

КВ-1 Некинетическое воздействие в России и мире

Youtube

Аудио на тг-канале Семёна Уралова

Max

Аудио на podster.fm

pdf

Дата выпуска: 12 ноября 2026

Семён Уралов. Добрый вечер, уважаемые слушатели! 12 ноября 2026 года, и мы рады слышать и всех видеть в чатах на старте нашей новой рубрики, которая называется «Когнитивная война». В рамках центра ЭВМ, центра экспертного взаимодействия и моделирования АНО «Евразия» с ключевыми экспертами нашего центра. И «Когнитивная война» — это рубрика, которую мы начинаем с исследователем когнитивных войн, политологом Владимиром Апухтиным. Это эксперт, которого еще не было у нас на подкастах, молодой ученый. Цель данной рубрики — разбираться в постоянном режиме, систематически и периодически, с тем, что происходит на фронтах когнитивной войны как надстройки над войной информационно-психологической. И прежде чем мы перейдем к темам, я бы хотел, чтобы Владимир чуть больше рассказал о себе, потому что наш новый докладчик. Владимир, приветствую тебя, рад видеть на нашей волне.

Владимир Апухтин. Здравствуйте, Семён Сергеевич, здравствуйте, дорогие слушатели, зрители. Пару слов о себе. Как было верно подмечено, я молодой ученый. На данный момент я заканчиваю магистратуру в Московском государственном институте международных отношений на факультете управления и политики. Направление у меня политология. Далее буду идти в аспирантуру получать степень, скорее всего. Моя тема и специализация — это методы некинетического воздействия, в частности когнитивная война — предмет сегодняшней нашей дискуссии. Эту тему я копаю довольно давно, наверное, уже года четыре. За это время у меня накопилось определенное количество публикаций, определенное количество работ. Собственно, частью своего багажа знаний и я сегодня планирую с вами поделиться.

СУ. Отлично. А для меня особо важно, что Владимир из Краснодара, так что чистота понимания кубанская у нас будет расширяться. Плюс мои коллеги по центру ЭВМ, о котором я говорил, и мы очень предметно изучаем именно практику когнитивных войн в Евразии и все более узко на постсоветском пространстве, но наша рубрика будет в более широком смысле. У нас идея заключается в чем? Чтобы повышать чистоту понимания как теоретическую о когнитивной войне, и сегодня у нас беседа первая, она же вводная. Значительная часть будет посвящена тому, что есть когнитивная война, как мы будем анализировать. А в дальнейшем мы планируем [проводить] рубрику раз в месяц, где о теории будет меньше, о самых новых исследованиях или каких-то особых подробностях, но более предметно будем останавливаться на конкретных, как говорят сейчас в языке политологов, кейсах или как сто лет назад их называли казусах, то есть примерах из реальной политической жизни, и будем разбирать основные политтехнологии. Соответственно, для этого у нас будут подробные презентации,

которые те, кто нас смотрит на видеоплатформах, смогут лицезреть непосредственно во время прямого эфира. А те, кто будут слышать аудиозаписи в телеграм-канале моем и в канале в «Максе», в комментариях эти презентации будут выложены отдельными файлами. Во время трансляции мы будем называть номер слайда. Наш товарищ режиссер будет их пролистывать. А вы, кто слушает аудиозаписи, можете следить для того, чтобы удерживать предмет. Поэтому поехали. Владимир, начинаем тогда с теории.

ВА. Так точно, поехали. Уважаемый режиссер, пожалуйста, слайд номер три. Для начала давайте определим, о чем мы вообще говорим, суть нашего разговора. В первую очередь мы будем говорить, конечно, о когнитивной войне. Поймем, что это значит. Слайд номер четыре, пожалуйста. Что такое когнитивная война? Важно здесь понять следующее.

> Когнитивная война — это целенаправленное применение технологических, психологических, информационных средств для изменения восприятия реальности, ценностных ориентиров, моделей принятия решений и поведения целевых аудиторий.

Расшифровывая с такого немножко запутанного языка, по сути своей, наша задача влиять на то, как человек думает, то есть на механизм головного мозга. Что это значит? У человеческого мозга совершенно разные функции:

- Это принятие решений,
- это анализ информации,
- это восприятие.
- Более того, это наличие какой-то моральной сетки, ориентиров.

И когнитивная война как раз нацелена на то, чтобы этот механизм либо видоизменить, либо сломать. В конечном итоге, что приведет по логике вещей к достижению каких-то политических целей. Чтобы определить, что перед нами находится именно когнитивное воздействие, существуют разные методики. Пожалуйста, пятый слайд, уважаемый режиссер. Возьмем методику Деппе и Шаля. Это исследователи как раз натовской концепции. Есть три опоры для разбора, в принципе, всех кейсов.

1. Должен быть обязательно когнитивный эффект, то есть воздействие как раз на то, что люди думают, как люди думают, воздействие на человеческий мозг.
2. Второе — это элемент войны, то есть это должно быть противоборство. Если на вас воздействует природа или какое-то естественное явление, это не является элементом войны.
3. И третий момент — это технология. То есть в рамках когнитивной войны обязательно существование и наличие этого технологического элемента. Это должны быть либо цифровые технологии, социальные сети, платформы, искусственный интеллект, о котором мы сегодня будем много разговаривать.

Поэтому я лично настаиваю на том, что когнитивная война — это все же новое, совершенно новое явление в современном мире, которое можно брать сначала, разве что, наверное, с 2020 года примерно, потому что как раз она базируется на новейших достижениях нейронаук, информационных технологий, достижениях в психологии, в изучении сознания человека и так далее. Далее, пожалуйста, шестой слайд.

СУ. Тут я немного помешаю.

ВА. Да, я передаю слово Семёну.

СУ. Я буду просто комментировать. Все-таки с 2017 года сами исследователи натовские вводят этот термин «когнитивная война». И почему? Потому что это их термин. То есть если дословно переводить на русский язык, то это «война в мышлении». Или если метафорой, и мы вышли на это еще с Дмитрием Юрьевичем Пучковым в разборе в 2022 году, это умопомрачительная война. Вот есть такой эффект умопомрачения. То есть когда вроде бы человек не сошел с ума, но состояние очень странное. Или еще есть такое русское слово «наваждение». Фильм про Шурика, даже одна серия называется «Наваждение», когда вы помните, они готовились к экзаменам, и он потом не мог вспомнить, а что же это было и как это было. Это состояние известно давно. Например, так называемый в народе цыганский гипноз, когда человека как-то заманивают гадалка, и он потом не может вспомнить, как это и что это с ним произошло. Но именно на рубеже 2020-го года уже активно применялись технологии когнитивных войн, уже даже на постсоветском пространстве, в частности, белорусский бунт, когда толпы людей ходили по улицам, а потом мы видели их признательные ролики, я даже знакомых отдельных знаю, которые ходили там с бело-красно-белыми флагами, а потом искренне говорили, что они не понимали, что они делали, почему они залипали в «телегу», слушали этого «Нехту»* (экстремиста, террориста и прочего иноагента) и шли туда, куда им сказали. То есть в конце десятых годов [начали применять] технологии, которые были известны еще в конце XIX века, с изобретением радио, когда сигнал информационный стал отделен от физического носителя, потому что на протяжении всего существования человечества информационный сигнал был связан прямо с носителем. То есть это газета, книга или сам оратор, который выступает. А вот с изобретением радио, когда инфосигнал отдельно, а носитель отдельно, и он невидим, начали наблюдаться эти эффекты, они впервые проявились в Первую мировую. Но вот уже в XXI веке, спустя 100 лет (для человека это много, а для человечества это одно мгновение) технологии до такой степени опутали нас, что натовские исследователи утверждают, что когнитивная война, она же война в мышлении, она же умопомрачительная война, — это уже технологии, которым человек не может сопротивляться. Это стали такие же технологии, как в свое время, например, изобретение автоматического оружия, например, пулемета, который появился на полях Первой мировой войны, он отменил, например, такой род войск, как кавалерия, которая доминировала со времен древнего мира. Тысячелетия доминировала кавалерия, а технологический рывок конца XIX века изменил совершенно картину боя. И вот, судя по всему, в начале XXI века именно новые информационно-коммуникационные технологии меняют подход именно к войне, то, что на предыдущем технологическом укладе называли войной информационно-психологической. Jна превращается в когнитивную. Это было дополнение к твоей вводной части.

