

КОНТЕНТ КАК ОРУЖИЕ СОЦИАЛЬНОГО ИНЖИНИРИНГА

М.В. Мигулёва

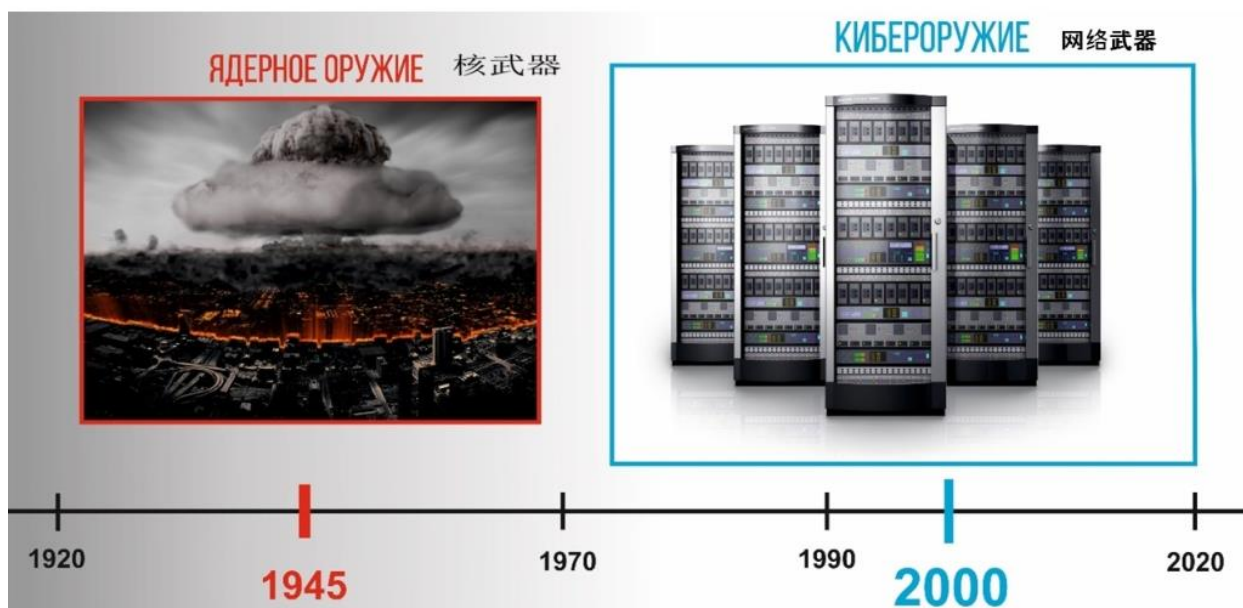
Эксперт Центра Системных Инициатив



За время двух мировых войн и многочисленных вооруженных конфликтов более мелкого масштаба теория и практика информационно-психологического воздействия на людей были усовершенствованы. Появление радио, телевиденья и, наконец, сети интернет позволили проводить психологические операции, как в адресном, так и в массовом порядке. На настоящий момент данное явление называют по-разному: холодная война, тихая война, мягкая сила, умная война, информационная война, гибридная война, контентная война и т.д., и т.п. В мире признается сам факт, что такая война идёт. Однако такое количество названий указывает на то, что понятие чётко не сформировано. Образ плюс лексика даёт понятие, которое позволяет понимать и разбираться в сути происходящего, способствовать действию и получать результат. Отсутствие понятий блокирует саму возможность противодействия; защиты и контрнаступления. Так за словами «психологические операции», либо за модным, но ещё более абстрактным словосочетанием «мягкая сила» не встаёт образ ведения боевых действий. Когда мы слышим фразу «мягкая сила», то в голове не возникает образ опасности, соответственно угроза не идентифицируется сознанием. Таким образом, осуществлена операция **«подмена понятий»**.

