

per Concordiam

Журнал по проблемам безопасности и обороны Европы

■ ЖИЗНЬ В МИРЕ НЕПРАВДЫ

Российская стратегия «разделяй и властвуй»

■ ИСПОЛЬЗУЯ СИЛУ МЕМОВ

Вирусные сообщения, наносящие болезненные удары

■ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЭМОЦИИ ПОД ПРИЦЕЛОМ

Социальные сети становятся незаменимым оружием

■ БОРЬБА С РАСПРОСТРАНЕНИЕМ «ФЕЙКОВЫХ» НОВОСТЕЙ

Может ли технология блокчейн предложить противоядие?

ПЛЮС

Северной Македонии предстоит преодолеть многочисленные препятствия

Коммуникации в чрезвычайных ситуациях: уроки Сербии
Дезинформация и присоединение Черногории к НАТО



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ

Выигрывая информационную войну



10 Эра неправды

Д-р Ральф Ролофф и д-р Пал Дуней, Институт изучения международных отношений и безопасности, Европейский центр по изучению вопросов безопасности им. Дж. К. Маршалла
Коммуникационные вызовы на восточном фланге Европы.

20 Сила мемов

Майор Мэтью Шлупнер, сухопутные силы США
Почему государства-члены НАТО должны освоить этот мощный цифровой инструментарий.

26 Управляя трендами

Подполковник Джерред Прайер, ВВС США
Информационная война в социальных сетях.

36 Слушая без предрассудков

Майор (в отст.) Сюзан Озембо, Министерство обороны Кении
Использование технологии блокчейн для борьбы с пропагандой в век «фейковых новостей».

42 Трудный переход

Д-р Беким Максuti и д-р Себастьян фон Мюнхов
Северная Македония поворачивается к Западу.

46 Коммуникации во время кризиса

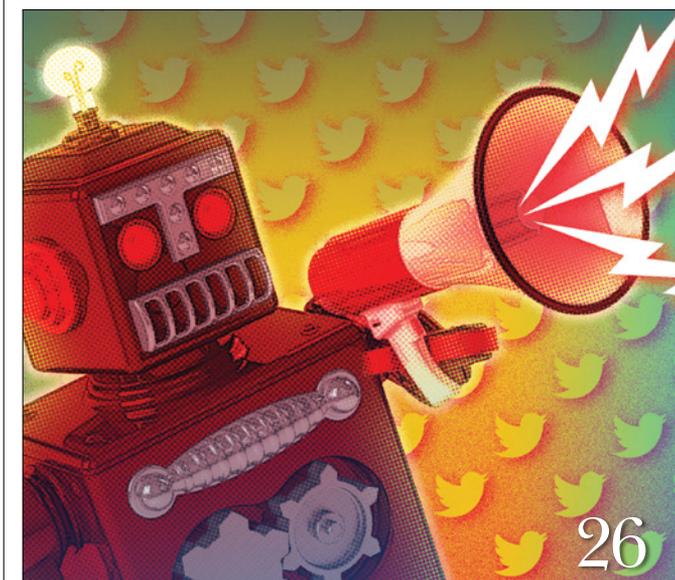
Желимир Кесетович, преподаватель кафедры исследования вопросов безопасности Белградского университета; Предраг Марич, заместитель министра внутренних дел Республики Сербия; и Владимир Нинкович, преподаватель кафедры исследования вопросов безопасности Белградского университета
Майское наводнение в Сербии: извлеченные уроки.

54 Война СМИ в Черногории

Мария Благоевич, советник спикера парламента Черногории
Фальшивые нарративы определяли борьбу против членства в НАТО.

60 Туман современной войны

Ваня Девенска, парламентский секретарь, Министерство обороны Болгарии
Российская кампания дезинформации в Болгарии.



разделы

В каждом номере

- 4 ПИСЬМО ДИРЕКТОРА
- 5 АВТОРЫ
- 7 ТОЧКА ЗРЕНИЯ
- 66 КАЛЕНДАРЬ

РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ

64 «Как на войне: превращение социальных сетей в оружие»

Рецензент: Патрик Сван, внештатный сотрудник журнала *per Concordiam*

Последствия могут оказаться опасными для стран и людей, не желающих обращать внимание на эту войну в альтернативной среде.



на обложке:

Оборонное планирование теперь должно включать стратегии коммуникаций.

ИЛЛЮСТРАЦИЯ PER CONCORDIAM



GEORGE C. MARSHALL
EUROPEAN CENTER FOR SECURITY STUDIES

Мы рады представить вашему вниманию 38-й выпуск журнала *per Concordiam*. В этом выпуске мы детально рассматриваем вопрос стратегических коммуникаций в эру социальных сетевых ресурсов, «фейковых» новостей и постоянного совершенствования технологий. В наши дни чрезвычайно важно, чтобы демократические государства осознавали угрозу, которую представляют злоумышленники, превращающие коммуникационные технологии в оружие. Необходимо разработать стратегии для борьбы с живыми нарративами и поддержания доверия общественности к государственным институтам. Из-за неспособности давать должный отпор этим атакам некоторые общества могут погрузиться в состояние хаоса.

В этом выпуске подполковник ВВС США Джеред Прайер рассматривает вопрос о том, как социальные сетевые ресурсы стали основным компонентом стратегических коммуникаций противников Запада и как они используются для ослабления и разделения демократических обществ. Россия, еще в советские времена ставшая мастером дезинформации, теперь умело использует новые средства массовой информации для размещения своих ложных нарративов в онлайн-социальных сетях.

Профессоры Центра им. Маршалла д-р Ральф Ролофф и д-р Пал Дуней анализируют стратегические коммуникации в «эпоху неправды». Враждебно настроенные субъекты распространяют «фейковые» новости и искаженную либо вырванную из контекста информацию для манипулирования целевыми аудиториями такими способами, которым демократические общества с трудом могут противостоять. Заместитель министра обороны Северной Македонии д-р Бежим Максути и советник спикера парламента Черногории Мария Благоевич рассказывают о том, как их страны стараются урегулировать геополитические споры и борются с российским влиянием, преследуя цель вступления в НАТО и Европейский союз. В разделе «Точка зрения» профессор Центра им. Маршалла Джозеф Ванн дает обзор современной пропаганды и угрозы, которую она представляет для свободных стран.

