пандемия коронавируса может означать другой вариант “суэцкого момента” [8]. Коронавирусом воспользовались, чтобы пугать страхом, подталкивать покупать псевдолекарства, создавать внимание к своей рекламе [9]. Все это можно обозначить термином коммерческая дезинформация. До этого мы больше имели дело с политической дезинформацией, особенно в период выборов. Выборы и ситуация с коронавирусом имеют то общее, что и тут, и там велика роль неопределенности. А она порождает не просто отсутствие информации, а и желание заменить ее чем-угодно. Тем более страх за свою жизнь заставляет людей читать многое без разбору, когда эмоциональное побеждает рациональное.

В свою очередь этой ситуацией воспользовались для “стрельбы” по своим традиционным врагам. Россия, Китай и Иран начали связывать коронавирус с привычной антиамериканской тематикой [10]. Медицинский кризис стал работать на четкие политические цели, выверенные десятилетиями. Коронавирус пришелся кстати, оживив старые нарративы и сделал их актуальнее [11]. Он в общем и целом сразу стал частью государственной политики по борьбе с традиционным врагом. При этом выборы удерживают внимание и к войне с помощью твитов, ведущейся из-за рубежа [12 – 13].

Информационное пространство на наших глазах стало намного мощнее, чем раньше, но одновременно оно потеряло очень важный параметр – достоверности своих сообщений. Многие из того, что распространяется должно идти под рубрикой “хотите верьте – хотите нет”. Однако отсутствие такой цензуры было важной составляющей бизнес-роста техгигантов. В США также сегодня в принципе недостаточно достоверная информационная среда. Например, 41% американцев считают, что новости сегодня менее достоверные, чем раньше [14]. Они ищут достоверные источники, но при этом 28% получают свои новости из источников, которые сами признают недостоверными. При этом интересно и важно то, что 20% ищут новости из источников, которые имеют иную точку зрения, чем их собственная. Кстати, это и частичный ответ на вопрос, почему на постсоветском пространстве люди смотрят и провластные, и антивластные телеканалы. Получается, что они хотят услышать о власти из оппозиционного источника, считая его более объективным по отношению к власти.

Не менее важным представляется выделение типов потребителей новостей в США. Социальные сети и новости от сверстников больше всего потребляют молодые, женщины, с малым образованием и малыми доходами. Читатели газет существенно старше. Радионовости потребляют работающие мужчины с высшим образованием. Онлайн-новости принадлежат молодым, более образованным, зарабатывающим больше. Женатые/замужние попали в отдельную графу. Среди них втрое больше считают достоверными новости от друзей, семьи и своих сверстников. Они наполовину меньше ищут оппозиционную точку зрения, чаще берут новости из источников, которые считают менее достоверными. То есть вполне благонадежные с точки зрения государства “ребята”. Кстати, женатых больше любили и в советское время, только их можно было отправлять за границу.

Есть и существенные трансформации информационного ландшафта, происходящие на наших глазах. Оно возникло с приходом на авансцену нового поколения, у которого всегда были и будут другие мозги. Миллениалы, которые выросли и обзавелись деньгами, трансформировали под себя то, что могло умереть, например, порно контент: «несмотря на бесконечный доступ к бесплатному контенту, миллениалы, уже привыкшие платить за сериалы, музыку и фильмы, охотно начали тратить деньги на стриминговые платформы с порно контентом. Почти треть миллениалов расходовали в два раза больше, чем старшее поколение. Повзрослевшие подростки, в отличие от сорокалетних, всегда ищущих выгодные цены, были готовы платить больше за удобство и интересный контент. Также для них было важно поддерживать влиятельных по их представлениям людей, чтобы ощущать свою причастность к их успеху» [15].

И еще один такой пример того, как индивидуальное поведение меняет социальное: «Любовь 20-30-летних к социальным сетям породила огромную индустрию влияния и дала жизнь новым отраслям и площадкам онлайн-торговли. Важнейшую роль здесь сыграл Instagram: согласно исследованиям, миллениалы не только покупают одежду и продукты, которые хорошо выглядят на фотографиях, но и путешествуют, опираясь в основном на фактор, называемый *instagrammability* («инстаграмность»). По данным британского издания *Independent*, почти половина молодых путешественников выбирает поездки в те места, которые хорошо смотрятся на снимках в соцсети: чтоб не только самим насладиться пейзажами, но и заслужить всеобщее одобрение и получить новых подписчиков. Это подтверждают и другие отчеты. После «высокой инстаграмности» среди важных пунктов миллениалы отметили стоимость и наличие алкоголя, возможности для личного развития и местную кухню. Осмотр достопримечательностей остался на последнем месте — за него проголосовали 3,9 процента опрошенных. Таким образом «инстаграмность» затронула большую и значимую сферу, и владельцы отелей бросились делать свои апартаменты фотогеничными, а рестораторы принялись за экстравагантные подачи традиционных блюд» (*там же*). Мы видим, что новые мозги привнесли новое видение мира, которое сквозь сети стало воплощаться в действительность.

Информационные и виртуальные потоки активно меняют наши мозги. Когда это делают военные по отношению к своему противнику, это именуется когнитивной войной. Но по сути перед нами идут те же процессы, хотя и в совершенно мирных контекстах. Правда, и объект воздействия тот же — человеческий разум. Военные исследователи практически всех стран (от США до Китая) берут сегодня когнитивную войну под особое внимание, чтобы не дать своему потенциальному противнику раньше их овладеть этим искусством на новом уровне [16 – 20]. И это понятно, поскольку техника может меняться ускоренными темпами, но человеческий разум будет оставаться тем же, поэтому опасность такого подхода будет только расти, а стоимость ведения такой операции падать.