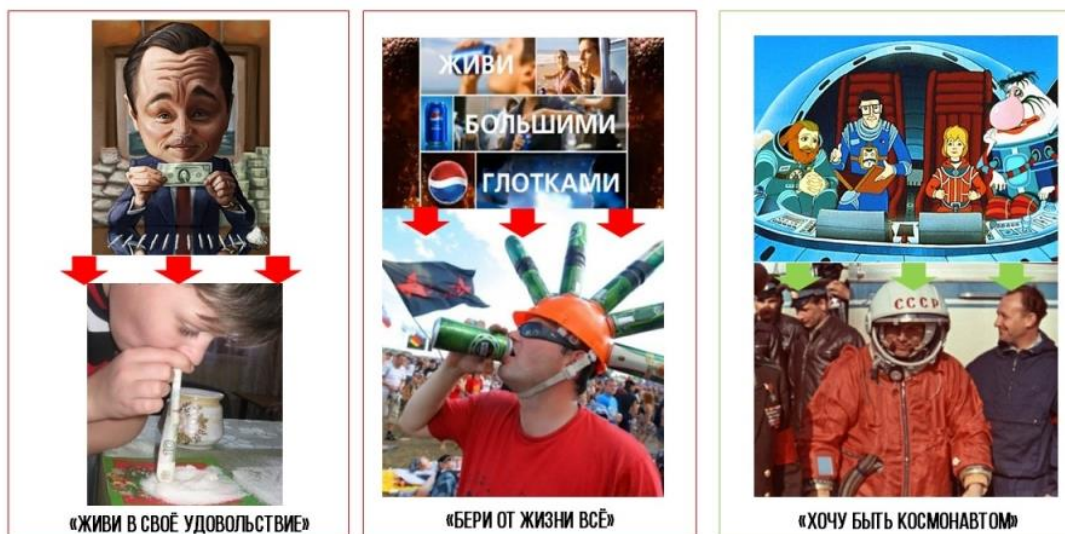
Такая ситуация в мировом масштабе позволяет Америке доминировать, так как ещё во времена войны во Вьетнаме американцы официально ввели понятие «психологические операции». Приведем определение, которое даёт полевой устав армии США ФМ-33-1 от 1987 г. «Психологические операции – это проводимая **в мирное или военное время** плановая пропагандистская и психологическая

деятельность, рассчитанная на иностранные враждебные, дружественные или нейтральные аудитории с тем, чтобы влиять на их отношения и поведение в благоприятном направлении для достижения, как политических, так и военных национальных целей США»[1]. Получается, что военные операции проводятся в режиме нон-стоп, таким образом понятия войны и мира намеренно затираются. Со времен второй мировой в Америке были созданы специальные подразделения, батальоны по проведению психологических операций, открыт центр подготовки кадров (сегодня это «Центр и школа специальных методов войны сухопутных войск имени Джона Ф. Кеннеди»). В 1985 г. было основано объединенное командование гражданской администрации и психологических операций сухопутных войск (United States Army Civil Affairs and Psychological Operations Command (Airborne)).[2]



Американцы оперативно в июне 2010 года директивой министра обороны США переименовали «психологические операции» (Psychological Operations, или PSYOP) в «военные операции по информационному обеспечению» (Military Information Support Operation (MISO)). А за год до этого в 2009 создали отдельную структуру «Киберкомандование» для проведения наступательных операций в сети интернет. Они так сделали неслучайно. Мир стал информационным. Соответственно, формирование и управление киберпространством стало **задачей стратегической важности**. По планам Пентагона, к 2019 году должно быть завершено создание трёх оперативных формирований (ОФ): стратегических операций в киберпространстве, оперативно-стратегических операций в киберпространстве и формирование киберзащиты. В состав ОФ войдут 133 кибергруппы общей численностью 6 200 человек[3]. На усиление кибербезопасности Пентагон планирует потратить 35 млрд. \$ до 2021 года. Тем не менее на данный момент несмотря на желание абсолютного доминирования со стороны американских транснациональных кругов, субъектами управления в киберсреде являются разные правительства, корпорации, искусственный

интеллект, а также гражданское общество (т. е. пользователи, создающие и распространяющие контент).