В этом номере публикуют свои работы и другие авторы: Желимир Кесетович, Предраг Марич и Владимир Нинкович дают оценку работе служб чрезвычайного реагирования Сербии во время обширного наводнения в мае 2014 г., Ваня Деневска анализирует российскую кампанию по дезинформации в Болгарии, а майор сухопутных сил США Мэттью Шлупнер исследует влияние мемов в новой информационной среде. Сюзан Озембо из Министерства обороны Кении разъясняет, как технология блокчейн может использоваться для борьбы с пропагандой.

Как всегда, мы в Центре им. Маршалла приветствуем ваши комментарии и рассуждения на эти темы и включим ваши отзывы в следующие выпуски. Пожалуйста, связывайтесь с нами по электронной почте по адресу editor@perconcordiam.org

Искренне ваш,

Кит В. Дейтон
Директор



Кит В. Дейтон

Директор

Европейского центра по изучению вопросов безопасности им. Дж. К. Маршалла

Кит Дейтон вышел в отставку с военной службы в Сухопутных войсках США в конце 2010 г. в звании генерал-лейтенанта, прослужив в вооруженных силах более 40 лет. Его последним назначением на действительной военной службе была должность Координатора США по вопросам безопасности между Израилем и Палестиной в Иерусалиме. В его послужном списке служба в качестве офицера-артиллериста, а также работа на посту офицера по военно-политическим вопросам при штабе Сухопутных войск США в Вашингтоне (округ Колумбия) и военного атташе США в Российской Федерации. В его послужном списке работа на посту директора аналитической группы по Ираку в ходе операция «Свобода Ирака». Генерал-лейтенант Дейтон проходил стажировку в Колледже для старшего руководящего состава при Гарвардском университете. Он также являлся старшим стипендиатом от Сухопутных сил США в Совете по международным отношениям в Нью-Йорке. Генерал-лейтенант Дейтон имеет степень бакалавра истории от Колледжа Вильгельма и Марии, степень магистра истории от Кембриджского университета, а также степень магистра международных отношений от Южнокалифорнийского университета.



Мария Благоевич – советник спикера парламента Черногории. Она также член Совета правления Социал-демократической партии Черногории, парламентский консультант в г. Подгорица. Кроме того, она была основателем Женской политической сети в Черногории. Мария выпускница Белградского университета.



Ваня Деневска – парламентский секретарь Министерства обороны Болгарии. Она отвечает за связь между министром Национальной Ассамблеи, парламентскими группами, комитетами Национальной Ассамблеи и политическими партиями. Ваня эксперт в формировании и координировании политики безопасности и обороны и участвует в рассмотрении и оценке соблюдения правительством законодательных норм, регулирующих эту сферу.



Д-р Пал Дуней – профессор Центра им. Маршалла, специализирующийся на вопросах европейской безопасности и НАТО, а также академический советник следующих программ Центра: «Прикладные исследования вопросов безопасности», «Семинар по вопросам восточно-европейской безопасности» и «Краткий курс для старших руководителей». До этого он был директором Академии Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе с 2014 г. по 2016 г. и директором Международного обучающего курса по политике безопасности в Центре политики безопасности в Женеве с 1996 г. по 2004 г. и с 2007 г. по 2014 г.



Д-р Беким Максуги – заместитель министра обороны Республики Северная Македония и университетский преподаватель, специализирующийся на вопросах безопасности и обороны. Он получил свои степени магистра и кандидата наук в Институте исследований безопасности, обороны и мира при Университете Святых Кирилла и Мефодия в Скопье. Был доцентом в Университете Тетово, а также служил на офицерской должности в армии Северной Македонии.



Майор (в отст.) Сюзан Н. Озембо – она служила в вооруженных силах Кении. Она сертифицированный эксперт по вопросам управления безопасностью, выпускница Даремского университета Англии, где получила степень магистра по специальности «Управление рисками». Она прослужила курс «Трансатлантическая гражданская безопасность» в Центре им. Маршалла и специализируется на вопросах управления рисками и защиты важной национальной инфраструктуры.



Подполковник Джарред Прайер – командир 20-го эскадрона бомбардировщиков на базе ВВС в г. Баркдейл, штат Луизиана. Он был стипендиатом ВВС США в Колледже внешнеполитических отношений им. Уолша в Джорджтаунском университете; получил степень магистра от Колледжа передовых воздушных и космических исследований при Университете ВВС на базе ВВС в г. Максвелл, штат Алабама. Подполковник Прайер также имеет степень магистра в международных отношениях от Университета Троя, штат Алабама.



Д-р Ральф Ролофф – заместитель декана программ резидентуры Центра им. Маршалла и профессор (внештатный) Университета Бундесвера в Мюнхене. До этого он был старшим преподавателем от Германии в Колледже исследований вопросов международной безопасности в Центре им. Маршалла с 2003 г. по 2018 г. и директором программы семинаров по тематике европейской безопасности с 2015 г. по 2018 г. С 2010 г. он директор магистерской программы по исследованиям международной безопасности в Центре им. Маршалла.



Майор Мэтью Шлупнер – сухопутных сил США. Он является экспертом по международным отношениям и специализируется на России и Восточной Европе. Имеет степень магистра в международной политике от Колледжа передовых международных исследований при Университете Джона Хопкинса, степень магистра политических наук от Университета Толидо и диплом юриста от Колледжа права Университета Западного Мичигана.



Джозеф Ванн – профессор, специализирующийся на исследовании вопросов международной безопасности, и директор Программы по борьбе с международной организованной преступностью в Центре им. Маршалла. Профессор Ванн эксперт в таких областях как проблемы международной безопасности, разработка стратегий национальной безопасности и других стратегических подходах к устранению угроз национальной безопасности. Он проработал на государственной службе более 35 лет.



Д-р Себастьян фон Мюнхов – лектор по тематике исследований безопасности в Европейском центре по изучению вопросов безопасности им. Дж. К. Маршалла. Он изучал право в Свободном Университете в Берлине, в Университете Лозанны и в Кильском университете им. Кристиана Альбрехта. Получил докторскую степень в международных отношениях от Венского университета. По заданию Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе он работал в Боснии и Герцеговине и в Косово.

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ**

Том 10, № 2, 2020

Пишущие редакторы

Д-р Себастьян фон Мюнхов
Профессор Джозеф Ванн

*Европейский центр
по изучению вопросов
безопасности им.
Дж. К. Маршалла:*

Руководство

Кит В. Дейтон
Директор

Дитер Э. Барейс
Заместитель директора (США)

Гельмут Доцлер
Заместитель директора (Германия)

Центр имени Маршалла

Европейский Центр по исследованию вопросов безопасности имени Джорджа К. Маршалла — это совместный немецко-американский центр, основанный в 1993 г. Задачей центра является поддержка диалога и понимания между европейскими, евразийскими, североамериканскими и другими государствами. Тематика его очных курсов обучения и информационно-разъяснительных мероприятий: большинство проблем безопасности в 21 веке требуют международного, межведомственного и междисциплинарного подхода и сотрудничества.