ВА. Да, благодарю. Уважаемый режиссер, пожалуйста, шестой слайд. Опять же, Семён Сергеевич, я думаю, вы лучше раскроете вашу методологию по разделению когнитивной волны и когнитивного удара.

СУ. Давай, раскроем. В чем особенность? Воздействие бывает двух типов на человека.

> [Первое] воздействие — шоковое. Это мы ввели такое понятие, как когнитивный удар.

Я напоминаю, что по сей день работает эффективно и помогает в том числе людям бот-измеритель когнитивной войны. Это есть такой проект, кто не знаком, посмотрите у меня и в описании в Telegram-канале, там есть ссылка на него.

> То есть шоковое воздействие на человека, [это] когда у него пробивается психика.

Вот то, что говорил вначале Владимир, что в нашем мышлении, или попросту говоря, в мозгу, живут и рациональные мысли, и в том числе эмоциональные, то есть наши эмоции. И когда на этом основан эффект паники, это тоже человечество знает очень давно, «все побежали, и я побежал», когда пробивается это рациональное мышление, с человеком происходит что-то непонятное, он попадает во власть эмоций, это, как говорят, сердце ёкнуло, душа в пятки ушла. Это наш язык, пословицы и поговорки нам об этом говорят. Все внутри похолодело. В том числе даже у нас меняются наши физические реакции. То есть что-то происходит с кровообращением. Гормоны выделяются. Но мы не медики, мы не будем уходить в эту глубь. Когнитивный удар — это когда нас пробивают по шоковому принципу.

А когнитивная волна — это чуть иной тип воздействия. Это воздействие, основанное на внушении. Это прекрасные работы нашего нейрофизиолога и крупнейшего исследователя мирового своего времени мозга, академика Бехтерева. Это как раз конец XIX — первая половина XX века, он был дореволюционный исследователь, потом в советское время основал институт мозга как раз в Петербурге, в Ленинграде. У него есть прекрасная работа, с которой я рекомендую ознакомиться всем, кто хочет понять про когнитивную войну. Эта работа называется «Внушение и его роль в общественной жизни». Он выделяет, что на человека можно воздействовать убеждением и внушением. Убеждение — это то, что апеллирует к нашим рациональным основам, то есть нас убеждают, приводят доводы. Прочитайте эту работу академика Бехтерева, очень советую, она с кучей примеров, и самое главное, что эти примеры из Первой мировой войны и последующей революции, когда с нашим обществом проходили очень показательные истории и массовая паника. Он же как раз был в Петрограде, пережил и февральскую, и октябрьскую революцию, кризисы Первой мировой войны, поэтому там примеров очень много, и они очень понятны. Плюс он берет еще описанные примеры из Средневековья, это прямо то, что нужно иметь каждому в библиотечке.

> А вот второй тип воздействия — это внушение. То есть внушение — это когда [есть] какая-то мысль, которая подталкивает нас к какому-то действию.

Владимир в самом начале говорил, что задача когнитивной войны не просто нас к какой-то мысли подтолкнуть, но ещё и повлиять на наше какое-то действие или наоборот спровоцировать бездействие.

Соответственно,

> принцип когнитивной волны — это долгосрочное внушение,

когда нам потихоньку заливают, тут у нас есть такой полушуточный термин, фекальное мышление, то есть когда нам какую-то, то, что Дмитрий Юрьевич Пучков называет малолетними дебилами, это когда нам потихоньку-потихоньку заливают какую-то мысль в мышление. И происходит это во многом для человека незаметно. Это очень хорошо видно на примере судорожного потребления короткого контента. Это то, о чем уже говорят уже даже педагоги. Замечено, что школьники, особенно подростки, залипают в какие-то короткие ролики. Каждый по отдельности ролик где-нибудь в ТикТоке, и не только в ТикТоке, рилсы какие-нибудь в разных соцсетях, не производит какого-то эффекта, но когда человек позалипал часок, другой, третий, а если это еще и происходило на протяжении недель или месяцев, он

оттуда подцепляет какие-то дурацкие словечки, какие-то дурацкие мыслишки и, в принципе, становится очень раздраженным.

> И что еще очень важно, когнитивная волна как тип воздействия делает человека очень судорожным и поверхностным. Поэтому всегда когнитивная волна и когнитивный удар, они как мизера в преферансе, ходят парами. То есть когда у вас мышление ослаблено постоянным волновым воздействием, то вас потом намного легче пробивать ударами.

Вкратце разъяснение закончено. Владимир.

ВА. Да, спасибо большое. Очень подробно, я лучше бы не сказал.

Пожалуйста, седьмой слайд. Давайте разграничим немного понятия, потому что есть у нас и когнитивная война, до этого у нас всегда говорили про информационную войну, на самом деле в российском дискурсе эти понятия, как правило, сравнивают и считается, что они тождественны. Сразу оговорим, разграничим эти понятия.

> Когнитивная война, как я уже упомянул, — это война за то, как человек мыслит, [это] война, которая нацелена на механизм мышления.

> Информационная война, если упрощать, это война за то, что человек потребляет, то есть какую информацию он получает. Это война за информационные потоки и за то, какой информационный поток получит человек. В оригинале, вообще в концепции военной, информационная война не имеет дела с мыслями и поведением людей. Она имеет дело с нарративами, с дискурсом, но никак не с тем, как этот нарратив и дискурс человек осмысляет.

Собственно, это основное различие, и нужно эту рамку проводить и отделять два явления.

> Есть у нас еще психологические операции. На слайде это PsyOps. Опять же, в оригинале это тоже очень похожий термин на когнитивную войну, но в оригинале это военная технология, которая была нацелена на военных, причем на довольно узкую аудиторию. Как правило, психологические операции не воздействовали на широкую общественность.

То есть если мы знаем, что когнитивная война может воздействовать на человека, на личность, на индивида, на социальную группу, на какую-то часть общества и на общество целиком, то есть на общество всей страны. Это когнитивная война. Психологические операции, как правило, не идут дальше какой-то общности, объединённой по каким-то социальным признакам. Но при этом она имеет дело с мыслями и поведением людей, потому что это психологическая операция.

> Радиоэлектронная борьба, это для нашего зрителя будет понятно, — это война за то, что называется в английском: hardware и software. То есть hardware — это

> конкретно технология, конкретно клавиатура, компьютер, процессор. Война ведется как раз за то, чтобы разрушить инфраструктуру, грубо говоря.

СУ. Это то, что в народе называют железо.

ВА. Да, железо, спасибо большое.