Психологические операции сегодня осуществляются при помощи создания контента и управления им. Контент – это вся информация в мультимедийном, текстовом, графическом форматах. Контент формирует общественное мнение, оказывает информационно-алгоритмическое воздействие на человека, т.е. формирует алгоритмы поведения, побуждает к определенным действиям, будь то выбор одежды, еды, места учёбы, работы, страны для жизни, кандидата на выборах и т.д. Медиапродукты становятся инструментом для формирования стандартов мышления, ценностей. Для этого используются следующие приемы: во-первых, психологическое давление. Это многократное повторение ложного тезиса в СМИ, ссылки на авторитеты; манипуляция цифрами и фактами; подбор яркого, эмоционально-окрашенного материала и другие аналогичные приемы, рассчитанные на создание эмоционального дискомфорта и нейтрализацию способности человека рационально оценивать предоставляемую информацию. Во-вторых, незаметное проникновение в сознание. Это реклама своего образа жизни, распространение «желательных» ценностей и стандартов массовой культуры через музыку, развлекательные телепрограммы, кинофильмы, через моду и т.д. Наконец, третий прием — это скрытое нарушение и искажение законов логики. Сюда относятся подмена тезиса, ложная аналогия, вывод без достаточного основания, подмена причины следствием, подмена понятий и т. д. [4] Например, во время холодного противостояния США и СССР советским людям доносилась алогичная с точки зрения здравого смысла пропагандистская модель. В плохой жизни виноваты коммунисты, но они строят новую российскую империю, значит, чтобы жить по-человечески, то надо избавиться и от коммунистов, и от великой державы. Её можно выразить формулой: коммунисты + Россия = империя зла.

В США была разработана концепция о «22 порабощённых народов». Тогда основным оружием были радиостанции. Голос Америки накачивал местечковый

национализм и сеял межнациональную рознь среди народов. В 1959 году был принят специальный закон (закон № 86-90, Public Law 86-90 Captive Nations Week Resolution), утверждающий неделю порабождённых народов (Captive Nations Week) — ежегодный комплекс массовых мероприятий, целью которого было привлечение внимания общественности США к проблеме народов, находящихся под контролем коммунистических режимов». В тексте резолюции Конгресса к «порабождённым народам» был отнесён и континентальный Китай, Тибет, а также Польша, Венгрия, Литва, Украина, Чехословакия, Латвия, Эстония, Белоруссия (White Ruthenia), Румыния, Восточная Германия, Болгария, Армения, Азербайджан, Грузия, Северная Корея, Албания, Туркестан, Северный Вьетнам и др. Здесь же были упомянуты некие известные, очевидно, только американцам и солдатам Вермахта Казакия (Cossackia) и Идель-Урал (подразделение вермахта, состоявшее из представителей поволжских народов (в основном из татар, менее из других народов башкир, чувашей, марийцев, мордвы, удмуртов). Данный закон действует до сих пор.

Неделя порабождённых народов 被奴役人民的一周



Континентальный Китай, Тибет, Польша, Венгрия, Литва, Украина, Латвия, Эстония, Чехословакия, Белоруссия (White Ruthenia), Румыния, Восточная Германия, Болгария, Армения, Азербайджан, Грузия, Северная Корея, Албания, Туркестан, Северный Вьетнам, Казакия (Cossackia), Идель-Урал и другие

В настоящее время Вашингтон продолжает разворачивать активную информационно-психологическую деятельность: модернизирует систему образования в разных странах, активизирует программы академической мобильности в Америку, открывает местные теле- и интернет-каналы, сайты, медиагиганты (Time Warner, News Corporation The Walt Disney Company, Viacom/CBS Corporation, Comcast/NBCUniversal) производят и транслируют контент повсеместно. Теперь вместо действующей элиты, военных и диссидентствующей интеллигенции правительство США стало тратить на обучение «основам демократии» всех категории граждан, особенно ставка идёт на молодёжь до 25 лет и женщин. Так, например, Вашингтон мобилизовал огромные финансовые ресурсы и создал порядка 350 новых программ в области образования, культуры

и информации для «продвижения демократии» и создания в арабских странах прослойки граждан, ориентированных на США[5].

Фактически в Америке вся страна задействована в проведении глобальных военных информационно-психологических операций. В стране установлена военная диктатура с внешними атрибутами «демократии», где народ ничего не решает. Для того, чтобы Америку не разорвало изнутри, социальные инженеры выстроили «внутренне ненапряжённое общество». В США интенсивно работает индустрия развлечений, развиты агрессивные виды спорта (регби, американский футбол, бейсбол и т.д.), во многих штатах разрешены наркотики, легализована педерастия. Нужно спасать американский народ от изуверских военных экспериментов, которые над ними проводит правительство! Не стоит забывать и об угнетённых, порабощённых народах Америки. Вспомним наполовину исчезнувших индейцев или алеутов на Аляске, почему мировой общественности нет до них дела? Угнетены и латиноамериканцы, отчего до сих пор испанский язык не стал государственным языком Америки? Если бы об этом режиссёры из Китая, России и Европы снимали фильмы: не о большом и злом гегемоне, а о слабой, маленькой, раздираемой изнутри внутренними сложностями Америке. Постепенно такой подход стал бы внутренним достоянием психики вначале немногих американцев. Потом постепенно внутри страны образовалась бы своя пятая колонна. Американские режиссёры сами начали бы снимать фильмы-покаяния, о том, что да — Америка виновата и признает свои ошибки перед мировым сообществом. (к сожалению, именно такие фильмы массово делали советские режиссёры в конце 80-х гг.). Ну и в финале: ради мирного развития американского народа Америке нужны срочные конституционные преобразования, в стране наконец-то будет установлена настоящая, а не номинальная демократия. Это и называется психологическая контр-операция. Если же Америку представляют в медиапространстве в образе всемогущего гиганта, то американский народ, даже учитывая напряжение и глубокие противоречия внутри страны, будет объединяться в праведной борьбе против недоброжелателей и продолжать обслуживать военную диктатуру.