И напоследок бонус тем, кто дочитал — нечто веселое по поводу реагирования на коронавирус. Н. Петров пишет: «Историю про недоверие к авторитетам подогревает еще и семантическое поле приключившейся напасти, связанное с представлениями о короне. Скажем, возникает интернет-мем про «коронавирус в России», где изображены Киркоров, Басков, Сергей Зверев и Галкин в коронах. Другие картинки высмеивают таким образом первых лиц государства. В обоих случаях сообщение понятно: не так страшен вирус, как некоторые личности в стране. Бумерангом это недоверие к властным институтам и отдельным персонажам усиливает паранойю в отношении вируса. Наконец, к осмыслению коронавируса подключается «советская ментальность», породившая замечательный мем: фотография знаменитого баллама «Звездочка», а под ней подпись: «Российские ученые нашли лекарство от коронавируса, но они не могут его открыть». Надо было жить в СССР, чтобы понять, о чем здесь речь. Так же мы плодим «героические нарративы» о сопротивлении вирусу во имя общественного долга: мол, какие бы болезни ни были, а работать надо, мы духовно стойкий народ, мы затынем пояса и вытрем всем сопли и т.д. Человек, мужественно идущий на работу в соплях, популярная фигура в определенных сегментах рунета. Отчасти поэтому так тяжело России объявлять карантинные мероприятия и меры, они в действительности противоречат героическим нарративам поведения в быту, которые в большинстве своем хоть и родом из СССР, но активно культивировались в последнее время. Разумеется, с советскими представлениями связана и закупка строго определенного списка продуктов, где в топе — гречка» [21]. Это явно один из когнитивных приемов борьбы со страхом — посмеяться над ним...

Литература

1. Backes O. a.o. Cognitive warfare. The Russian threat to election integrity in the Baltic states <https://www.belfercenter.org/sites/default/files/2019-11/CognitiveWarfare.pdf>
2. Bienvenue E. a.o. Cognitive warfare <https://cove.army.gov.au/article/cognitive-warfare>
3. Underwood K. Cognitive Warfare Will Be Deciding Factor in Battle <https://www.afcea.org/content/cognitive-warfare-will-be-deciding-factor-battle>
4. Pomerleau M. DIA director: We are preparing to fight the last war <https://www.c4isrnet.com/show-reporter/dodiis/2017/08/14/dia-director-we-are-preparing-to-fight-the-last-war/>
5. Green S.A. Cognitive warfare <http://www.theaugeanstables.com/wp-content/uploads/2...>
6. Jakubowski G. What's Not to Like? Social Media as Information Operations Force Multiplier <https://ndupress.ndu.edu/Media/News/News-Article-View/Article/1914738/whats-not-to-like-social-media-as-information-operations-force-multiplier/>
7. Smith B. When Facebook Is More Trustworthy Than the President <https://www.nytimes.com/2020/03/15/business/media/coronavirus-facebook-twitter-social-media.html?action=click&module=News&pgtype=Homepage>
8. Campbell K. M. The Coronavirus Could Reshape Global Order. China Is Maneuvering for International Leadership as the United States Falter https://www.foreignaffairs.com/articles/2020-03-18/coronavirus-could-reshape-global-order?utm_medium=social&fbclid=IwAR2NY-fukdbfBrkm1tX6Byu0rMoHS1usHlBBX9yNsaY2QZNcd0rzhL_3aOM
9. Watts C. The Disinformation Outbreak About the Coronavirus Outbreak: What to Make of the False Information Plague? <https://www.fpri.org/fie/disinformation-outbreak-coronavirus/>
10. Chernaskey R. Iranian, Chinese and Russian Overt Media on Coronavirus <https://www.fpri.org/fie/overt-media-on-coronavirus/>
11. Пропаганда во время чумы — между рептилоидами и снятием санкций. Краткий путеводитель по кремлевским нарративам в эпоху коронавируса

<https://reform.by/propaganda-vo-vremja-chumy-mezhdu-reptiloidami-i-snjatiem-sankcij>

12. The Russia tweets <https://russiatweets.com/>

13. Russian Troll Tweets by Content Type <https://public.tableau.com/views/RussianTrollTweets1/Dashboard3?:embed=y&:showVizHome>

14. American news habits and the challenge of truth decay <https://www.rand.org/blog/rand-review/2020/03/american-news-habits-and-the-challenge-of-truth-decay.html>

15. Кадочникова С. Взрослые в порядке. Как миллениалы изменили отношение всего мира к порно и спасли его от исчезновения https://lenta.ru/articles/2020/03/10/millennials_saved_porn/

16. Tsung-ch Y. Winning against cognitive warfare <http://www.taipeitimes.com/News/editorials/archives/...>

17. Silverstein N. The New Geopolitical Space in the Information Era: A Neuroscientific Approach to National Security https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4062&context=isp_collection

18. Burton R. China's cognitive warfare <https://www.carnegiecouncil.org/studio/multimedia/20190211-china-cognitive-warfare-rachael-burton>

19. Cheatham M.J. Wars of Cognition How Clausewitz and Neuroscience Influence Future War-Fighter Readiness https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/ASPJ/journals/Volume-32_Issue-4/F-Cheatham.pdf

20. Tashev B. a.o. Russia's Information Warfare Exploring the Cognitive Dimension https://www.usmcu.edu/Portals/218/CAOCL/files/RussiasInformationWarfare_MCUJ_Fall2019.pdf?ver=2019-11-19-093543-040

21. Петров Н. Параноидальный стиль. Как передается и мутирует паника https://www.kommersant.ru/doc/4290760?from=main_ogoniok

<https://rezonans.kz/cognitivnaya-voyna-naberaetsya-sil/>

*

Статья вторая. Когнитивная война раскрывается в примерах

Одно из главных правил когнитивной войны – сокрытие авторства атакующего. Оно может прятаться за нейтральной подачей негативной информации под соусом – так это все так говорят. Атакующая страна может отмываться от грязи, но у нее нет доказательств, что ее враг перед ней. Все доказательства исключительно косвенные. Опыт такого распространения серьезного негатива в политической борьбе был накоплен Советским Союзом уже в доинтернетовскую эпоху. Это была, например, операция “Инфекция”, призванная привязать создание и распространения СПИДа к США [1]. Причем, она очень напоминает сегодняшние действия (часто анонимные) России, Китая и Ирана по той или иной привязке коронавируса к США. Кстати, вновь повторилась гипотетическая разработка генетического оружия против азиатского населения. В прошлом это было население Африки. Правда, эти обвинения поутихли, когда США сами возглавили список числа умиравших. По СПИДу в свое время выделялось недостаточное знание английского языка в этих циркулирующих обвинениях: “Хотя у них не было специальной подготовки по психологии, они отточили свои навыки в течение нескольких десятилетий и поняли динамику распространения слухов интуитивно. Ответственный сотрудник сочинил текст первым и по-русски, а затем заказал перевод на английский переводчиком КГБ. Некоторые переводчики были носителями языка, но большинство были русскоговорящими, получившими образование в школе для этих целей. Использование не носителей языка, которые не имели возможности слышать разговорный английский, иногда приводило к неестественным и синтаксически неточным переводам, как это оказалось в письме в газете Patriot [там была опубликована первая информация о СПИДе с обвинениями в адрес США – Г.П.]. В тексте было и несколько грамматических ошибок, включая отсылку на “virus flu”, а не “flu virus”. Такие промахи были типичными для дезинформационных сообщений, исходящими из советского блока” [1].