Контактная информация:

per Concordiam editors
Marshall Center
Gernackerstrasse 2
82467 Garmisch-Partenkirchen
Germany
editor@perconcordiam.org

per Concordiam является профессиональным журналом, публикуемым ежеквартально Европейским командованием США и Европейским центром по изучению вопросов безопасности имени Джорджа К. Маршалла, посвященный вопросам обороны и безопасности в Европе и Евразии для ученых и экспертов, занимающихся проблемами обороны и безопасности. Высказанные в журнале взгляды не обязательно отражают политику или точку зрения этих организаций или других государственных ведомств Германии и США. Мнения, высказанные авторами статей, принадлежат исключительно этим авторам. Министр обороны принял решение о том, что публикация этого журнала необходима для поддержания связей общественностью, как того требует от Министерства обороны США действующее законодательство.

ДВОЙНОЙ ОБЪЕМ ОНЛАЙН

Читайте новые и старые выпуски *per Concordiam*

<https://perconcordiam.com>

Отправляйте статьи, отзывы и запросы на подписку в
Центр им. Маршалла по адресу: editor@perconcordiam.org



Еженедельно получайте самые свежие новости о
глобальной безопасности

transnational
weekly
<https://www.marshallcenter.org>



Современная ПРОПАГАНДА

Самый совершенный и незаменимый инструмент в войне пятого поколения

Джозеф Ванн, Центр им. Маршалла

Искусство пропаганды переживает грандиозную революцию, но об этом знают лишь немногие. Мы являемся свидетелями эволюции изощренности пропаганды, которая практически неопостижима. Ещё более усугубляет ситуацию то, что нет единой точки обзора, с которой можно было бы наблюдать и оценивать ее последствия. Можно утверждать, что пропаганда первых двух десятилетий XXI века эволюционировала как искусство далеко за пределы того, что мы видели раньше. Проще говоря, сегодня пропаганда представляет собой самое грозное оружие в арсенале искусства управления государством.

Хотя пропаганда существовала всегда, сегодняшние пропагандистские кампании представляют наиболее изощренную и недооцененную угрозу национальной безопасности стран. Описать в деталях эту угрозу для гражданского общества сложно, поскольку очень трудно дать определение этой угрозы, и еще труднее дать стратегическую перспективу, которая бы нашла отклик у общественности. Чтобы в упрощенном виде обрисовать природу современной пропаганды, требуется подготовить почву с тем, чтобы продемонстрировать, почему современную пропаганду необходимо рассматривать как чрезвычайно серьезную угрозу для национальной безопасности. Однако, есть вероятность того, что мы не сможем понять важность и возросшую роль, которую методы современной пропаганды будут играть в определении правил соревнования между великими державами и формировании условий для будущих конфликтов.

Широко используя теоретические знания, стратеги веками анализировали и развивали военные концепции. Много энергии было уделено окончательному кинетическому концу спектра войны. Веками на нас обрушивался водопад цитат известных военачальников и ученых, дававших определения искусству войны – от убийства противника в ближнем бою до сюрреалистичных и по-медицински дозированных угроз с использованием точного заряда, выпущенного с беспилотного летательного аппарата, находящегося за тысячи километров от управляющего им с земли пилота. Что отсутствует и что так необходимо в

сегодняшнем сложном мире глобализации и озлобленных государственных субъектов – это особая сосредоточенность на экстремальных доконфликтных этапах искусства управления государством «слева от центра» («слева от центра» – это любые действия во всем спектре конфликта, предпринимаемые до фактического начала конфликта). Это наиболее благодатная почва для процветания пропаганды.

Основой для понимания происходящего в современной пропаганде может стать сравнение ее с концепциями Революции в военном деле (РВД), которые дали нам представление о совершенствовании военных технологий и практических действий. Пропаганда также проходит через свою революцию. Чтобы понять нынешний революционный этап современной пропаганды, будет полезно провести параллель с одним из наиболее важных сдвигов в РВД в современной истории, известным как «сетевая» война. Хотя на первоначальном этапе появления в конце 1990-х гг. она была слегка приторможена упором на тактические аспекты и требованиями глобальной войны с терроризмом после 11 сентября 2001 г., «сетевая» война продолжает развиваться, хотя и с аморфными характеристиками. То же самое справедливо и в отношении пропаганды.

«Сетевая» война сместила наше мышление в сторону от «платформенного» восприятия и привела к необходимости рассматривать среду угроз как набор сетей, состоящих из субъектов, которые постоянно развиваются и приспосабливаются к меняющимся условиям. «Сетевой» подход к войне задумывался как более эффективное использование новых технологий путем сплетения сетей в единую «систему систем». Это была новая форма организации задач ради достижения взаимодействия и достижения лучшего результата кинетических решений. За вычетом этапа кинетических боевых действий, современная пропаганда представляет собой почти идеальный пример «сетевой» войны и основного инструмента в ведении войны пятого поколения.

Хотя концепции и определения, формирующие наше понимание войны пятого поколения, неточны и постоянно эволюционируют, эту войну следует

рассматривать как продолжение РВД. В настоящее время зарождающаяся война пятого поколения сочетает в себе выборочное использование традиционного потенциала ведения войны, усиленного достижениями в «сетевидной» войне, в частности, информационными технологиями. Весь мир во время войны пятого поколения будет в основном делать ставку на получение большего доступа к чувствительной ко времени информации и реализацию преимуществ информационного доминирования в целях создания более эффективного механизма принятия решений. В этой связи современная пропаганда играет гораздо большую роль в сфере «слева от центра» искусства управления государством.

Следуя почти параллельным курсом эволюции «сетевидной» войны, современная пропаганда также стала в высшей степени «сетевидной». Во времена холодной войны политические границы были четко очерчены, и обвинить в распространении пропаганды можно было ограниченное число хорошо известных печатных СМИ и вещательных каналов, используемых для этих целей. Сообщения из этих источников немедленно наталкивались на заслуженный скептицизм. Сегодня все совсем по-другому, поскольку нет очевидного для всех противника, против которого объединяется население противоположной стороны. Восприятие угроз различается в зависимости от страны, различается оно и внутри отдельного общества. Отсутствие четкого определения угрозы привело к тому, что наша коллективная оборона против пропаганды оказалась разбитой на отдельные фрагменты и ослабленной в глобальном масштабе.