> Кибервойна — это уже воздействие на программное обеспечение, на код программный, на сайты.

Я думаю, мысль понятна. Все четыре — PSYOPs, радиоэлектронная борьба, кибервойна и информационная война — могут где-то соприкасаться, но все-таки отвечать за разные вещи. Когнитивная война вбирает в себя все эти понятия и является частью более масштабной гибридной войны, это когда уже могут добавиться и санкционное давление, и война через прокси и так далее, и так далее. То есть

> когнитивная война вбирает в себя характеристики всех войн и добавляет элемент воздействия на сознание.

С этим, я думаю, мы разобрались. Предлагаю переходить дальше. Семён Сергеевич, у вас будут комментарии?

СУ. Нет, все понятно. То есть на уровне схемы когнитивная война как раз включает все предыдущие наработки. Именно поэтому исследователи натовские утверждают, что через 10–20 лет, как это бывает с технологиями, она будет выделена в отдельный домен, то есть в сферу, она еще дальше выйдет, как это произошло с космосом в XX веке.

ВА. Да, это называется домен ведения боевых действий, сфера ведения боевых действий. На данный момент в рамках концепции НАТО всего их пять: земля, небо, море, космос и киберпространство. Существуют наработки, чтобы как раз когнитивную войну выделить в шестой домен операций и уже более подготовленным входить в него.

Переходим дальше. Восьмой слайд как раз представляет второй блок нашей рубрики. Мы будем анализировать, что нового за определенный период появилось в исследованиях когнитивной войны и чуть шире, в принципе, в исследованиях некинетического воздействия.

Некинетическое воздействие, поясню, это когда у нас нет прямого физического воздействия на объект. То есть когда летит стрела, пуля, копье, попадает в вас, это физическое воздействие. Когда вас пытаются в чем-то убедить, посеять в вас панику, раздор и так далее, это как раз некинетическое на вас воздействие происходит, оно не предполагает прямого конфликта.

Итак, пожалуйста, следующий слайд. Здесь у нас представлена первое исследование института Тимбукту, что находится в Африке, про конфликт в Мали. Мали — это страна Сахеля, там представлен российский африканский корпус, помогающий местному правительству воевать с террористами и с различного рода повстанцами из движения Азавада. На самом деле сам по себе конфликт очень тяжелый и заслуживает, наверное, отдельного не то что стрима, а целого блока, чтобы разобраться, кто с чем и за кого, потому что есть выражение «Восток — дело тонкое», тут эту логику наследует. Но как раз исследование посвящено тому, что все стороны

конфликта, а их тут множество, больше, чем две, немножко у нас ошибка на слайде, но ничего страшного, суть не меняет. Все стороны конфликта так или иначе применяют генеративный ИИ, то бишь искусственный интеллект, это и большие лингвистические модели, и дипфейки, и синтетический контент.

Конечно, исследователь выделяет особую роль российского африканского корпуса, считая, что именно Россия приносит наибольший вклад со своей стороны в распространение искусственного интеллекта. Не знаю, может быть, конечно, это, вероятнее всего, часть известного анекдота про антисемитские газеты, но, тем не менее, не нужно недооценивать наше умение и наши возможности. Точно так же различные террористические группировки, группировки повстанцев применяют синтетический контент. Конечно, основная его цель — это повлиять на умы, повлиять на местное население. Почему нам интересны эти технологии? Потому что мы видим, что это некинетическое воздействие (или когнитивная война в нашем рассмотрении) распространяется, это применяют теперь не только крупнейшие державы, это может делать любой человек, у которого есть телефон, доступ к нейросети. Это что касается данного исследования. Переходим дальше.

СУ. Погоди, я предлагаю не забывать, что нас слушают очень разные люди. В двух словах объясни про дипфейк и синтетический контент, просто чтобы было понимание, что это.

ВА. Да, конечно. Что такое дипфейк? Это, если грубо упрощать, подмена настоящего лица, то есть у вас есть видео или фото, как правило, это все-таки видео, допустим, какой-то представитель власти что-то рассказывает, вы берете его лицо и подставляете его в какой-то контент, который нелицеприятен для него . Грубо говоря, какой-нибудь интим-скандал или связь его с какими-то террористическими движениями. И еще лучше, если он начинает что-то рассказывать, таким образом как минимум подменяется реальность для аудитории, для зрителя, и становится тяжелее отличить, где настоящий представитель власти, а где идет информационная атака.

Что касается синтетического контента, я думаю, существует такая теория мертвого интернета, она о том, что большая часть контента в интернете на самом деле искусственная. Косвенные подтверждения этому есть. Синтетический контент — это когда, допустим, у вас есть какой-то пост, там под постом миллион комментариев, и какие-то из этих комментариев обязательно написаны ботами, и, скорее всего, они еще подключены к модели искусственного интеллекта, к большой лингвистической модели, которая может самостоятельно генерировать смыслы, отвечать на комментарии настоящих людей, подстраиваясь под их психопрофиль и так далее. Этот синтетический контент используется везде. И это очередное интересное подтверждение, что и до Африки это добралось.

СУ. Да, я тут единственное добавлю, что это маркетинговая технология, которая применялась для создания отзывов в онлайн-магазинах, это началось еще когда были потдельные интернет-магазины на сайтах, и сначала эту работу выполняли просто люди, которые имитировали продавцов, покупателей, или наоборот, занимались недобросовестной конкуренцией, а сейчас это все автоматизировали. Как и множество технологий, эти технологии приходят в войну из маркетинга, рекламы и ставятся на поток ставятся.

ВА. Да, по большому счету, это абсолютно технологии двойного назначения. Все верно.

Пожалуйста, десятый слайд. У нас следующее — это отчет OpenAI про операции России и Ирана в Латинской Америке. Для тех, кто не знает, OpenAI — это компания, которая создала чат GPT и им управляет. В чем суть отчета? Были накрыты, выявлены операции влияния Российской Федерации и Исламской Республики Иран. Если говорить подробнее про Россию,

то там суть операции заключалась в том, был создан так называемый латиноамериканский центр социальных исследований. Он тесным образом был связан с компаниями Пригожина. Это в отчете фигурирует. Суть центра была в следующем. Собирали различные статьи про Украину, чтобы перестать поставлять помощь Украине, повысить информированность о том, что на Украине нацистский и прочие режимы не сильно приятные и так далее. В общем, продвинуть, скажем так, пророссийскую позицию. В случае с операцией Ирана похожая ситуация. Множество статей, десятки онлайн-изданий, для некоторых онлайн-изданий даже создали аккаунт в социальных сетях. И публиковались разные аналитические статьи и отчеты, тоже с призывами остановить войну, грубо говоря, про то, что Латинская Америка не должна туда вмешиваться, про преступления Израиля и США и так далее.

Интересно, как это выяснилось. Обычно предполагается, что просто закидывают текст, потом администратор нейросети видит, что есть такой странный текст, и раскручивает эту цепочку. В этот раз было по-другому, в этот раз эти операции были вскрыты по внутренним отчетам. То есть не по финальным текстам, а по отчетности внутри этих операций. Опять же, чем нам это интересно? Сегодня фактор нейросетей играет ключевую роль, одну из ключевых ролей. Эта зависимость операции от западной инфраструктуры очень часто играет злую шутку. Опять же, может быть, это часть анекдота про антисемитские газеты, но вполне вероятно, что такие операции имели место и имеют место быть. Но, к сожалению, очень часто они зависят от западной инфраструктуры.