Практически такими же словами, кстати, описывают недостаточное качество переводов ольгинских троллей уже в наше время. Как это ни странно, но это никак не отражается на восприятии, видимо, из-за серьезной негативности передаваемых сообщений. Серьезную негативизацию трудно опровергать, поскольку она базируется не на фактах, а домыслах. Факты можно опровергнуть, что трудно сделать с домыслами. Они не подлежат проверке, поэтому их принимают на веру. Интересно, что ничего нового эти негативные нарративы не несут, поскольку в них действуют те же “враги”, которых пропаганда назначила давно и чуть ли не навсегда. Например, анализ по поводу коронавируса звучит так: “Первое дезинформационное сообщение о коронавирусе, которое мы зафиксировали, появилось в финансируемом Россией Sputnik News 22 января. С самого начала нарратив был таким: вирус искусственно создан, это оружие создано НАТО. С небольшими вариациями мы видим тот же набор и дальше.”США создали вирус”, “Пентагон сделал это”, “Правящие элиты”.. Целью этой предположительно дьявольской схемы является “введение мировой тирании” и “обеспечение американской гегемонии”, “страны третьего мира – все, живущие южнее 40 параллели” являются целью Злого Запада” [2]. То есть коронавирус страшен, но еще опаснее враги, которые стоят за ним.

Человеческая психология хочет видеть мир правильным: плохое должно иметь своим источником также плохое, если не худшее: “Человеческое сознание не может принять бедствие как случайность. Что бы ни произошло — засуха, лесной пожар, даже падение метеорита, — нам необходимо найти какую-то причину произошедшего, нечто, что поможет дать ответ на вопрос: почему это случилось сейчас, почему это случилось с нами и что надо сделать, чтобы это не произошло вновь? Эпидемии здесь не исключение, скорее, даже правило — не счастье конспирологических теорий вокруг ВИЧ, архивы фольклористов ломятся от историй о заражённых иглах, оставленных в сиденьях кинотеатров, об инфицированных пирожках” [3].

В темноте мы можем чаще увидеть нечто враждебное. Точно так происходит в условиях неопределенности. Когда врага нет, его выдумывают или специально конструируют.

Результатирующий вывод научного сообщества таков: “оснований считать, что вирус SARS-CoV-2 имеет искусственное происхождение, нет. Нам неизвестны его достаточно близкие и при этом хорошо изученные родственники, которые могли бы послужить основой для синтеза, никаких вставок в его геном из ранее изученных патогенов учёные также не обнаружили. Вместе с тем, его геном организован в манере, соответствующей нашим представлениям о естественной

эволюции этих вирусов. Можно придумать громоздкую систему условий, при которых этот вирус всё-таки мог бы сбежать от учёных, но предпосылки для этого минимальны. В то же время шансы появления нового опасного штамма коронавируса из природных источников в научной литературе последнего десятилетия регулярно оценивались как очень высокие. И вызвавший пандемию SARS-CoV-2 в точности отвечает этим прогнозам". Однотипно разбираются и мифы вокруг СПИДа [4]. То есть, как получается, массовое сознание нуждается в мифологии или квази-мифологии для упорядочивания мира. И если ее нет, добрые люди всегда подскажут, что делает старый враг, который лучше других подходит на роль нового врага.

Сегодня, в связи с коронавирусом, вообще многократно возросли возможности для подсказки со стороны. Увеличение трафика интернета говорит о том, что люди времени не теряют на карантине, а вовсю включены в информационные и виртуальные потоки. И это одновременно говорит об определенном отключении критичности восприятия. Когда мы находимся внутри информационного или виртуального события, мы начинаем жить по его законам. Выходя оттуда, мы попадаем снова в наш мир, но воздействие этого информационного или виртуального путешествия все равно сохраняется.

Психоаналитик Александр Кудрявицкий говорит о трудном положении человека в новом для него мире: "Абсолютное большинство людей за очень короткое время оказались в новом, куда менее спокойном и безопасном мире. Необходимо очень быстро менять привычки, зачастую и весь привычный образ жизни. Все описанное выше почти неизбежно приводит к сильнейшему стрессу (точнее, дистрессу). Колоссально растет тревога. Пример «выплескивающегося» напряжения в поведении людей — паника. Мы это видим по пропавшим крупам и туалетной бумагой. Но паника – это далеко не самое страшное – хуже всего, когда на опасность не реагируют. Психологи называют это защитным механизмом отрицания. Терпеть тревогу и напряжение очень долго почти невозможно, и в этот момент может сработать механизм, который снимет напряжение любыми способами. Если он не осознается, то отрицание может быть очень опасно для человека. Весь психологический ресурс будет брошен на борьбу с напряжением и тревогой, а не на адаптацию к внезапно появившимся обстоятельствами" [5].

Человек как бы оказывается загнанным в угол, в результате он будет готов поверить любой версии, если она будет выглядеть правдоподобно с точки зрения его собственных критериев. Разные виды врагов сопровождают человечество всю его жизнь. Вся официальная история состоит из отдельных эпизодов победы над врагами. Если этого нет, то нет и истории.

Или, наоборот, человек в стрессовой ситуации не будет верить ничему, как это произошло в случае отрицания Д.Трампом российской дезинформации по поводу коронавируса. Он говорит: "Если читать Washington Post, то верить этому не надо. Я верю очень малому из того, что я вижу. Я вижу статьи в Washington Post, которые настолько фейковые, настолько надуманные" [6]. Это приблизительно как у Булгакова, только звучит не фраза "не читайте советские газеты", а "не читайте "Washington Post""

Фейк по сути – это аналог современного народного творчества, поскольку он соответствует болевым точкам массового сознания. Это такая же массовая культура, как, к примеру, комикс.