Давайте рассмотрим «новые СМИ», почти идеальный аналог «системы систем» концепции «сетевидной» войны. В этом контексте термин «новые СМИ» относится к возможности доставлять и распространять информацию с использованием различных видов технологий. Социальные сетевые платформы, такие как Фейсбук, YouTube, WhatsApp, Messenger, WeChat, Instagram, QQ, Tumblr, Qzone, TikTok и Твиттер представляют собой лишь маленький пример некоторых из наиболее популярных интерактивных платформ, составляющих новые СМИ. В отличие от старых СМИ, состоящих из неинтерактивных медийных средств, таких как журналы, газеты и телевидение, новые СМИ представляют собой современный феномен. Он соединяет между собой всех людей в мире таким способом, какой во времена холодной войны никто не мог себе и представить. Размеры и масштабы новых СМИ впечатляют. Они состоят из резервированных, жизнестойких, самовосстанавливающихся, высокопроизводительных сетей, созданных с целью доставлять контент – но не проверять его. Служа на благо человечества, новые СМИ предоставляют неограниченные возможности для доставки пропаганды и формирования общественного мнения. Бесчестная пропагандистская деятельность, осуществляемая признанным противником, использует в своих целях новые гражданские медийные платформы, которые

относительно свободны от правительственного надзора. К тому же положение осложняет та легкость, с которой противники могут создать свою онлайн-идентификацию и надежно скрыть свою реальную принадлежность.

Высшие руководители и политики сразу же признаются, что они недостаточно технически грамотны, чтобы разобраться в новых медийных технологиях. Будучи активными пользователями социальных сетей, а также и новых СМИ, они имеют крайне слабое представление о том, в какой степени этими технологиями могут манипулировать бесчестные люди в своих интересах. В целом, высшие руководители недооценивают как угрозу, исходящую из новых медийных платформ, так и присутствующую им уязвимость, которую кто-то может использовать в своих неблагоприятных целях.

Новые медийные платформы также уникальны и в том смысле, что они дают современным пропагандистским методологиям возможность наносить точечные удары, накрывать обширные площади, а также сочетать и то, и другое. В зависимости от поставленной цели, современные пропагандисты могут по-разному использовать различные социальные медийные платформы для усиления своего сообщения. Однако, так же, как и «сетевидная» война, современная пропаганда не является «платформенной». Если одна медийная платформа не выполняет в полной мере своих функций или выбывает из строя, чтобы заполнить образовавшуюся пустоту, приводятся в действие другие или используются уже действующие. В этой связи современная пропаганда в высшей степени «сетевидна» в том смысле, что технологии и методологии эффективно используются и адаптируются к изменяющимся условиям. По сути, современная пропаганда использует конструкцию «система систем».

Вполне можно ожидать, что стратегия современной пропаганды будет реализовываться почти так же, как и план военной кампании. Воображаемый пример будет начинаться с определения конечной цели и проведения разведки и наблюдения с целью найти наиболее уязвимые места, которые можно использовать в своих целях. Такой подход можно считать аналогом фазы подготовки пространства для боевых действий во время войны. Приложения бесплатных социальных СМИ содержат функции, которые могут быть использованы для получения доступа к необходимой информации о выбранной мишени для пропаганды. Или может быть создана фиктивная компания для покупки целевой информации у крупных компаний, продающих информацию, собранную путем отслеживания деятельности пользователей в режиме онлайн. Эти компании составляют профили пользователей и определяют их привычки с большой степенью детализации, а затем продают эту информацию на рынке желающим купить ее. Профили пользователей могут выявить предпочтения определенных типов новостей и медийных платформ и дать достаточно информации, чтобы выбрать в качестве мишени, расколоть и подвести под свое влияние

какой-то сегмент населения, основываясь на их проанализированной политической принадлежности.

Собранная воедино информация относительно того, куда именно пользователь наводит курсор и нажимает мышку компьютера, позволяет определить его уровень образования и предпочтения при поиске информации. Эта информация в высшей степени точна и генерируется крупными компаниями, собирающими данные, автоматически. Большие массивы данных не являются статичными и не ограничиваются какой-то одной определенной областью. Система засекает любое действие, совершенное в Интернете. Выбор цели для пропаганды не обязательно должен сосредотачиваться только на политической сфере. Продуманно используя информацию, добытую из большого объема данных, и творчески применяя современные методы пропаганды к новым медийным платформам, противник может наметить себе цели для нападения по всему социальному спектру. Беря за основу профиль выбранной цели в социальных сетях и ее регулярное использование поисковиков, противник может выбирать в качестве мишени любую аудиторию, независимо от того, каким способом она «бороздит» Интернет. Если ты подключен к Интернету – ты уязвим.

Когда разведка и наблюдение дали достаточно информации, план боя начинает принимать очертания, и можно начинать операции. В зависимости от страны, следующим этапом будет задействование «кибербойцов». Используя аналогию с войной, можно сказать, что, в зависимости от поставленной задачи, количество нападающих сил будет варьироваться от взвода до роты или батальона, а иногда может потребоваться и целая дивизия. Одним из вариантов нападения может быть хорошо организованная кампания «астротерфинга» (размещение фальшивых комментариев на веб-сайтах), призванная изменить общественное восприятие в нужном направлении. Этого может быть достаточно для достижения цели. Если этого окажется недостаточно, то тогда потребуются скоординированное нападение. Примером может служить использование операций виртуалов/«сокпапкетов» (придумывание «фейковых» онлайн-пользователей) для создания живого нарратива, за которым последует большое количество виртуальных комментаторов, подкрепляющих своими комментариями лживый нарратив.

Если требуется еще больший напор на аудиторию, то сочетание «троллей» и «провокаторов» может разместить клеветнический материал, который добавит новый ракурс, сеющий разногласия и возбуждающий эмоции. В зависимости от желаемого эффекта, пропагандист может поднять ставки, используя мемы для того, чтобы привлечь или отвлечь внимание. В этом сценарии упоминается только небольшое количество приемов. В реальном плане современной пропагандистской кампании их число зачастую может быть в 10 раз больше. После этапа составления плана большая часть этой деятельности становится автоматизированной, что

позволяет сделать распространение информации более масштабным без необходимости отслеживать каждую транзакцию. Если эта кампания будет правильно организована и проведена армией хорошо подготовленных киберэкспертов, то результат может быть просто катастрофическим. Мы уже становимся свидетелями того, как этот механизм применяется на практике государственными и негосударственными субъектами. Будет проявлением безответственности не ожидать и не предвидеть такой вид деятельности противника во время стационарных операций и некинетических формирующих этапов, определяющих войну пятого поколения.