Семён Сергеевич, есть что-то у вас добавить?

СУ. Нет, тут все понятно.

ВА. Тогда, пожалуйста, следующий слайд, 11 слайд. Публикация Азиатского аналитического центра про искусственный интеллект в различных избирательных кампаниях. Исследователи выяснили, что избиратели все чаще и чаще обращаются к нейросетям, к чат-ботам, чтобы определиться с кандидатом. То есть происходит процесс передачи функций своего головного мозга на нейросеть. Понятно, что может человек прийти написать: «Дай мне совет, какая партия лучше, в чем ее плюсы, в чем ее минусы, расскажи мне про этого кандидата». Но будем честны, мало людей, кто будет углубляться и делать подробный анализ через нейросеть. Природа человека в том, что его мозг стремится к упрощению, и чем проще будет этот процесс, тем лучше. Человек приходит, пишет: «Скажи мне, за кого проголосовать, кто круче». Нейросеть выдает кандидата или партию, и человек бежит на избирательный участок. Проблема в том, что конкретно это исследование повествует про избирательный дискурс, про избирательные кампании, про то, что кандидаты и их команда оптимизируют свою стратегию под нейросети, в том числе. Но проблема в том, что это же часть такого политического выбора. Сегодня человек приходит и пишет: «Посоветуй мне, за кого голосовать», а завтра он придет и скажет: «Посоветуй мне, кем мне быть: правым, левым, центристом, коммунистом, либералом» и так далее. В зависимости от каких-то предрассудков, от страны происхождения даже, нейросети будут выдавать различный ответ.

К сожалению, это сегодняшняя наша реальность, и не надо думать, что у нас в стране люди какие-то другие. Недавно буквально читал исследование про то, что около 70% взрослых людей еженедельно заходят и пользуются услугами нейросетей. У нас идет эта работа с нейросетями, а нейросети — это огромное ресурсное влияние на сознание. Этот элемент может стать одним из инструментов когнитивной войны.

Возвращаясь к исследованию, такое влияние уже продается как услуга через границы, то есть в исследовании был представлен кейс турецкой фирмы, которая работала на малазийских выборах, как раз подстраивая кампанию их кандидата под ответы, чтобы лучше выдавалась

нейросеть. Вот такие дела с этим.

СУ. Я тут дополню как политтехнолог из предыдущего медиауклада, я в середине десятых завершил заниматься именно практической работой на выборах, дальше перешел уже к тренерской, консалтинговой работа. Я за пределами постсоветского пространства не работал, поэтому не знаю, как это устроено за пределами бывшего СССР, но социология и научная, и практическая, и наблюдения многолетние (почти 20-летние) показывают, что порядка 30% избирателей вообще определяются в последний день со своим голосованием. А где-то, где есть внешние факторы, бывает до половины, особенно если нет политизации, выборы какие-нибудь, например, муниципальные, то есть нет накала страстей политических. Люди определяются в последнюю неделю, за кого голосовать, начинают хоть как-то интересоваться, причем очень-очень ленятся. Я рассказываю, подчеркиваю, про предыдущий медиауклад, но принцип не меняется. Тогда просто важен был интернет, телевидение, еще я захватил немножко газетно-листовочный период. То есть я как раз активно работал, когда газеты с листовками уже отмирали, возрастала роль телевидения, оно доминировало, а потом постепенно наступал интернет. А так как человек ленив (он и раньше был ленив, он не особо интересовался даже программами кандидатов, не говоря про встречи, про биографии, ему достаточно было какого-нибудь яркого ролика, какой-то яркой листовки либо рекомендации какого-то авторитета) и учитывая, что человек стал еще более отчужденным, он еще больше погрузился в свой смартфон, он стал еще больше доверять цифровым помощникам. Я хотел, чтобы все слушатели, наши зрители задумывались, когда вы за рулем едете, вы когда-то хоть проверяете тот маршрут, который вам навигатор простроит? Я уверен, что в 99% случаев вы даже не смотрите, куда он вам точно его простроил. То есть вы полностью функцию передали помощнику. Учитывая, что поведение цифрового потребителя, цифрового избирателя вряд ли отличается сильно в положительную сторону от избирателя не цифрового (то есть предыдущего уклада), можно предположить, что открываются возможности для манипуляций еще и еще больше. А это, подчеркиваю, от 30 до 50%. Так что поле для деятельности широченное. Это было моё дополнение к твоему тезису с позиции практикующего в прошлом политтехнолога.

ВА. Да, спасибо большое. Собственно, можем переходить дальше. 12 слайд. Расследование инфраструктуры американской компании по киберзащите выборов.

Что стало известно? Пит Хегсет, это министр войны, приказал киберподразделениям в американском командовании назначить безопасность выборов главным оперативным приоритетом. Это значит, что была создана группа Task Force Raider в структуре киберкомандования, основной функционал которой — противодействовать операциям влияния извне. Проблема в том, что эта операция влияния может перекинуться на конкретного человека, на конкретного гражданина США, и он может стать частью этой операции влияния путем перенимания каких-то тезисов, дискурсов, нарративов с иностранных [источников] и уже распространять самостоятельно.

В рамках утекшей информации государство рассматривает американских граждан в качестве потенциальных переносчиков иностранного влияния. Прямой функционал данной организации, во-первых, банально рассылать множество сообщений, голосовых сообщений, видео, аудиоматериалов, в чаты, за рубеж в том числе, то есть устраивать собственные психологические операции, но при этом блокировать целые сайты, удалять текстовые сообщения, и не важно (так устроена информационная среда), кто будет отправителем этого сообщения, американский гражданин или бот, или киберпреступник из-за рубежа, или просто неравнодушный человек из Европы. По сути своей главная задача по документу внутреннему этой группы — это ухудшать, нарушать, обманывать, эксплуатировать телефонные и информационные системы противника. А кто будет противником, решает сама эта группа, и вполне возможно, что противником может оказаться конкретно американский гражданин,

который просто перенял дискурс зарубежный, зарубежные информационные операции.

Важно тут понимать, что данная статья может вполне быть и, скорее всего, является частью внутренней грызни демократов – республиканцев, но то, что такая группа существует, и то, что она, скорее всего, применяет все эти технологии, сам факт, что есть возможность для применения этих технологий, это о многом говорит, это как раз встраивается в классическую концепцию когнитивной войны, когда у нас каждый человек рассматривается как потенциально уязвимый и как потенциальное оружие в рамках когнитивной войны.

СУ. Тут еще надо добавить, что цифровые гиганты уже на протяжении 15 – 25 лет активно выборочно собирают о нас персональные данные, начиная с почтовых ящиков, которыми мы пользуемся с начала нулевых. С середины нулевых это социальные сети. Мало того, данные о нас торгуются на рынках, а для государства и для спецслужб все эти данные в доступе, то есть они по запросу того же Пентагона, ЦРУ или ФБР предоставляются.

> На протяжении четверти века все, кто родился после 2000-го, то есть на протяжении всей жизни, уже абсолютно цифро-прозрачны. Понятно, с кем он общался до школы, с кем он общался в школе, как он общался, кто его друзья. Технологии анализа ИИшные позволяют [использовать] большие данные, перекрестные коммуникаций устанавливать в считанные минуты. Каждый человек является в цифровом мире абсолютно голым. И можно не только пресекать его деятельность, но можно и на любого человека воздействовать.