Т. Кулка очень точно в свое время описал характеристики китча [7]. Но эти характеристики удивительным образом соответствуют тому, что мы все понимаем пол фейком.

Характеристики китча, а по сути одновременно и фейка, таковы:

- объекты и темы максимально эмоционально нагружены,
- объекты и темы легко идентифицируемы,
- китч не обогащает наши ассоциации об отражаемых объектах и темах.

Китча не будет, если не выполнены все эти условия (см. также [8]).

Инстаграм – это тоже китч как еще один объект массовой культуры. Давление соцмедиа вновь порождает вариант фейковой действительности. Можно привести, например, такое высказывание профессора социологии из Университета Мэриленда Ф. Коэна: многие молодые пары "хотят свадьбы, которая выглядит хорошо на Инстаграме. Вы не можете жениться в 23 и ожидать, что вас будут поздравлять" (цит. по [9]).

Мы видим, что фейк, китч, Инстаграм имеют сходные требования к своему продукту, который не несет нового, а акцентирует то, что уже известно, просто поднимая его на новый уровень. Поэтому успешность здесь базируется на общих принципах для всех.

Негатив, разрушающий единство, интересовал в советское время и Запад. То есть это была та же модель, которую сегодня запускают против Запада. Она практически однотипная: тогда и сейчас.

В рассказе о генерале Ф. Бобкове, которого в этой статье назвали "конструктором перестройки" говорят так: "В 1970-е годы диссидентское движение в СССР подверглось стремительной радикализации. Диссиденты выстраивали собственную систему ценностей, которая, как в кривом зеркале, пародировала социалистическую идеологию, но только от противного. Если образцовый советский человек не пил, не курил, занимался спортом, был верен своей семье и писал слово «Родина» с большой буквы, то настоящий диссидент, как правило, пил по-черному (у Сергея Довлатова это называлось «алкогольный протест»), вел беспорядочную личную жизнь, ненавидел и презирал страну, в которой живет, но при этом назло КГБ верил в Бога. В таких «инакомыслящих» Бобков справедливо предчувствовал буревестников грядущего распада государства. «Западом это поощрялось как тот внутренний резерв, который способен подрывать основы строя, существовавшего в Советском Союзе, — писал экс-начальник 5-го управления. — Поощрялось достаточно активно, целеустремленно, о чем свидетельствуют и документы, и практика. И, конечно, церковь. Ее стремились брать в союзники, поскольку она, как известно, пережила сложные периоды в советское время. Я говорю слово „церковь“ в широком смысле, это не только ортодоксальная, но и различные сектантские объединения» [10].

Это старая модель, именуемая “разделяй и властвуй”. Еще один генерал КГБ В. Федорчук вспоминал так: “Когда я был председателем КГБ Украины, председатель КГБ СССР Андропов требовал, чтобы мы ежегодно в Украине сажали 10 — 15 человек. И мне стоило невероятных усилий, вплоть до конфиденциальных обращений к Брежневу, чтобы количество украинских диссидентов ежегодно ограничивалось двумя-тремя людьми. К тому же Андропов лично следил за ходом следствия по делам некоторых украинских диссидентов. Иногда задавал направление. Можете себе представить? А потом с помощью некоторых писателей во всем виноватым сделали КГБ Украины, Федорчука, которые якобы выслуживались перед Москвой <...> Вы, наверное, обратили внимание, что в тюрьмы сажали в основном писателей-государственников, за границу высылались либералы, такие, как Аксенов, Бродский, Буковский. Некоторые деятели культуры были вроде бы полузапрещенные. На самом деле Андропов им тайно покровительствовал, оберегал их, создавал о них соответствующее положительное общественное мнение. Это Высоцкий, Любимов, некоторые другие. А чего стоит его странная дружба с Евгением Евтушенко? Ведь доходило до курьезов. Бывало, пьяный Евтушенко в кругу друзей-писателей демонстративно звонил Андропову по прямому телефону. А мутная история с Солженицыным? Подумайте: как сельский учитель, отсидевший в тюрьме, смог получить в распоряжение тайные архивы НКВД? Причем в его книгах многие документы банально фальсифицированы, размах репрессий многократно преувеличен. То, как лично Андропов руководил операцией по выезду Солженицына в США, — это отдельная история. Спрашивается — а зачем? Чтобы он там, в США, без малейших затруднений продолжал своими книгами разрушать Союз? Так кто, если не Андропов, содействовал развалу Союза?” ([11], см. дополнительные данные о работе Пятого управления КГБ [12 – 13]).

Почему позитивное восхваление мы считаем пропагандой, а негативизацию, то есть приписывание негатива – нет. Один из ответов на этот, казалось бы, простой вопрос таков. Позитивизация является процессом массовым, на него работает вся государственная машина, а негативизация – процесс “индивидуальный” – на него работают, как источник, а не ретранслятор, только спецслужбы. То есть разница в системности, с одной стороны, и одиночном характере, в другой. Не менее важно в оценках и то, что негативизация вскрывается и осуждается как коммуникативный процесс, идущий от другой страны, а не от своей. К примеру, такой шум от вмешательства в выборы Трампа в 2016 году произошел в сильной степени из-за того, что это было признано российским вмешательством. И третье понимание негативизации, отличающий ее в худшую сторону, состоит в том, что позитив – это о себе, а о негатив – это о других. Государство само о себе негативы не распространяет, хотя позитивы делает с большой охотой.

Есть определенные пограничные случаи, когда из позитива делается негатив или из негатива – позитив. “Великий” Сталин становится главным негативным персонажем в процессе десталинизации. Но одновременно в сегодняшнем дне России видят откат в сторону сталинизации.