В заключение подчеркнем, что современная пропаганда превратилась в изощренное и грозное оружие и представляет собой новую угрозу для национальной безопасности. Скорее всего, она станет оружием, которому отдадут предпочтение на этапах оттачивания искусства управления государством и подготовки поля боя. Предконфликтная кибервойна будет смещаться в сторону новых методов пропаганды с целью породить разногласия и оказывать влияние на общественное мнение еще задолго до того, как население поймет, что что-то не так. Страны все больше будут инвестировать в увеличение числа «кибербойцов», поскольку они доступны по цене, оправдывают затраты и не требуют специального военного оборудования, униформы или военных сооружений. Новые медийные платформы и дальше будут использоваться в неблагоприятных целях и служить идеальными платформами для доставки пропаганды. Из-за аморфной природы Интернета и соответствующих технологий по-прежнему будет трудно установить авторов бесчестных действий. Коммерческая природа Интернета делает проблематичным управление им и самоконтроль. В демократических странах направленные на получение прибыли начинания в новых СМИ свободны от навязчивого контроля со стороны правительства.

Если ситуация и будет меняться, будет меняться медленно из-за опасений, что правительственные регулирующие механизмы распространятся на такие сферы как неприкосновенность частной жизни и свобода слова. Государственные деятели и политики должны понять, что современная пропаганда – это информационная война. И наконец, чтобы уменьшить нашу уязвимость перед современной пропагандой, при оценке противника мы должны лучше осознавать наши тенденции зеркального отражения. Наше самое уязвимое место – это наша наивность. Тот факт, что мы сами не будем совершать поступки, противоречащие этическим нормам, еще не означает, что наши противники также будут воздерживаться от таких поступков. В современном мире имеется более чем достаточно доказательств ведения бесчестной пропаганды, чтобы нарисовать четкую и ясную картину того, чего нам следует ожидать в будущем. Как научил нас опыт терактов 11 сентября, за неспособность представить дальнейшие шаги противника приходится платить ужасную цену. □



ИЛЛЮСТРАЦИЯ PER CONCORDIAM

ЭРА

НЕПРАВДЫ

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ВЫЗОВЫ НА ВОСТОЧНОМ ФЛАНГЕ ЕВРОПЫ

Д-р Ральф Ролофф и д-р Пал Дуней

Институт изучения международных отношений и безопасности, Европейский центр по изучению вопросов безопасности им. Дж. К. Маршалла

ФОТОГРАФИИ AFP/GETTY IMAGES

Государство имеет основание называться великой державой только в том случае, если оно действует с опорой на комплексную силовую базу, включающую такие элементы как военная мощь, сильная и конкурентоспособная экономика, инновационный потенциал, относительно молодое и образованное население, а также форму государственного правления, служащую образцом для других стран. Существенны и другие факторы, например, присутствует ли язык этого государства в других странах и культурах. Также важно, чтобы государство имело развитые отношения с другими странами и его сообщения и заявления вызывали доверие. Большая часть бывшего Советского Союза во многих аспектах все еще остается единым сообществом, в котором широко используются общие социальные медийные платформы и общие интернет-провайдеры. Однако же, государство, не создающее свой более широкий спектр силы, не получит места за «столом для почетных гостей».

Мудрые государства могут перенаправить ресурсы с сильных мест на слабые, что называется горизонтальным усилением. Они также могут направить ресурсы на сильные стороны, чтобы сделать их еще сильнее, и это называется вертикальным усилением. Например, Китай в течение определенного времени является мировым «производственным хабом», но при этом смог успешно

диверсифицировать свою силовую базу, создать боеспособную армию и выйти на второе место в мире по объемам затрат на оборону; также в мире довольно активно распространяются китайская культура и язык. У России есть сильные стороны, такие как крупнейший в мире арсенал ядерного оружия, большая территория, развитая нефтегазовая промышленность, большая армия, многочисленные и хорошо подготовленные дипломатическая и разведывательная службы, а также сфера влияния в бывших советских республиках и в некоторой степени в других регионах, таких как Сирия и Западные Балканы.

Советский Союз, в качестве предшественника России, был носителем идеологии, к которой вовсе не было доверия. Его пропаганда имела успех только там, где она подкреплялась силой оружия. Бывший посол США в Советском Союзе Джордж Кеннан однажды отметил: «Каждый навязывает свою систему настолько, насколько это позволяют его вооруженные силы. По-другому и быть не может». Россия, увеличившая в три раза свой валовый внутренний продукт в период с 1999 г. по 2013 г., направляет ресурсы в те сферы, которые она считает слабыми, компенсируя внешнеполитические неудачи. Начиная с 2014 г., неотъемлемой частью общей российской стратегии (включая военную) стала агрессивная программа стратегических международных коммуникаций.



Президент Франции Эммануэль Макрон, справа, на совместной пресс-конференции с российским президентом Владимиром Путиным в Версальском дворце под Парижем в 2017 г. Макрон назвал российские каналы RT и «Спутник» «агентами влияния», распространяющими лживую информацию.

У этой программы имеются четыре наиболее заметных аспекта:

1. Отношения России с другими странами можно назвать прагматичными, что представляет собой резкий контраст по сравнению с отношениями во времена Советского Союза. Такой подход дает больше возможностей донести различные сообщения без необходимости придерживаться целого набора невероятных идеологических постулатов.
2. В пересмотренную оборонную доктрину были прочно интегрированы стратегические коммуникации, что создало впечатление, будто тенденция к конфронтации берет верх над сотрудничеством. Это было неприятно российским партнерам в Европе и в Северной Америке и вызвало у них тревогу.
3. В видимой зоне политического процесса, включающего более широкий спектр мер и шагов, на которые мир в целом должен быть готов ответить, находятся стратегические коммуникации.
4. Российское руководство, в силу предыдущей деятельности некоторых его членов, включая президента Владимира Путина, предпочитает более агрессивную кампанию по донесению своих взглядов до остального мира.