Мы видим, как сейчас мошенники деньги у людей изымают, но это же можно делать и в интересах шпионажа или, наоборот, контршпионажа. При этом почти все цифровые гиганты и все соцсети конкретно американские. Европейских нет, обращайте внимание. И даже наши потуги создать альтернативы [ни к чему не приводят], все равно народ остается на той же платформе YouTube, например, в запрещенном запретограмме, в том числе наши инфлюенсеры продолжают бизнесом заниматься и вести все это. То есть все мы голые, нужно об этом понимать. А

> в условиях, когда о тебе все знают, ты идеальный объект для манипуляции,

поэтому надо быть не просто бдительным в этом мире и знать технологии когнитивной войны, нужно быть сверхбдительным и понимать, какие есть системы, как минимум, самозащиты. Это то, что я хотел по пентагоновской деятельности дополнить к твоему слайду.

ВА. Да, все верно, присоединяюсь к разговору выше. Почему технологии маркетинга о нас данные собирают? Изначально же это был вопрос просто экономики данных, чтобы лучше подстроить алгоритм для того, чтобы вам продать тот товар, который вы хотите, а может и который вы не хотите, но убедить вас в том, что вы его хотите. Потом, когда эти технологии все больше и больше начали развиваться, стало понятно, что еще есть фактор того, что можно их использовать в разведывательных целях. Так что да, все верно.

Предлагаю переходить дальше. Тринадцатый слайд. Исследование латиноамериканского офицера, который прошел обучение в США, про когнитивную согласованность нерегулярной войны. В чем суть его работы? В нерегулярной войне, нерегулярная война — грубо говоря, это своего рода гибридная война, когда у вас есть и прямое воздействие физическое, и при этом идет информационное противоборство, при этом существует государство. Суть работы

заключается в том, что

> в современных условиях материально-технологическое и тактическое превосходство не гарантирует победы без оглядки на то, что население поддерживает и считает власть легитимной.

То есть буквально Иснель Лопес Валенсия, автор данной статьи, утверждает следующее.

> Сильная сторона выигрывает бои зачастую, но проигрывает войну, потому что неверно понимает население, чья лояльность и решает исход. Недостающий [актор] и есть когнитивная согласованность.

Это по сути своей совпадение трех вещей:

- что данная сила или государство делает — то есть военные действия, как они проходят;
- что государство говорит, дискурс государства, институциональная и стратегическая коммуникации.
- И важно, чтобы этот дискурс не противоречил внутри.

Какие бы примеры привести? Может, Семён Сергеевич мне подскажет, как лучше это выразить. Чтобы у нас действия соотносились с тем, что государство обещает.

СУ. На самом деле, это в высокой политике. Тут надо кое-что разъяснить. В XX веке началась эпоха массовой политики, то есть когда важно то, как это будет еще воспринято в обществе. А этот эффект, который в народе называют «выиграть войну, проиграть мир», очень часто происходил в классической политике, которая была элитарной. Самый яркий при мер — это как раз серия балканских войн, когда Россия побеждала Турцию, происходило освобождение Болгарии, освобождение Валашского и Молдавского княжества и создание Румынии. Но потом в ходе когнитивного воздействиятого времени —интриг среди династий (а тогда же все-таки монархическая была политика) — на трон усаживались представители не русских династий, а германских. И всё это легитимизировалось в глазах элиты, то есть аристократии и монархий. Получалось, что войну Россия выиграла на Балканах, а мир проиграла. Это просто перешло в сферу массовой политики, а принципы те же самые. Для этого нужно Маккиавелли всем перечитать, где он как раз советует правителю своего времени в том технологическом укладе (я напомню, у Маккиавелли есть теоретические советы, а также у него есть практические рекомендации правителю) бороться за освобождение Италии. Тогда это и будет когнитивная победа своего времени, то есть не за власть свою, а еще убеждай, что ты будешь освобождать.

А второй пример, это победа в XX веке Кубинской революции, которая была локальной, то есть победа произошла только на Кубе, но Фидель Кастро был настолько убедительным, настолько ярким, настолько зажигательным, что этот пример запустил череду социалистических революций. И даже несмотря на то, что Куба маленькая и что выбили американцев только оттуда, но его популярность была [далеко] за пределами острова. Например, Че Гевара как бренд (сейчас я не беру политику, а именно как это перешло в массовую культуру), обратите внимание, живет по сей день, хотя сколько лет уже прошло, это был еще предыдущий технологический уклад. Поэтому массовая политика очень сильно изменилась, войны стали тоже массовыми, а как в любом массовом действии, важна еще и легитимизация среди этих масс.

ВА. Да, собственно, вот как раз об этом и пишет господин Лопес Валенсия.

> [Необходимо] одновременное поддержание и совпадение трех компонентов: военные действия, последовательный институциональный дискурс, который не противоречит сам себе, не допускать двоемыслия внутри этого дискурса, и восприятие населением легитимности действий с учетом культуры и социальных нужд, причем не только собственного населения, но и населения там, где ведутся боевые действия.

Здесь он пишет, что

> разрыв между одной из трех составляющих образует вакуум, который [заполняют] операции влияния противника. То есть это угроза для всех боевых действий в целом.

Что ж, переходим к следующему слайду. Слайд 14-й. Опять же, расследование про проекты Европейского Союза, очень похоже на то, что мы сейчас обсуждали про Пентагон. В Европейском Союзе есть проект Hatedemics, по сути своей платформа, которая отслеживает язык вражды, оценивает риск возникновения конфликтов, напряжения, но при этом важно, что она не просто оценивает и анализирует, она непосредственно вступает в дискуссию, если такой конфликт и вражда появляется. Там вступают либо боты, которые подключены к нейросетям, либо непосредственно человек, который смотрит на суть дискуссии и подстраивается под психологический настрой собеседника. По сути своей это и есть психологические, информационные, когнитивные даже операции, только не против враждебного населения, а нацеленные на свою собственную внутреннюю аудиторию. Важно, что здесь как раз добавляется эта персонализация. Просто она подается как защитная мера, но по сути своей это можно рассматривать как защиту, а можно рассматривать как атаку на свое собственное население.

СУ. Я думаю, что мы в следующей программе подробно это разберем. Понятно, это не термин, это метафора, называю это цифровым клеймением. Это сейчас будет применяться на выборах в Гагаузии, которые проходят у нас буквально на днях. Цель какая? Клеймить оппонентов, сразу говоря о том, что они противники демократии, носители языка ненависти, в общем, что они фейки распространяют, и таким образом сразу их делегитимизировать, а потом, если необходимо, отменять результаты выборов, как это мы видели, например, в Румынии, когда победил Симион, так его, по-моему, звали. И его результаты отменили именно потому, что якобы он применял технологии, и на этом основании снесли уже победившего кандидата. Да, Джордже Симион. Этот казус кто только ни разбирал, он очень интересен. И, судя по всему, сейчас в Молдавии будут эти технологии применяться, потому что там вскоре ожидаются выборы в регионе, где совсем не поддерживают центральную власть Майи Санду, это очень оппозиционный регион, там посадили башкана, действующего главу (башкан — это глава Гагаузии). Оппозицию пытаются разогнать, и эти технологии цифрового клеймения уже шагают по постсоветскому режиму. Я думаю, что мы как раз в ноябре молдавский казус подробно разберем по итогам месяца.