Л. Гудков говорит, оценивая уровень позитивности Сталина: “Это держится на 70%, чуть-чуть поднимается в связи с 9 мая, с общей пропагандой, общим раздражением, отсутствием представлений о будущем. Сама по себе пропаганда не была бы действенной, она не создает новых представлений и мифов, но есть некоторый запрос на такой миф и символ. Это, прежде всего, ретроориентированный миф, который создает некоторую совокупность представлений о сильном, могучем государстве, едином народе, устремленном в будущее, о народе-победителе, обладающим моральной полнотой. Это условия для негативной оценки настоящего, выражение очень смутного, диффузного раздражения. Это раздражение тщательно переупаковывается уже пропагандой, канализируется и работает. Поэтому одновременно с запросом на сильную руку, как отражение дефицита справедливости, порядка, ощущения всеобщей коррумпированности и цинизма, растет запрос на эту фигуру. Одновременно, что очень важно, поднимается (и это уже пропаганда вставляет сюда) авторитет и КГБ, и ФСБ, и всех силовых органов. Идет пропаганда милитаризма, антизападных, антилиберальных представлений. До прихода Путина доминировала негативная оценка Сталина, после легитимации этой фигуры и, соответственно, мифа о войне, она медленно начала тянуть за собой авторитет, доверие к ФСБ. Сталин — это некоторый знак общего возвратного тоталитаризма. Это не настоящий тоталитаризм, я бы назвал его китчевым или ретрототалитаризмом” [14].

Или мнение Д. Орешкина: “Миф о Сталине может жить только в иррационально организованной ментальности. Если бы у нас была нормальная историческая наука, которая исследует реальные факты прошлого, то этот миф не удержался бы. Именно поэтому не позволяют открыть архивы, именно поэтому нам не дают или с трудом дают опубликовать какие-то реальные факты. Вместо этого создается то, что я назвал термином “эпос”: героический эпос, что вообще-то характерно не для новейшего времени, а для Средних веков. Эпическое мышление мыслит категориями великих героев, которые разрушают горы и останавливают реки. Нужда в такой эпической фигуре характеризует некоторую недоразвитость как общественного мнения, так и той элитной надстройки, которая это мнение формирует”.

Это в принципе типичная когнитивная трансформация – завышение фигуры – в данном случае политического деятеля, которая бытовала в СССР. Тогда мифологизировались все: от председателя колхоза до генсека. А до этого был опыт максимального завышения до фигур сакрального порядка, на котором строится инструментарий религии. Мы любим не потому, что нам нравится, а потому, что нам сказали, что мы должны любить.

Есть также общая тенденция позитивизации прошлого, на фоне которой и возникает фигура Сталина как часть этого прошлого и его создатель. По данным Левада-центра 75% россиян считают, что советская эпоха была лучшим временем в истории страны, не согласных с этим лишь 18% опрошенных [15]. К. Пипия объясняет это так: “«Ностальгические» настроения о советском прошлом определяются тремя основными причинами: необходимостью сопричастности к «великой державе», разрушением единой экономической системы и потерей чувства сплоченности и доверия, которым они наделяли советское общество” [16].

В когнитивной войне отбирают те события для тиражирования, которые приведут к трансформации массового сознания в нужную сторону. Кто-то может не соглашаться, но массовое сознание потому и является массовым, что этот “кто-то” может не иметь значения, поскольку 70% перейдут на нужную точку зрения при точной и интенсивном воздействии. Не может быть в принципе чистого информирования, оно всегда начинает смещаться в сторону от объективности в зависимости от устремлений коммуникатора. Сильные коммуникации способны менять минус на плюс, а плюс на минус. Слабые коммуникации не способны ничего изменить в общественном мнении. Но они могут зародить сомнения в достоверности существующих информационных и виртуальных потоков.

Литература

1. Boghardt T. Soviet Bloc Intelligence and Its AIDS Disinformation Campaign <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/vol53no4/pdf/U-%20Boghardt-AIDS-Made%20in%20the%20USA-17Dec.pdf>
2. Disinformation can kill <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-can-kill/>
3. Мухина В. Почему слух о том, что новый коронавирус был выведен в лаборатории, неверен <https://lifelife.ru/koronavirus-ne-iz-laboratorii/#comment-789932>
4. Пивоварова А. 11 мифов о ВИЧ, в которые нельзя верить в XXI веке <https://lifelife.ru/hiv-fictions/>
5. Психолог: "Отрицание опасности страшнее паники..." <https://newizv.ru/article/general/30-03-2020/psiholog-otritsanie-opasnosti-strashnee-paniki>
6. Трамп усомнился в распространении Россией фейков о COVID-19 <https://iz.ru/993467/2020-03-30/tramp-usomnilsia-v-rasprostraneni-rossiei-feikov-o-covid-19>
7. Kulka T. Kitsch and art. - University Park, 2010
8. Шумилович Б. Дещо про кіч <https://zbruc.eu/node/79257>
9. Green L. 'Marriage Story' struck a chord, but America's real divorce story is more complicated <https://www.nbcnews.com/think/opinion/marriage-story-struck-chord-america-s-real-divorce-story-more-ncna1135161>
10. «Один из конструкторов перестройки и доверенный порученец Андропова»: умер Филипп Бобков <https://www.business-gazeta.ru/article/428333>
11. Бессмертный И. О чем молчит генерал Федорчук? https://www.2000.ua/v-nomere/derzhava/ekspertiza/o-chem-molchit-general-fedorchuk_arhiv_art.htm
12. Записки бывшего подполковника КГБ <https://gordonua.com/tags/zapiski-byvshego-podpolkovnika-kgb.html>
13. Пятое управление КГБ СССР https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%8F%D1%82%D0%BE%D0%B5_%D1%83%
14. Медведев С. Джугафилия <https://www.svoboda.org/a/30511648.html>
15. Мухаметшина Е. Три четверти россиян считают советскую эпоху лучшей в истории страны https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/03/23/825985-tri-chetverti?utm_source=facebook.com&utm_medium=social&utm_campaign=s-ustanovkoy-o-sotsialno-ekonomicheskomb&fbclid=IwAR0doih_jRzrARpnQGYuzXquyY6PPXeO297kzkCy11YcbvW5N49NBEs6Cvg
16. Структура и воспроизводство памяти о Советском Союзе <https://www.levada.ru/2020/03/24/struktura-i-vosproizvodstvo-pamyati-o-sovetskom-soyuze/>