СПАСЁМ АМЕРИКАНСКИЙ НАРОД ОТ ВОЕННОЙ ДИКТАТУРЫ!
从军事独裁中拯救美国人民!



Однако, как только вы захотите снять фильм о слабой Америке, то на всякий случай вами займутся 17 разведывательных структур США. Такие как ЦРУ США, Государственный департамент США, информационное управление Госдепартамента, Министерство финансов США, управление разведки и борьбы с терроризмом, Министерство обороны США, РУМО, АНБ США, РУ СВ, РУ ВВС, РУ ВМС, РУ КМП, управление космической разведки и картографии, управление спутниковой РЭР, Министерство энергетики США, управление разведки и безопасности в ядерной сфере, Министерство внутренней безопасности, информационно-аналитическое управление, РУ береговой охраны, Министерство юстиции США, ФБР США, управление по борьбе с наркотиками. При проведении информационно-психологических операций в СМИ ключевым моментом является не само событие, а то, как оно подаётся и воспринимается аудиторией. Следует принимать во внимание факт, что большинство пользователей воспринимает информацию напрямую так, как она преподносится, они не привыкли анализировать поступающий контент. Приведём наглядный пример из Рунета. 17 мая 2016 года в топ новостей Яндекса попадает сообщение: Виктория Нуланд встретила в Москве с «молодыми лидерами». (подробнее: «Москва. 17 мая. INTERFAX.RU — Заместитель госсекретаря США по вопросам Европы и Евразии Виктория Нуланд в начале своего визита в Москву встретила с представителями российской молодёжи, сообщил пресс-секретарь посольства США Уилл Стивенс. «Виктория Нуланд начала свой визит в Москву со встречи с российскими молодыми лидерами в Американском центре», — написал он в своём твиттере во вторник.)

1. Виктория Нуланд встретилась в Москве с «молодыми лидерами»
 2. Организаторы «Евровидения» отказали в пересмотре итогов конкурса
 3. СК считает экс-директора Хованского кладбища организатором побоища
 4. На пресс-конференции Джамалы в Киеве случайно включили песню Лазарева
 5. Строители начали возводить опоры Крымского моста на морских участках
- USD ЦБ 64,51 -0,38 EUR ЦБ 73,10 -0,35 НЕФТЬ 49,30 +0,39% ...



Браузер без опасности
Технология Протект

Карты Маркет Новости Переводчик Картинки Видео Музыка ещё

Однако, на сайте госдепартамента США это событие представлено в ином ключе, в числе одного из рядовых: «Помощник госсекретаря по делам Европы и Евразии Виктория Нуланд поедет из Вены, Австрии в Москву (Россия). Она проведет встречи с высокопоставленными представителями российского правительства с целью обсудить ситуацию на востоке Украине и следующие шаги по реализации минских соглашений в поддержку нормандского формата и трехсторонней контактной группы».

The screenshot shows the official website of the U.S. Department of State. The header includes the department's name and logo. A navigation menu lists various sections like 'SECRETARY KERRY', 'MEDIA CENTER', and 'BLOG'. Below the menu, there are links to 'ABOUT STATE', 'POLICY ISSUES', and 'COUNTRIES & REGIONS'. The main content area features a press release titled 'Assistant Secretary Nuland Travel to Russia and Belgium', dated May 17, 2016. The text of the release states that Assistant Secretary for European and Eurasian Affairs Victoria Nuland will travel from Vienna, Austria, to Moscow, Russia, to meet with senior Russian government officials to discuss the situation in eastern Ukraine and the implementation of the Minsk agreements. A 'Share' button is visible next to the title. On the right side, there are social media links and a 'Stay Connected with State.gov' section.