СЕРЬЕЗНЫЙ ВЫЗОВ

Масштаб использования стратегических коммуникаций и оказываемое ими влияние не так легко измерить. Россия стремится оказывать влияние на окружающий

мир. В этом смысле Москва не отличается от любого другого государства. Однако, ее амбициозная и агрессивная позиция на международной арене имеет отличительные черты. Москва принимает активные меры по созданию и финансированию подставных организаций и проведению психологических операций, некоторые из которых порождают страх и ненависть, а другие дают людям надежду. В последнее время Россия активно использует очень широкий спектр средств и методов коммуникаций.

Москва делает ставку на разнообразные медийные источники, специально подстроенные под различные аудитории. Тут важно, чтобы полученные выгоды превышали затраты. Россия отдает предпочтение электронным СМИ, включая социальные сети и телевидение. Российское национальное телевидение широко доступно в странах бывшего Советского Союза, включая прибалтийские страны. Мы замечаем его влияние, когда получаем результаты опросов общественного мнения, отражающие симпатию к России и положительное отношение к российскому государственному аппарату, которые выше в тех регионах, где доступны российские программы. Российское телевидение, и в первую очередь такие каналы как «Первый канал» и «РТР Планета», оказывают наибольшее влияние на ближайших соседей России. Россия также ведет международное телевидение на многих иностранных языках. Созданный и щедро финансируемый российским правительством канал «Россия сегодня», переименованный в RT по первым буквам англоязычного названия Russia Today, в настоящее время транслируется на арабском, английском, французском, немецком и испанском языках и входит в предлагаемые пакеты программ спутникового и кабельного телевидения. У RT также есть вебсайт на всех этих языках, помимо русского.

Канал RT по всему миру печально известен своим распространением пропаганды, а зачастую и «фейковых» новостей. Президент Франции Эммануэль Макрон даже назвал проправительственные российские медийные платформы RT и «Спутник» «агентами влияния», распространявшими о нем ложь во время его предвыборной кампании. Причем он это сделал, ни много ни мало, в ходе совместной пресс-конференции с Путиным. Россия представляет свою деятельность в более невинном свете, утверждая, что канал RT способствует формированию положительного образа России в мире. Международное сообщество озабочено не столько вещанием канала RT

как таковым, сколько тем, что оно используется для вмешательства во внутреннюю политику других стран в сочетании с другими мерами, часто более скрытными, демонстрируя комплексный потенциал силы России, в котором телевизионные каналы являются только частью.

Если мы зададим вопрос, являются ли российские СМИ центральным элементом или всего лишь дополнением к набору более скрытых методов влияния, то ответ найдем в относительно невпечатляющем числе зрителей канала RT. Например, в Великобритании канал RT никогда не смотрели более чем в 4 тыс. 300 домах, что свидетельствует о том, что канал не является источником серьезного влияния. Для продвижения определенных взглядов Россия также использует такие интернет-платформы как «Спутник» (включая «Спутник-новости») и различные социальные медийные вебсайты. Когда эти сайты оказываются скомпрометированными или когда их «срок годности» истекает, то они просто исчезают, а на их месте появляются другие, к которым у людей больше доверия.

Что касается печатных СМИ, у которых более ограниченное влияние, то и здесь Россия принимает целый ряд мер. В число таких мер входит предоставление сочувствующим иностранным журналистам доступа к российским руководителям и «прикармливание» их российской версией различных событий. Очень важная особенность состоит в том, что Россия дает иностранным журналистам информацию на многих языках (причем, качество этой информации постоянно улучшается), что позволяет западным журналистам, зачастую находящимся в цейтноте, использовать уже «готовую к печати» информацию вместо того, чтобы тратить время и силы на проверку фактов. Как следствие, российская версия «фактов» в СМИ других стран множится, что выгодно для российского руководства.

Единая направленность собственных посланий, в отличие от различных точек зрения в западных СМИ, дает России асимметричное преимущество, которому Западу трудно что-либо противопоставить. И это еще больше создает впечатление, что Запад является реагирующей и колеблющейся стороной перед лицом недружественных или откровенно враждебно настроенных российских стратегических коммуникаций. Кроме того, перегруженность информацией делает как никогда более трудным поиск надежных источников информации, особенно когда социальные сети разрушили старые модели коммуникаций, и новые субъекты могут напрямую отправлять информацию жителям других стран. Подобные беспокойства появились в 1980-х гг. в связи с развитием спутникового телевидения.

Внимание к себе привлекают три фактора:

1. Социальные сети сделали доступ менее затратным, тем самым снизив стоимость «покупки» влияния.
2. Стало легче отправлять сообщения, подогнанные под конкретную аудиторию.
3. Некоторые социальные медийные сети, включая широко распространенные, такие как Фейсбук, способствуют усилению определенных восприятий,

предварительно отбирая для вас материалы на основе сообщений, которые вы просматривали ранее. Другие социальные сети выбирают, на каких сообщениях стоит сосредоточить внимание, в зависимости от того, какие вебсайты вы посещали. В результате вы получаете контент, подтверждающий предыдущие взгляды, делая убеждения человека еще более глубокими.

А все это вместе еще больше углубляет политический раскол в обществах.

МНОГОЧИСЛЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Новые возможности стратегических коммуникаций порождают многочисленные проблемы, которые требуют соответствующего решения. Однако, поиск наиболее эффективных решений может оказаться трудной задачей.

Рассмотрим следующее:

1. Стратегические коммуникации представляют собой часть более широкой политической стратегии, которую иногда называют общей стратегией, и, таким образом, их роль можно оценивать только в свете их отношений с общей стратегией. Есть ли у государств общие стратегии? Находятся ли их стратегические коммуникации в соответствии с общими стратегиями и вносят в них свой вклад или же между ними есть расхождения?
2. Основная направленность стратегических коммуникаций со временем претерпела изменения. В то время как в 2014 г. российские стратегические коммуникации в основном были заняты распространением «фейковых» новостей, позднее они стали более диверсифицированными и лучше интегрировались в другие виды деятельности государства.
3. Природа враждебно настроенных действий в сфере коммуникаций затрудняет реагирование на них. Вместо распространения связной альтернативной точки зрения на конкретные события или происходящие процессы часто имеет место распространение различных вариаций, направленных на подрыв все еще доминирующего, обычно западного, толкования этих событий и процессов. В других случаях это делается для того, чтобы отнять у Запада монополию на распространение информации. Периодически это выглядит как «движущаяся мишень», когда сообщение зачастую меняется с целью поддержания внимания к СМИ.
4. Часто в сообщениях элементы реальности сочетаются с лживыми утверждениями. Кроме того, основанная исключительно на фактах информация представляется таким образом, что между несвязанными между собою вопросами вдруг появляется ложная тесная связь.