<https://rezonans.kz/cognitivnaya-voina-raskryvaetsya-v-primerah/>

*

Статья третья. Когнитивные операции формируют нашу картину мира

С чем связано засилье дезинформации и фейков? Это не только и не столько результат появления соцмедиа, поскольку они стали только инструментарием для более легкого распространения. Основная причина в нас самих. Мы жаждем получать чужой опыт, поскольку это самый дешевый способ увидеть вариант безошибочной жизни. И это одновременно причина мощного течения фейков, телесериалов и видеоигр. В прошлом эти же функции погружения в чужой опыт выполняли литература и искусство, которые, к примеру, в тоталитарных государствах давали правильные, то есть безопасные с точки зрения государства, модели поведения. Сегодня, когда эти модели поведения "обернули" в развлекательность, они стали путешествовать вне всякого подталкивания со стороны государства или религии, хотя это и не совсем так, все равно элемент продвижения всегда есть. Все крупные игроки в стране всегда имеют как право вето, как и право помощи. Армия может помочь одним, например, самолетами, бизнес – другим – универсальным вариантом помощи в виде финансирования, власть – третьим – не вставлять палки в колеса.

Информационные и когнитивные операции требуют пересмотра своих оснований, поскольку изменились наши представления об успешном воздействии. Более старые подходы отдавали приоритетность фигуре/точке коммуникатора как главной в этих процессах, сегодня мы начинаем понимать, что базовой, то есть более важной, является фигура получателя информации. Просто в прошлых моделях мы не могли изучить его адекватно, он является массой, а не индивидуумом, что затрудняло выделение его характерных особенностей. Индивидуальное воздействие опирается на особенности, хорошо описанные еще со времен Аристотеля. Это воздействие работает по сегодняшний день, поскольку психология человека не изменилась за тысячелетия. И Аристотель тоже описал все, или почти все, что требуется для такого влияния человека на человека. Но сегодня сместились интересы и акценты. Сейчас важно изменить массовое поведение, поскольку, изменив его, мы с большой долей вероятности поменяем и индивидуальное поведение, которое всегда подстраивается под массовое. Например, повсеместные оранжевые ленточки времен первого майдана демонстрировали всем сильнее, чем любые слова, что у В. Ющенко большая поддержка, что также повлияло на изменение в головах тех, кто еще не принял своего решения. Тем самым уровень поддержки поднялся на порядок выше.

Этот уровень поддержки можно "засветить", создав целый "фронт" с помощью искусственного интеллекта. Именно так, к примеру, создаются фейковые фото для профилей Фейсбука [1]. Толпы фальшивых пользователей будут толкать живых пользователей к нужному типу решения и поведения. Как считают сегодня: "дезинформация, порождаемая искусственным интеллектом, может создать большие сложные проблемы, которые будет сложнее решать" [2].

Когнитивные операции базируются на простых базовых формулах такого типа:

- НЕГАТИВ + ПОЗИТИВ = отмена позитива или сомнения в нем,
- СОМНЕНИЕ + ПОЗИТИВ = вопросительность позитива.

Самый яркий пример – распространение слухов ведомством Андропова при его продвижении к власти. Это, конечно, слабое обвинение на фоне рассказов о внезапных смертях людей, стоящих на его пути к власти типа М. Сулова [3–6]. Это была жесткая борьба за власть мирно улыбающихся друг другу людей.

Одновременно о тех, кто стоял впереди "очереди" на продвижение, распространялись слухи. Их задачей тоже было убийство, но информационное и виртуальное, а не физическое, чтобы вывести этих людей из списка конкурентов в борьбе за пост генсека.

Первого секретаря Московского горкома В. Гришина слухи стали привязывать к торговой мафии, и, вероятно, ради этого КГБ вдруг развернул борьбу против этой мафии ([7]. Первого секретаря Ленинградского обкома Г. Романова обвинили в том, что он на свадьбе дочери использовал сервиз из Зимнего дворца. Сегодня пишут так: "Факт этот, хотя и широко обсуждался в зарубежной прессе еще при советской власти, своего подтверждения так и не нашел" [8].

У Андропова, кстати, все действия дают возможность для двойной интерпретации, когда неизвестно, что на самом деле является причиной его действий:

- борьба с торговой мафией в Москве одновременно дает ему возможность убрать своего конкурента,
- борьба с диссидентами одновременно является поднятием их статуса [9],
- борьба с С. Медуновым, первым секретарем Краснодарского крайкома, обвиненным в коррупции, одновременно стала способом продвижением наверх М. Горбачева: "В Краснодарский край вдруг нагрянула следственная группа из Генеральной прокуратуры. Курортный регион просто вздрогнул. В самые короткие сроки были уволены и отправлены в тюрьму 5 тысяч партийных функционеров и руководителей торговли и общепита. Против самого Медунова ничего не нашли, но его обвинили в том, что при его пособничестве в крае расцвела коррупция. В 1982 году человека, перед которым трепетала вся Кубань, сняли с должности. Брежнев, который сам уже тяжело болел и дни его почти были сочтены, предпочел в эту ситуацию не вмешиваться. Медунову нашли небольшое место в Министерстве плодоовощного хозяйства, где он проработал всего несколько лет. Уже в Москве умерли его жена и сын. Сергей Федорович доживал абсолютно один. В 1999 году его не стало. Пришедшие проститься с Сергеем Федоровичем с удивлением отметили, что у человека, которого обвиняли в коррупции и хищении миллионов, не нашлось даже костюма, в котором его можно было похоронить" ([10], см. также [11]). Кстати, и Гришин умирает в очереди в собесе, куда он пришел для переоформления пенсии, что явно не соответствует образу миллионера [12].

При этом Г. Арбатов вспоминал, что впервые услышал фамилию Горбачева из уст Андропова в 1975 году. Потом в 1978, когда Горбачева не удалось продвинуть на место секретаря ЦК по сельскому хозяйству [13]. То есть это свидетельствует об очень "долгоиграющих" планах Андропова, если даже Арбатов в это время не знал о существовании Горбачева. Все это как бы физические действия, но они производились для соответствующего информационного эффекта, чтобы стать не просто докладной КГБ на столе у генсека, а и одновременно прозвучать в советской и зарубежной печати, в радиоголосах, чтобы тоже попасть в справку на столе.