Основной смысл сообщения следующий: Нуланд будет проездом в Москве и там встретится с чиновниками по вопросам Украины. Однако прочитав новость в Яндексe, граждане РФ усвоят, что госпожа Нуланд едет воспитывать «молодых российских лидеров» (интересно для чего?), а вовсе не решать вопросы по Украине. Таким образом, подсознательно у пользователей Рунета формируется стереотип, что это нормально, что американская дама воспитывает российскую молодёжь, в умолчаниях же остаётся, что своих воспитателей, очевидно, нет. Соответственно, возникает вопрос в интересах какого государства работает Яндекс?

Сейчас на глазах мирового сообщества продолжают разворачиваться психологические операции на Украине, которая по факту оккупирована национал-

радикалами. Вот два примера как по-разному преподносится новость о переименовании населённых пунктов в рамках проекта «декоммунизации».

1. Никакой декоммунизации: на Украине два населенных пункта отказались менять название[6].

2. По словам юриста Института национальной памяти Сергея Рябенко, массовых исков в суд нет. Однако два населённых пункта все же намерены оспорить постановление Верховной рады. «Насколько мы ознакомлены с материалами дела, то перспектив больших у этих исков нет», — сказал Рябенко[7]. В первом случае акцент ставится на том, что есть бунт против переименования населённых пунктов. Во втором случае, смысл сообщения таков: массовых исков и протестов против «декоммунизации» не наблюдается. В рамках декоммунизации Московский проспект в столице Украины получил имя «героя» украинских националистов Степана Бандеры, Днепропетровск переименован в Днепр, а улица Ленина в улицу британского певца Джона Леннона. Такие названия не случайны, так как с конца 1940 г. Степан Бандера активно сотрудничал именно с британскими спецслужбами. Следует отметить, что психологические операции такого рода опасны для человечества, так как нацелены на искажение реальной истории, уничтожение артефактов, разрушение культурного наследия стран.

ДЕКОММУНИЗАЦИЯ УКРАИНЫ
非共产主义化
烏克蘭

 <p>МОСКОВСКИЙ ПРОСПЕКТ</p> <p>莫斯科大道</p>  <p>斯捷潘·班杰拉大道</p>  <p>ПРОСПЕКТ СТЕПАНА БАНДЕРЫ</p>	 <p>УЛИЦА ЛЕНИНА</p> <p>列宁大街</p>  <p>列依大街</p>  <p>УЛИЦА ЛЕННОНА</p>	 <p>ДНЕПРОПЕТРОВСК</p> <p>德涅伯罗彼得罗夫斯克</p>  <p>第聂伯河</p>  <p>ДНЕПР</p>
--	--	--

Йозеф Геббельс, рейхсминистр народного просвещения и пропаганды Германии, писал, что «ложь, сказанная сто раз, становится правдой», «дайте мне средства массовой информации, и я из любого народа сделаю стадо свиней!». Для того, чтобы аудиторией можно было проще манипулировать нужно исказить восприятие реальности. С одной стороны, можно воздействовать на биологию человека через наркотические, психотропные вещества. Сейчас, например, Канада готовит законопроект по легализации наркотиков. С другой стороны, можно воздействовать на сознание через информационные технологии. Для этого информационное пространство наполняют пропагандой агрессии, невежества, извращений, ложными сообщениями в СМИ. Если относительно

деятельности Яндекса вопрос можно адресовать российским спецслужбам, то с точки зрения более общих позиций ситуация сложнее, так как ввиду контентных войн происходит изменение алгоритмов восприятия информации. Обрывки контента, просмотренного мимоходом, фиксируются в сознании. Подача информации в искажённом виде приводит к глубокому интеллектуальному поражению. Люди перестают мыслить логично, объективно и целостно воспринимать мир. Описывая это явление, современные исследователи вводят понятие клиповое мышление (К.Г. Фрумкин, А.Б. Фельдман, Тоффлер Э.). Так А.Б. Фельдман считает, что клиповое мышление — приобретённый вид мышления, при котором человек оперирует только смыслами фиксированной длины и не может работать с семиотическими структурами произвольной сложности. Внешне это проявляется в том, что человек не может длительное время сосредотачиваться на какой-либо информации, и у него снижена способность к анализу. Характерные особенности клипового мышления: стереотипность, чрезмерная эмоциональность, инфантилизм, отсутствие системности, легкая внушаемость.