ВА. Всё так, обязательно вернемся к нему. Последний в этом блоке слайд, 15-й. Исследование о том, как искусственный интеллект внедряет ложные воспоминания. Опять же, вопрос в том, что есть операционный простор для внедрения и для такого когнитивного влияния. Это именно

чисто когнитивное влияние, когда воздействие происходит на мозг.

Суть исследований в чём? Участники, видевшие отредактированные искусственным интеллектом изображения и ролики, производили в три раза больше ложных воспоминаний, чем контрольная группа. То есть чем больше у вас появляется синтетического контента (причем неважно, сколько вы видите настоящего контента в процентном соотношении, важен сам факт, что вы знаете, что есть контент синтетический), тем чаще вы будете ошибаться, у вас будут появляться ложные воспоминания, то, чего не было, ваш мозг будет думать: «Ага, если все иллюзия, то почему я должен верить или не верить в то, что вот это настоящее, либо я буду отрицать всё на свете». Но так долго прожить не получается, будет наступать обязательно перегрузка, либо вы будете принимать всё на веру, и тогда сама ваша память будет трансформироваться.

То же самое дальше на слайде есть с рассуждениями. Исследования показывают, что люди перекладывают часть мышления на чат-ботов и доверяют им, в том числе, и функции памяти. А

> когда вы даже память свою передаете на аутсорс, очень легко этой памятью манипулировать и внедрять именно ложные воспоминания.

То есть представлять, что что-то было, чего на самом деле не было.

СУ. Это тоже следует из внушения, потому что память — это характеристика времени. Мы очень условно разделяем нашу действительность на настоящее (то, где мы находимся здесь и сейчас), прошлое и будущее. Это очень умозрительная история. И можно самооблучиться (это тоже наш рабочий термин из когнитивных войн — самооблучение). Как Александр Сергеевич Пушкин нас научил:

«Ах, обмануть меня не трудно!..
Я сам обманываться рад!»

Оно именно так и работает, особенно это свойственно для подросткового мышления, когда мы развиваемся, когда кто-то что-то нафантазировал себе, и потом с этими фантазиями строят какое-то уже фантазийное будущее, которое никаким будущим не является. А придумать прошлое — это вообще очень просто. Это вопрос интерпретации. Так что это свойство человека просто очень сильно ускорилось. Если в веке XIX и ранее, когда мы потребляли информацию через книги и максимум через газеты, которые, в лучшем случае, в больших городах были ежедневными, то это свойство мышления разделять на настоящее, прошлое и будущее было отфиксировано. Ты купил утреннюю газету, это сегодняшнее. Вчерашнюю ты не выкинул, тогда даже подшивки собирали, и ты мог восстановить, что есть настоящее, а что прошлое. А когда через тебя перетекают такие огромные потоки информации (это уже тоже замечено и нашими исследованиями, и на практике), человек вообще не может понять, что было в прошлом недавнем, то есть неделю назад, что было месяц назад, а что было год назад. У человека это всё смешивается в один большой-большой поток сознания. Это как некое условное прошлое, которое, конечно же, можно подредактировать.

Как работает эта технология, мы видели в массовой пропаганде голливудской, когда даже какую-то часть нашего общества удалось убедить о том (сначала нам доказали), что США внесли такой же вклад, как Советский Союз, в победу над нацизмом, а потом какая-то часть молодежи [в это поверила] именно под влиянием фильмов. Это то, что идеологией в пропаганде называется «войной за историческую память». Но это же фактически и есть наши исторические, как мы считаем, воспоминания, которые мало кто читает исторические книги

или мемуары Жукова, или нормальные учебники. Нет, просмотр 20–30 голливудских фильмов создает иллюзию о том, как все было устроено во Вторую мировую войну. Так что это работает в том числе и в сфере культуры, не только массовой пропаганды. Это то, что я хотел добавить по этой теме.

ВА. Да. Тогда, я думаю, с теоретическим блоком мы закончили, можно переходить дальше. Следующий слайд, пожалуйста.

Разберем кейсы месяца, какие у нас были кейсы информационного влияния на территории стран СНГ, постсоветского пространства. Следующий, пожалуйста, слайд, 17-й.

Первое, что можно разобрать, это дипфейк с мэром Воронежа. На самом деле, такие дипфейки (не только с мэром Воронежа) появляются, они появляются регулярно с различными представителями государства российского. В чём суть? По местным пабликам распространяется видео, где представительное лицо заявляет о каких-то проблемах, о том, что всё пропало, завтра уже всё рухнет и так далее. Конкретно с Воронежем — что проблемы с защитой города. Быстро стало понятно, что распространяемое видео дипфейк. Но тут же удар идет и не только по самому факту, что человек начинает верить или не верить в то, что говорит представитель власти. Тут идет урон на понимание, а где реальность, а где вымысел. И особенно это работает, конечно, на старшее поколение, которое тяжело воспринимает, тяжело отличает синтетический контент искусственный от настоящего.

Я думаю, многие из зрителей хоть раз сталкивались с тем, что слушали какую-то композицию, видели какое-то видео, думали, что настоящее, а оказалось, оно не настоящее. А может, у вас и сейчас добавлена какая-то музыка, и вы даже не задумываетесь, что на самом деле она создана с помощью искусственного интеллекта. Вот это как раз вопрос такого влияния на сознание. Если мы вернемся к нашей методологии и возьмем операцию по признакам, то первый признак — это когнитивный эффект. Есть подмена реальности, о котором я сказал. Дальше элемент войны тоже есть. Это непосредственно воздействие в рамках противостояния с Украиной, ставка на то, что в городе создастся паника хотя бы у определенного процента населения. И технология тоже присутствует, это непосредственно сам дипфейк. Повторюсь, что на самом деле такие дипфейки регулярно появляются, регулярно распространяются. Это распространяется через алгоритмы, этому способствуют алгоритмы и желание людей какой-то сенсации или просто испытать острую эмоцию. Да, это современная реальность, в которой мы существуем.

СУ. Но тут я еще добавлю: мы всегда помним, что когнитивная война — надстройка над войной реальный. И соответственно, когда Воронеж — это не совсем тыловой город, но при этом и не активно обстреливаемый. Я это наблюдал по тому же Краснодару, где не так часто [происходят обстрелы], как, например, в Ростове, уже не говоря про Крым, например, и Белгород, звучат те же сирены и всё остальное. В ситуации, когда идет обострение реальных боевых действий, у людей повышается возбуждаемость, становится более импульсивное цифровое потребление, а обращение и вообще реакция любой власти сразу воспринимается как информация, которую нужно быстро прочитать. Раз что-то начальство говорит, значит, это важно, и у человека снижается порог критического отношения. С тиким расчётом они и работают по разным регионам, это еще синхронизируется [с другими событиями], то есть отдельно проводят операции с дронами и прочими обстрелами, а параллельно с этими специалисты по когнитивной войне готовят дипфейки и прочие снаряды когнитивной войны. Но мы же все-таки политологи, исследователи, а для специалистов по безопасности ещё важно сопрягать, как реальные военные действия соотносятся с действиями когнитивной войны. Вот еще дополнение по этому кейсу.

ВА. Да, присоединяюсь. Но вернёмся к сказанному выше про когнитивную согласованность, в рамках регулярной войны воздействие идет не только физическое, но и вот такое, на мыслительные процессы. Я, например, как сказал Семён Сергеевич, ощущаю это часто в прибрежной зоне Краснодарского края, на Черном море, когда постоянно звучат сирены, постоянно либо слышна, либо видна работа средств противовоздушной обороны, у людей просто [происходит] перегрузка вот этой информации, и если вдруг появляется видео с представителем власти или просто с лидером общественного мнения, у них мозг просто в силу этой перегрузки и общего контекста негативного уже тяжело воспринимает, тяжело отличает, действительно ли это правда, или это дипфейк, а может, это действительно сказали. И эта паника только усугубляется.