Кстати, Л. Усыкин интересно прокомментировал установку мемориальной доски в Г. Романову в Петербурге: "Что же касается тяги увековечивать именно Романова и вообще ту эпоху – мне кажется, тут есть один очевидный аспект: потребность вымыслить себе какой-то потерянный рай, какую-то эпоху, когда якобы было хорошо. И вот хочется чего-то такого. Тогдашние руководители имеют в глазах людей определенные достоинства по сравнению с нынешними. Кто-то умный сказал: в те времена коррупция носила личный характер, а не инвестиционный, как ныне. И это – объективный факт. Второй объективный факт – в том, что, к сожалению, исторические эпохи можно поделить на те, когда государство тратит ресурсы будущего, и те, когда оно тратит ресурсы настоящего. Первые эпохи почему-то обычно остаются у людей в памяти как что-то такое приятное и позитивное: первый предвоенный год, эпоха застоя, та эпоха, в которую мы сейчас живем – по-видимому, она тоже достаточно долго будет в исторической памяти людей фигурировать как "очень благоприятные времена". Хотя на самом деле страна растрчивает ресурсы своего будущего во многих аспектах – и человеческие, и материальные" [14].

Когнитивная война более глубинная, если сравнивать ее с информационной. Она направлена на трансформацию сознания, а не просто на добавление информации. Она работает на уже существующих полюсах плохого/хорошего, например, присоединяя к ним новую фактическую информацию.

Можно выделить две основные точки, управляющие успешностью когнитивной операции. Мы условно назовем их ВХОД и ВЫХОД.

ВХОД – это преодоление защитных функций массового сознания, что делается с помощью усиления негативности сообщений, от которых по этой причине невозможно уклониться. Ведь, даже когда мы пытаемся их опровергнуть, мы все равно частично можем начать признавать их справедливость, хотя бы в душе, переходя к позиции в своих рассуждениях – "этого не может быть, но что-то в этом есть".

И ВЫХОД – эта та реальная аудитория, на которую эти действия рассчитаны. Очень часто это не массовая аудитория, ради которой вроде бы распространяется это сообщение. В случае рассмотренных действий Андропова целью было информирование Брежнева и политических руководителей вокруг него, а вовсе не граждан СССР. При таком шуме вокруг вышеназванных имен их уже нельзя было двигать дальше.

Специалисты акцентируют и такие характеристики когнитивной войны, возникающие в контексте соцмедиа: "Эта новизна возникла с середины 2000-х с приходом гиперсвязности, в основном как продукт феномена соцмедиа и сопутствующей бизнес-модели, основанной на создании постоянного внимания человеческого мозга. Этот феномен создает мост между информационной войной и когнитивной, который эксплуатируется беспринципным противником. Гиперсвязность создает возможность трансформировать информационную войну из набора эпизодической активности, в основном связанной с усилиями военных и разведки в поддержку летальных и кинетических результатов на поле боя, в единое *непрерывное* усилие по нарушению и отрицанию когнитивных условий, в которых реализуется когнитивный контекст всего общества. Когнитивная война собирает вместе инструменты информационной войны и забирает нас в реалии "нейрооружия", определяемые Джордано как "все, что позволяет мозгу бороться с другими". <...> Способность открытого общества к функционированию в виде поддержания и обновления нарративов, на которые опирается их

превосходящая материальная сила, быстро разрушается, когда определенные когнитивные процессы оказываются доступными для манипуляций” [15].

Сегодня, к примеру, российская дезинформационная кампания акцентирует такие темы: коллапс шенгенской системы, НАТО распалется, ЕС парализован, Прибалтика обречена, в Литве нет докторов, Украина находится в свободном падении, глобализация закончена, коронавирус – это Чернобыль ЕС [16]. Именно такие темы и используются и на территории Украины, тоже приходя извне [17]

Скорость изменения информационного пространства так возросла сегодня, что на фейки с явным опозданием реагируют власти. Тем более опровержение всегда является более сложным процессом, чем обвинение. Сегодня практически все страны создали свои структуры по борьбе с фейками, что не особенно влияет на их распространение. Многие характеристики массового сознания, на которые опираются когнитивные операции, заложены исторически очень давно. Например, А. Долинин проследил корни фразы “англичанка гадит”, которой объясняются многие российские беды. Он констатирует: “Полузабытая в советское время, «заезженная формула», к сожалению, оказалась востребованной в современной России, где ею активно пользуются нынешние патриоты-мракобесы. «Англичанка гадит» — «крылатые слова, которым уже не одна сотня лет, столь устойчивы в русском языке, что кажутся неистребимыми», — недавно врал с телеэкрана один из главных лжецов нашего времени. Утешает одно: как и их предшественники предреволюционных лет, нынешние англофобы не способны понять, что для тех, кто читал «Ревизора», они — персонажи комические” [18].

Даже структура фильма также отражает особенности мышления граждан страны. Это также является важной составляющей любой когнитивной операции, поскольку национальное мышление имеет свои особенности. Считается, что если Запад предпочитает скорее счастливые концовки, то Россия хочет не хеппи-энд, а трагическое завершение.

В исследовании кино, например, говорится: “С одной стороны, эта борьба была вызвана страхом за сохранность американских ценностей и поведенческих норм в период, когда страна привлекала к себе массу иммигрантов; с другой — американским компаниям надоело, что «Пате» [французская фирма, работавшая в США – Г.П.] держала монополию на местном рынке и представляла кино как искусство для рабочего класса, а не для коммерчески выгодного — среднего. Достаточно сложная первая причина была тесно связана с распространенным в то время мнением, что цель искусства как медиума массовой культуры заключается в том, чтобы воспитывать граждан с помощью представления позитивных ролевых моделей, которые можно и нужно было имитировать” [19].

Речь идет и о концовках фильмов, но они не имели коммерческого интереса, так как они не использовались в рекламных роликах. Но возник способ поставлять в страны-покупатели специализированные концовки в зависимости от вкусов местных аудиторий, например, для британских и американских зрителей могли добавляться счастливые концовки, хотя основной сюжет мог завершаться трагически.

Правда, все это художественная действительность, которая сложно соотносится с реальностью. Хотя идеология может быть столь же далека от действительности, как и художественная литература. Как остроумно написал А. Колесников: “«Книга о вкусной и здоровой пище» по степени правдивости была сравнима с «Кратким курсом истории КПСС», а по градусу реалистичности — с программой КПСС 1961 года” [20].