Формирование общей стратегии России началось в период консолидации государственной власти в стране

после прихода к власти Путина. Ее исходным пунктом было положение о том, что сильная государственная власть является единственной гарантией уважения к России и ее международного признания. Частично это представление базировалось на более или менее давних периодах истории страны. Поскольку посткоммунистическая Россия 1990-х гг. с ее либерализованной экономикой и политикой являла собой хаос, и поэтому россияне отождествляли тот период со слабой государственной властью, то создается предпосыл, произвольно отождествляющий слабое государство с либерализмом и причиной хаоса. Следуя этой логике, излечить от этого недуга может только сильная государственная власть; и если либерализм означает слабость, то тогда отказ от либерализма будет означать силу. Тщательный анализ этого логического построения в корне опровергает утверждение о том, что либерализм ведет к слабости, а отказ от него порождает силу. Однако, для российского руководства имеют значение только представления, господствующие среди граждан страны.

Несмотря на то, что за последние два десятилетия цели России претерпели эволюцию, некоторые из них остались в целом неизменными. Общая стратегия России отдает приоритет статусу, а не реальным достижениям, и поэтому для российского руководства чрезвычайно важно представить страну как в высшей степени успешную. Необходимость в таком изображении страны вполне объяснима, поскольку показная политическая стабильность, включая стабильность руководства страны, помогает создавать такое впечатление. Сила внутри страны также изображается как сила и влияние в международном масштабе (к чему прибегают многие страны). Однако, учитывая неравномерное развитие России, ее стратегические коммуникации подчеркивают достижения и замалчивают наличие слабых сторон. Вот почему часто говорят, что российское руководство демонстрирует «сильную игру при слабых картах».

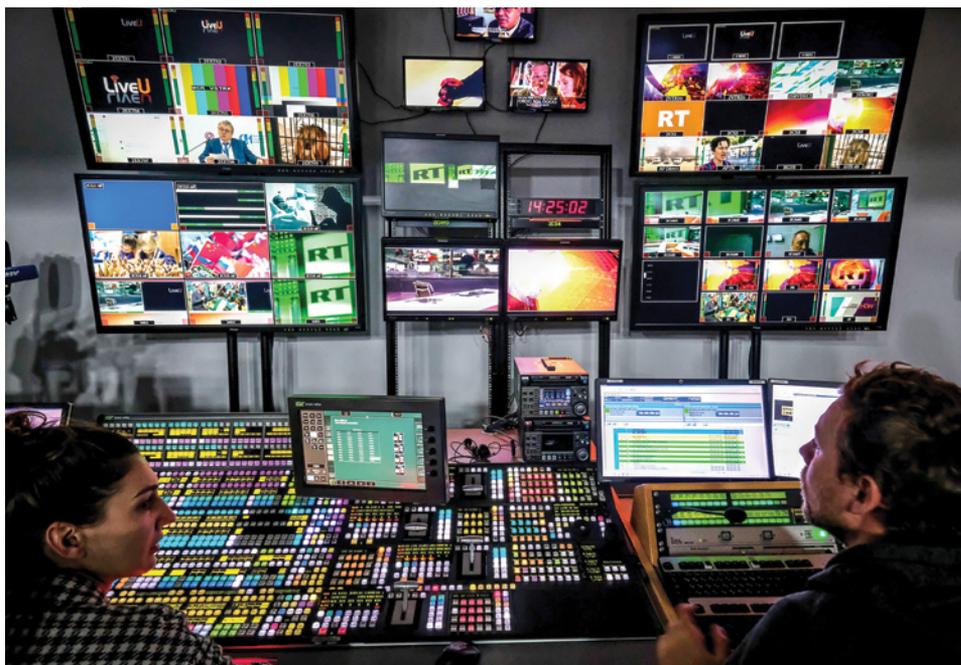
Наиболее важные международные цели России состоят в том, чтобы сохранить свою независимость и политический суверенитет и восстановить свой международный статус путем демонстрации силы и влияния. В основе такого подхода лежит уверенность России в том, что когда она заняла примирительную позицию в отношении Запада в 1990-х гг., то ее должным образом не «отблагодарили»; а наоборот, Запад использовал ее слабость в своих интересах. Россия считает оправданной свою более агрессивную позицию, полагая, что Запад посягает на ее интересы. Основное устремление России состоит в том, чтобы стать одним из «полюсов» в многополярной системе международных отношений. Ради достижения этой цели Россия стремится максимизировать свою относительную силу и влияние в этой международной системе. Однако, поскольку у России ограниченная роль в мировой экономике и для многих стран ее форма правления не является образцом для подражания (что представляет собой важный элемент «мягкой силы»), то и возможности укрепить собственные позиции у нее довольно ограничены.

Соответственно, стереотипы мышления российского руководства приводят к выводу о необходимости ослабить другие центры силы. В числе мишеней России отдельные государства и многонациональные организации, способствующие международной сплоченности, включая альянсы. Россия использует для ослабления государств и альянсов различные средства, независимо от того, насколько подходящими и адекватными они являются.

Многие хотели бы видеть Россию интегрированной в международную систему и таким образом предотвратить превращение Москвы в отвергнутого всеми изгоя или лидера государств, сплотившихся в своем противостоянии международному порядку, в котором доминируют западные ценности. Вопрос в том, сможет ли прогресс внутри России стать прочной основой для такой интеграции. Больше всего в этом смысле беспокоит состояние экономики, которая полностью подчинена интересам политики.

Россия оказалась не в состоянии реализовать свой значительный потенциал даже на постсоветском пространстве. Она получает удовольствие от признания своего символического лидерства, однако, при этом добилась очень незначительных успехов в том, чтобы превратить это лидерство в экономические возможности. Китайские инвестиции в экономику Казахстана в семь-восемь раз превышают российские. Эффект от санкций западных стран, на которые российское руководство часто старается списать все экономические неурядицы, оказался, по всей видимости, более продолжительным, чем ожидали в Москве. Более того, между специалистами, занимающимися вопросами макроэкономики, существует общее мнение, что, если со временем эти санкции будут сняты, то это не приведет к росту экспорта из России. Несмотря на то, что экономика России будет демонстрировать скромный ежегодный рост в 1,5-2%, этого будет недостаточно, чтобы сделать ее конкурентоспособной. По существующим оценкам, санкции снижают рост валового внутреннего продукта России примерно на 1,2% ежегодно. Путинский режим это не подорвет, однако, это затруднит достижение Россией своих социально-экономических целей и выполнение своих амбициозных обещаний. Если общественное недовольство будет нарастать, то существует опасность того, что режим еще больше «закрутит гайки» и еще больше будет полагаться на авторитарные меры. Более того, Россия недостаточно инвестирует в человеческий потенциал, включая такие аспекты как образование и здравоохранение, что еще больше подрывает перспективы устойчивого развития.