Пожалуйста, следующий слайд, 18-й. Следующий разберем факт — это публикация проекта «Хочу жить», который курирует Главное управление разведки* Украины (оно признано террористической организацией, если не ошибаюсь). Они опубликовали расследование, в рамках которого утверждается, что больше 20 тысяч граждан из республик Центральной Азии завербованы в состав Вооруженных Сил Российской Федерации и примкнули к боевым действиям на Украине. Понятно, что целевая аудитория как раз не российская, это аудитория стран-союзников в Центральной Азии. Когнитивный эффект, которого добивается противник, — очевидно, приравнять любую поездку или действия в Российской Федерации к тому, что вот, ты поехал в Россию, значит тебя завербуют и ты поедешь воевать. То есть внести этот дискурс войны в информационное поле центрально-азиатских стран и понизить привлекательность России как союзника, как направления для заработка и так далее.

СУ. Я тут еще добавлю, это еще синхронизируется с активной деятельностью внутри стран конкретных провокаторов, которые занимаются бесконечными жалобами и доносами в местные правоохранительные органы. Они клеймят и всячески устрашают, как их называют, пророссийских активистов, хотя их просто правильно называть здоровыми гражданами. Вот сейчас Ахметову в Казахстане судят за публикации в соцсети. Потом Северного Казаха в прошлом году посадили, в Узбекистане есть [подобные примеры]. То есть это еще синхронизировано с деятельностью на месте агентов влияния, которые изображают из себя якобы патриотов Казахстана, Узбекистана, а по факту занимаются информационным прессингом. Эти два информационных потока сходятся: с одной стороны, заявление ГУР*, то есть каких-то властей украинских, а с другой стороны — [вот эта] активность. Но мы понимаем, что на уровне когнитивной войны и те, и другие управляются не прямыми методами, это сетевые методы управления на уровне сценарной задумки, на уровне общего сюжета из одних центров. Когда сходятся два этих информационно-психологических потока, и происходит когнитивный удар. То есть сидит наш человек, наш союзник, близкий нам по духу, где-нибудь в Алма-Ате, в Астане, в Петропавловске или еще в Уральске, в Ташкенте, и думает: «Нет, вообще лучше я буду молчать». И испытывает, в том числе, и страх. Вот как это работает.

ВА. Да, я добавлю, что, на мой взгляд, не всегда, конечно, но есть какой-то центр управления. Это действительно такая сетевая структура, и нужно понимать вообще про такие сетецентричные войны, все сетевые войны, что по факту нет какого-то единого центра управления, нет записки или какого-то регламента действий, есть общий дискурс, есть, у молодежи есть такое слово «вайб», вот есть общий вайб того, что нам нужно, грубо говоря, поддерживать этот либерально-демократический нарратив. И мы его будем продвигать. [Появляются] публикации вроде: «А кто вообще главный противник либеральной демократии в мире? Это Россия, КНДР и Китай. И раз они противники, нам надо любым способом им портить жизнь.» Поэтому тут скорее, на мой взгляд, такая рамка. Возвращаясь как раз к публикации и признакам когнитивного воздействия, по первому признаку когнитивный эффект есть, это попытка формирования, то есть установление рамки: уехал на работу, уехал в путешествие,

уехал еще по каким-то целям в Россию — оказался на войне. Элемент войны тоже есть, это раскалывание общества, воздействие на Россию и давление на Россию через союзников, через приграничные страны и соседей. А технология — это СМИ и алгоритмы соцсетей. Мало того, что работа была опубликована, ее подхватили и распространили различные СМИ, причем не всегда это СМИ строго настроены против России, возможно, это просто СМИ, потому что есть инфоповод, почему бы его не подхватить и не выдать зрителям, но конечно, в основном распространяли такие западно-ориентированные издания по типу «Радио Свобода»*, по-местному они называются… Так, потерял, как они по-местному называются. Ну, суть в том, что «Радио Свобода»*.

СУ. «Радио Азаттык»*.

ВА. «Азаттык»*, да, спасибо большое. Всякие фонды, организации и так далее. В общем, согласно терминологии и методологии Семёна Сергеевича, перед нами типичный когнитивный удар, когда есть публикация, она вызывает широкий резонанс, и по всем СМИ, максимально по всем возможным контурам человека проносится информация о том, что «есть огромное количество моих сограждан, которых завербовали, возможно, среди этих сограждан окажусь и я, если поеду в Россию».

Переходим к следующему кейсу, слайд 19. Чума в Иркутске и перекинувшаяся паника в Алматы. Что произошло, я думаю, все помнят, но в целом повторю. 29 сентября госпитализировали сотрудницу Иркутского противочумного института. 2 октября она умерла, и сразу появились сведения о том, что она умерла от легочной чумы. В Иркутске и по области начались панические настроения о том, что ситуация вышла из-под контроля, началась эпидемия, чуть ли город не собираются закрывать, поступала информация, что будут закрывать город, что уже эта женщина со многими контактировала и так далее. В эту панику активно вписались наши любимые друзья из западных стран, типичные Deutsche Welle*, Euronews, служба BBC, Associated Press и так далее. Я думаю, для зрителей, Семёну Сергеевичу понятно, что это уже далеко не примеры добросовестных СМИ, качественных, но есть общее такое впечатление, что это ключевые медиа, которые…

СУ. Добавлю, это была кампания, потому что в это очень активно включились наши все «уезжанты», как их называют в Казахстане, то есть все наши иноагенты, они в тему с чумой включились вообще активно, начали ее форсить, и еще показатель спланированной кампании, когда появляется очень много мемчиков, потому что с помощью мемов как раз то, чем нас хотят напугать, очень активно разгоняют. Признаком кампании является принцип информационной волны, но это тоже из политтехнологии, все знают, что ее нужно поддерживать, потому что сама по себе она не живет больше, чем три – четыре дня. И если ты хочешь, чтобы она дальше докатывала, это же принцип волн, как и морских, и вообще физики, ударно-волновая теория, то есть удары тебе позволяют эти бушующие волны удерживать на определенном уровне, чтобы штормило и шторм был такой нормальный, многобалльный. Так что с чумой это было очень явно спланированное действие.

ВА. Да, причем на жителей Иркутска. Я думаю, многие из них испытали определенное эмоциональное давление, учитывая, что понеслись сразу нарративы, которые распространялись сначала откровенно прозападными и антироссийскими СМИ, а потом перешли просто в региональные и общероссийские нейтральные паблики, о том, что «власти скрывают правду», что «отец друга работает в ФСБ, позвонил, сказал собирать вещи, кажется, началось». Суть в том, что действительно это была спланированная огромная акция.

Если говорить по признакам, когнитивный эффект есть: умножение паники и конспирологии с целью дестабилизации. Враждебное действие есть, собственно, цель — дестабилизировать

обстановку, понизить легитимность и управляемость государства. И с точки зрения технологии это публикации алгоритмические и умножение этих публикаций алгоритмами, потому что эмоциональный контент привлекает аудиторию, а задача любой социальной сети, любой площадки — это завлечь аудиторию и захватить ее внимание.