В заключение напомним, что, например, Великобритания ушла от термина «фейк» в связи с тем, что ввела разграничение только из двух вариантов: случайный обман и целенаправленный. Последний и называется дезинформацией, и именно с ним ведется борьба.

Сегодня коронавирус стал новым контекстом, создавшим возможности для дезинформации. Например, можно прочесть даже, как звуки российского и китайского гимна слышны на улице благодарной Италии [21].

Л. Габриэль, возглавляющий Global Engagement Center [22], заявил американским сенаторам, что “аккаунты, связанные с Россией, вся экосистема российской дезинформации работает внутри мирового медицинского кризиса. Хорошо известно, что вокруг коронавируса существуют фальшивые нарративы” [23].

В другом своем выступлении он перечисляет тематику других фальшивых нарративов: агрессия против Украины, война в Сирии и использование химического оружия режимом Асада, миграция и нацменьшинства, поражение самолета малайзийских авиалиний (MH17), отравление британских граждан в Солсбери, развитие и распределение энергии, учения и развертывания НАТО, кризис в Венесуэле [24].

А самым ярким еще советским примером была дезинформационная кампания по СПИДу, которая началась 17 июля 1983 публикацией в индийской газете *Patriot* анонимного письма, озаглавленного “СПИД может захватить Индию: таинственная болезнь, вызванная экспериментами США”. Это письмо было написано якобы известным американским ученым и рассказывало об экспериментах Пентагона по разработке опасного биологического оружия. Эти эксперименты были перенесены в Пакистан, что представляет опасность для страны соседа – Индии. Аналогом современных соцсетей стало то, что, получив такую возможность в виде точки отсчета статьи в индийской газете, КГБ занялся размещением этой статьи в других изданиях со ссылкой на *Patriot* [25].

Д. Золотухин продемонстрировал последний пример такого рода фейка, когда фото из российского госпиталя подается как украинская действительность с соответствующими комментариями [26]. Поиск доказательств того, что это фейк занял у него не более пяти минут.

Пропаганда состоит из истории побед, вымышленных или реальных. Когнитивная война строится на истории поражений, чаще вымышленных, чем реальных. Но они обе стремятся заполнить информационное пространство своими реинтерпретациями действительности.

Литература

1. Alba D. Facebook Discovers Fakes That Show Evolution of Disinformation <https://www.nytimes.com/2019/12/20/business/facebook-ai-generated-profiles.html>
2. Metz C. a.o. How A.I. Could Be Weaponized to Spread Disinformation <https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/07/technology/ai-text-disinformation.html>

3. Сумароков Л. Феномен М.А. Суслова (личность, идеология, власть). Наследие и некоторые уроки ушедшей эпохи

<http://viperson.ru/articles/fenomen-m-a-suslova-lich...>

4. Сумароков Л. Андропов. Дальше, дальше, дальше <http://old.nasledie.ru/persstr/persona/symarokov/art...>

5. Неизвестный Андропов <http://nv.am/neizvestniy-andropov/>

6. Легостаев В.М. Гебист магнетический <http://fibusta.site/b/474856/read>

7. Окунев Д. «Двери на вес золота»: как брали директора универсама «Сокольники» https://www.gazeta.ru/science/2020/04/01_a_13031125.shtml

8. Григорий Романов: почему он проиграл Горбачеву пост Генсека https://news.rambler.ru/other/40701708/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

9. КГБ создавал диссидентов, а Андропов целенаправленно рекламировал диссидентское движение <https://maxpark.com/community/129/content/2805072>

10. Шейден Ф. Взлеты и крах Сергея Медунова. Личная война первого секретаря

https://kuban.aif.ru/society/details/vzlety_i_krah_sergeya_medunova_lichnaya_voyna_

11. Зенькович Н.А. Дело Медунова <https://biography.wikireading.ru/157064>

12. Млечин Л. Хозяин Москвы <https://www.mk.ru/social/2014/09/17/khozyain-moskvy.html>

13. Зенькович Н.А. Михаил Горбачев: жизнь до Кремля. Покровитель номер два <https://biography.wikireading.ru/157020>

14. Вольтская Т. и др. Что заслужил товарища Романов? <https://www.svoboda.org/a/2032410.html>

15. Bienvenue E. a.o. Cognitive warfare <https://cove.army.gov.au/article/cognitive-warfare>

16. Disinformation can kill <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-can-kill/>

17. СБУ викрила у Києві групу інтернет-агітаторів, які за фінансування країни-агресора поширювали фейки про COVID-19 <https://ssu.gov.ua/ua/news/1/category/21/view/7383>

18. Долинин А. «Нам непременно кто-то гадит, то немец, то поляк». Что заставляет российских патриотов верить в «загнивающий Запад» и заговор против СССР и России <https://lenta.ru/articles/2020/03/22/mems/>

19. Рыженко И. Американский хеппи-энд vs трагическая «русская концовка». Почему в России полюбили фильмы с грустными финалами <https://knife.media/happy-end-vs-sad-end/>

20. Колесников А. Я там, где ребята толковые <https://www.gazeta.ru/comments/column/kolesnikov/13026733.shtml>

21. Захаров А. и др. В Италии - российский гимн, вешают "триколор" и Пуло поет по-русски. Что с этим не так? <https://www.bbc.com/russian/features-52100274>

22. Global Engagement Center <https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs/global-engagement-center/>

23. Dukakis A. a.o. Facing coronavirus pandemic, US confronts cyberattacks <https://abcnews.go.com/Health/facing-coronavirus-pandemic-us-confronts-cyber-attacks/story?id=69653329>

24. Gabrielle L. United States Efforts to Counter Russian Disinformation and Malign Influence <https://docs.house.gov/meetings/AP/AP04/20190710/109748/HHRG-116-AP04-Wstate-GabrielleL-20190710.pdf>

25. Boghardt T. Soviet Bloc Intelligence and Its AIDS Disinformation Campaign <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/vol53no4/pdf/U-%20Boghardt-AIDS-Made%20in%20the%20USA-17Dec.pdf>

26. Золотухін Д. Російські фейки про коронавірус в Україні <https://medium.com/@postinformation/>

<https://rezonans.kz/formiryut-nashu-realnost/>