Таким образом, интеллект человека намеренно перегружают информационным мусором, заставляют человека отказаться от принципов и через яркий и эмоциональный видеоряд загружают новые установки. Тогда интеллект человека, поражённый информационными вирусами, становится орудием. Опасным оружием становится и искусственный интеллект: например, армия ботов, которые создают специально-ориентированный контент. Контентные войны вызывают интеллектуальное поражение, интеллект становится ориентирован на потребление и разрушение, либо человек вовсе остаётся интеллектуально недоразвитым. Что ведёт к инфантилизации общества[8]. Субъекты, занимающиеся организацией и проведением подобных спецопераций, очевидно, не до конца оценивают деструктивные последствия в мировом масштабе. В результате проведения масс-медийных операций снижается интеллектуальный потенциал всего человечества, что крайне опасно. В связи с чем целесообразно на международном уровне:

— введение понятия «контентные войны» — это проведение специальных информационно-психологических операций с помощью специального контента,

который ведёт к интеллектуальному поражению, как отдельной личности, так и народов в совокупности;

— введение критериев оценки транслируемого контента; применение контента в качестве оружия должно быть приравнено к преступлению против человечности и повсеместно запрещено;

— разработка комплекса международных и национальных программ медиа оздоровления общества, который должен осуществляться профессионалами и народными представителями.

В целом со стороны правительства и корпораций важна и весьма актуальна поддержка общественно-созидательных трендов в киберпространстве. Необходимо создание созидательных медиапродуктов, утверждающих ценности жизни и развития. В данную работу необходимо включать население разных возрастов. Сегодня достаточно много контента создают сами пользователи. Эту тенденцию можно использовать. Например, развивать коллективные интеллектуальные блог-платформы на разных языках. Блог-платформа – это портал, где пользователи могут размещать свои статьи-размышления, заметки и т.д. на разные темы, либо свои медиапродукты. Контентные войны являются инструментом по обслуживанию концепции общества потребления. Целью является конкурентная борьба и извлечение максимум выгоды, для этого при помощи воздействия на сознание из людей делают ресурс – потребителей. Соответственно формирование клипового мышления и, как следствие, закрепощение психики большинства на уровне избалованного легкоуправляемого ребенка тактически выгодно. Однако стратегически человечество рискует остановиться в развитии. Так, в докладе римского клуба «Революция сознания» говорится о том, что воспитание, развитие сознания человека должно быть «предвосхищающим» вместо нынешнего «запаздывающего», которое неспособно вести человека в ногу со временем, а лишь адаптирует его к уже случившемуся^[9]. В том же докладе была высказана «идея взаимозависимости, мысль о том, что неразрывные связи между поступками и делами всех людей на Земле не позволяют действовать только ради собственной выгоды». Таким образом, на мировоззренческом уровне необходима смена глобальной концепции власти капитала, общества потребления на стратегию устойчивого развития территорий. Ценности меняются медленно. Однако в случае смены глобальной стратегии контент – становится не оружием, а инструментом для ускорения формирования интеллектуально развитого общества на планете.

СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ
区域稳定发展战略



[1] Полевой устав армии США FM 33-1. Психологические операции. — М.: ГШ ВС СССР, 1988

[2] American Special Operations Forces <http://www.americanspecialops.com/psyops/>

[3] Подготовка Сухопутных войск США к ведению боевых действий в киберпространстве

Подполковник А. Белый

[4] Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. — Екатеринбург: Деловая книга. — 496 с., 2001

[5] Психологическая война – «уничтожение воли врага»
<http://www.contrtv.ru/common/4193>

[6] Российский диалог http://www.rusdialog.ru/news/65657_1462715060

[7] Newsland <http://newsland.com/user/4297748510/content/dva-ukrainskikh-poselka-namereny-osporit-svoe-pereimenovanie-v-sude/5222258>

[8] незрелость в развитии, сохранение в поведении черт, присущих предшествующим возрастным этапам.

[9] КРАТКИЙ ОБЗОР ДОКЛАДОВ РИМСКОМУ КЛУБУ
http://www.ihst.ru/~biosphere/Mag_3/gvishiani.htm