СУ. Тут тоже важно добавить уже из сферы культурологии, что чума — это один из самых сильных архетипов вообще в нашей культуре, вплоть до того, что до сих пор живут в культуре соцмедиа эти маски чумного доктора. Они постоянно изображаются. «Чума на оба ваших дома!». И вообще ничего нет страшнее, наверное, чумы в нашей культуре. И поэтому работа с этой темой — это попадание прямо в наш базовый культурный архетип. Причем он для нас в меньшей степени. Например, в Европе [огромная] боязнь чумы, вся культура этим пронизана, потому что эпидемии чумы эти густонаселенные регионы выносили. Но у нас тоже с чумой все было «в порядке», и культура об этом тоже очень много говорит. Чума и холера — две самых страшных болезни. Именно поэтому, например (сейчас меньшей степени), наши предки холерой называли неприятного человека. Ругались: «Чума на твою голову!» и так далее. То есть это не просто когнитивная война, это еще и работа с культурными архетипами. Но это я тоже хотел добавить про сам нарратив, откуда он [берётся и почему] жив.

ВА. Причем стоит учесть, что, например, молодое поколение-то не так, может, и остро понимает, что такое чума, но зато прекрасно понимает, что такое COVID-19, эта странная эпидемия, когда всех закрыли. А чума — это что-то пострашнее, значит, точно будет ужас-ужас. Как Семён Сергеевич упомянул, это классическая когнитивная волна.

Последний кейс, 20 слайд, пожалуйста. Это касается Молдавии.

Что произошло? 23-го числа должны были пройти митинги против экономической политики Кишинева, а за день до этого, 22-го октября, молдавские издания проправительственные опубликовали материал, компрометирующий протест. Суть обвинений заключалась в том, что это операция ГРУ (российское главное разведывательное управление, которого, кстати, не существует уже, у нас есть генштаб, но неважно). Якобы российские силы создали в регионе центр информационно-психологических операций для влияния на информационную среду Молдавии и соседних стран. В общем, цель операции — превращение социального недовольства в инструмент давления. По сути, произошла вподмена понятий, что протест не совсем легитимный, он спланированный, это внешняя акция, а значит и то, что пытаются донести протестующие, не так важно и совершенно неинтересно.

СУ. Это клеймление, то, что мы обсуждали. Когда важно сменить [отношение], в языке политтехнологов это называется «поставить информационную прививку». То есть когда ты хочешь переопределить событие, которое точно состоится, ты хочешь задать ему иной контекст, ты играешь на упреждение, ну и плюс вот это всё: «агенты Кремля». Украина в такой логике живет по большому счету с 2004 года, с первого Майдана, когда жителей Донбасса клеймили, что они пятая колонна, крымчан, одесситов, харьковчан. Тогда же был раскол страны, я напомню, это ещё первый Майдан, до 2014-го. А в 2014-м это уже было поставлено на поток, когда просто раз ты против Майдана, значит ты агент Кремля, предатель, сепар, ватник. Для клеймления еще очень важно какое-то обидное слово придумать (ватник, колорад), то есть это еще и расчеловечивание идет. И по отношению к Приднестровью это применяется уже давно. В медиа их сепаратистами клеймят, что это московские гибридные республики, что они [не]суверенные, хотя с точки зрения государственного суверенитета, подлинного самоуправления, Приднестровье — намного более суверенная республика, чем Молдавия, начиная от валюты, где суверенный рубль приднестровский, хотя она и не признанная, мало кто об этом знает. Вооруженные силы суверенные, управляемость всех структур государственных на более высоком уровне. Но клеймят их уже на протяжении 30 лет.

Приднестровцам, конечно, на это плевать. Но тут очень важно еще, что не дают солидаризоваться с силами внутри Молдавии, что очень важно, потому что Кишинев давит на Приднестровье по экономическим вопросам, и им нужно разделить тех, кто недоволен внутри самой Молдавии, и отделить еще от них приднестровцев, и еще отдельно отделить гагаузов. Главный принцип — разделяй и властвуй, но в рамках когнитивной войны, так что это очень хороший пример.

ВА. В современной политологии это называется фреймирование, когда создается определенная рамка мышления, как воспринимать события или, в нашем случае, конкретных людей. Если говорить по признакам когнитивной операции (опять же, держимся в нашей методологической рамке) когнитивный эффект есть. Это снижение доверия к самостоятельности протеста и подмена понятий. Элемент войны тоже есть. Враждебное противостояние против сил внутри страны, против несогласного собственного населения, де-факто вообще лишение права голоса, опять же, путем обозначения, что все, кто вышел на протест, — агент Кремля. И технология тоже есть, публикация и одновременное распространение в молдавских СМИ, причем, скорее всего, опять же, как это часто бывает, подхваченная алгоритмами уже социальных сетей и площадок внутри молдавского сегмента интернета. Собственно, вот и всё, с чем мы сегодня пришли.

СУ. Отлично, Владимир! Что я тебе скажу? Для первого выпуска очень информативно. Я бы хотел обратиться к уважаемым слушателям и зрителям. Очень бы хотелось обратной связи, потому что напоминаю, что это у нас под хэштегом КПД — коллективно-просветительская деятельность. И цель всех наших выпусков и этого, и других рубрик именно в том, чтобы взаимно обогащать и взаимно просвещать. Поэтому пишите, пожалуйста, комментарии с обратной связью. Во-первых, что было понятно, непонятно. Во-вторых, какие бы темы стоило бы разобрать в рамках рубрики, которая будет постоянная, ежемесячная, потому что мы хотим сосредоточиться на нескольких масштабах. То есть мы будем брать то, что в мировом масштабе было значимо. Но уже явная история с директором Nvidia войдет в ноябрьские казусы, это факт. Потом мы будем брать рамку более узкую, это Евразия, и будем сужать ее до постсоветского пространства и наших союзников, и обязательно еще разбирать темы, что в России происходит. И тогда, когда мы возьмем вот эти несколько ракурсов, чистота понимания значительно повысится. А ещё будем разбирать технологии, потому что, когда ты знаешь секрет фокуса, когда ты знаешь, как работает технология, тебя намного сложнее тобой отманипулировать и тебя обмануть. Так что мы на этом пути.

Владимир, спасибо тебе большое. Я считаю, что наш стартовый выпуск очень даже получился. А тебя с дебютом!

ВА. Спасибо.

СУ. Первый блин точно не комом.

ВА. Ура! Зато и отметим.

СУ. Отлично. Напоминаю, что это наша рубрика «Когнитивная война», первый выпуск. Мой собеседник — Владимир Апухтин. Кто нас слушает в аудио, на платформах, в комментариях будет выложена презентация, по которой мы двигались. Ну а как будем развивать формат, в том числе на ваши подсказки и идеи будем ориентироваться. До новых встреч, да пребудет со всеми чистота понимания.

ВА. Всем спасибо, всем до свидания.

* *В беседе упоминаются:*

«Deutsche Welle», «Радио Свобода» и «Радио Азаттык», признанные «нежелательными организациями» и «иностранными агентами».

«НЕХТА» — Telegram-канал, признан террористической организацией в Республике Беларусь.

ГУР (Главное управление разведки Министерства обороны Украины) — ряд подразделений ГУР признаны террористическими организациями в России.

Словарь когнитивных войн
Телеграм-канал Семёна Уралова
КВойны и весь архив Уралова
Группа в ВКонтакте. КВойны. Семён Уралов и команда
Бот-измеритель КВойны
Правда Григория Кваснюка