Разрыв между действительным положением дел в России и самопровозглашенным статусом создает ситуацию, при которой Москва считает совершенно необходимым наличие широкого спектра средств коммуникации. И хотя Россия в целом не добилась успеха в диверсификации своих сильных сторон, роль коммуникаций возросла довольно существенно. Тем не менее, мир не обращает большого внимания на стратегические послания России, равно как и на ее «фейковые» новости, поскольку их всегда можно разоблачить



Директоры RT, государственной телевизионной сети, ранее известной под названием «Россия Сегодня», следят за видеосюжетами в Москве. RT ведет вещание на арабском, английском, французском, немецком, русском и испанском языках, входит в пакеты спутникового и кабельного телевидения и имеет вебсайт на многих языках.

и выставить российское руководство в неприглядном свете. Реальную же проблему представляет широкий набор мер, от лживых сообщений до активных способов вмешательства во внутренние процессы в других странах. Более того, способы российского вмешательства варьируются от просто противных и морально сомнительных до незаконных и откровенно преступных.

ОТВЕТЫ НА ВЫЗОВЫ РОССИИ

Запад стоит перед лицом целого ряда чувствительных асимметричных ситуаций, вырабатывая ответ на российские вызовы, и должен решить, действовать ли каждой западной стране индивидуально или же предпринять коллективные действия. Перед такой дилеммой Запад поставило то обстоятельство, что все сообщения России носят сплоченный характер, в то время как послы Запада довольно разрозненны. По мере того, как Россия стремится при помощи своих сообщений мобилизовать (и демобилизовать) общественное мнение, Запад просто не может позволить себе бездействовать. При этом, Запад объединен общими ценностями, включая свободу слова и прессы и, таким образом, должен принимать или, по крайней мере, терпеть свободу выражения мнений в других странах, при этом даже таких, которые преследуют враждебные цели.

Современные общества подвергаются воздействию гораздо большего объема информации, чем когда-либо ранее. Мы непрерывно получаем новости из целого ряда источников, многие из которых не прошли проверку

контента и намерений. Предполагается, что качество и достоверность печатных и основных электронных СМИ должны подлежать проверке. С самого начала социальные СМИ считались неподконтрольными, а поэтому и наиболее свободными. Однако, как показывают события, некоторые свободы должны быть ограничены, чтобы защитить свободы других субъектов и общественные интересы. Государствам трудно прийти к общему согласию по вопросу, как защитить общество без ограничения его доступа к информации.

Общества также сталкиваются с проблемой, как защитить людей, не прибегая к цензуре, однако, при этом у них нет целевых организаций и ресурсов для четких и своевременных ответов на угрозы. Общества недостаточно подготовлены, чтобы справляться с информацией, которую получают их члены, а люди недостаточно образованы и сталкиваются с трудностями, когда необходимо выбрать или отвергнуть те или иные новости и их интерпретации, предлагаемые СМИ. Более того, присутствие многоязычие становится проблемой, поскольку большинство людей предпочитают получать новости на своем родном языке, что потенциально создает информационную предвзятость в пользу медийного контента на родном языке аудитории. В нескольких бывших советских республиках русский язык по-прежнему используется довольно широко, а, по крайней мере, в одном государстве, в Беларуси, он является основным языком общения граждан. Это представляет собой определенный вызов, поскольку Россия в состоянии оказывать существенное медийное влияние на целый ряд стран – от Таджикистана до Украины. Трудно сказать, принесут ли административные меры, такие как удаление российских каналов из предлагаемых телевизионных пакетов, желаемый результат. Такие радикальные меры будут инстинктивно отвергнуты демократически настроенной частью населения. Но что, если две страны находятся в конфликте высокой интенсивности (ведут между собой войну), и одна из них намеревается подорвать решимость населения другой страны воевать за свои интересы? Украина, находясь в таком конфликте с Россией, убрала российские каналы, в которых присутствовал значительный новостной и пропагандистский контент. Молдова последовала примеру Украины, хотя и в меньшем масштабе, и убрала некоторые российские новостные программы. Однако, в этих двух странах российские телепрограммы не были запрещены, они остаются



доступными через интернет и спутники, а гражданам не было запрещено устанавливать спутниковые «тарелки». Нежелательные исключительные обстоятельства могут вызвать необходимость принятия временных сдерживающих мер, таких, какие были приняты Украиной и Молдовой. Менее известный факт – количество доступных российских телевизионных каналов также было сокращено и в других бывших советских республиках, например, в Таджикистане. В Грузии спрос снизился сам по себе по мере сокращения использования русского языка, особенно среди молодежи; на смену пришли медийные платформы на английском и других языках.

Западу предстоит принять решения по щепетильным вопросам, выходящим за рамки административных мер. Будучи неоднородным образованием, Запад и составляющие его государства могут в различной степени подвергаться воздействию российских стратегических коммуникаций, и поэтому у них не будет оснований вырабатывать единую общую реакцию. Также существуют различия между США и их европейскими союзниками, особенно в вопросе использования сфабрикованных сообщений в качестве активных мер противодействия. В то же время, имеются основополагающие аспекты, в которых преобладает общее согласие: доверие к общественным электронным СМИ и убежденность в достоверности правительственных коммуникаций являются необходимыми предварительными условиями. В тех странах, где граждане в целом доверяют своему правительству и не имеют причин часто сомневаться в его словах и действиях, гораздо труднее посеять раздор между правительством и общей массой населения. Это убедительно подтверждается провалившейся попыткой РФ добиться влияния в Швеции, правительство которой направило усилия на повышение «медийной грамотности» среди молодежи, на укрепление жизнестойкости общества и своевременное разоблачение «фейковых» новостей.

Существует также сложная связь между существованием глубоко разделенного политического класса и уязвимостью к внешнему политическому влиянию. Когда существует широкий политический консенсус относительно социально-политических и социально-экономических основ страны и ее внешнеполитической ориентации, то в такой стране гораздо меньше возможностей для вмешательства извне. И наоборот, глубокий внутренний раскол, общественные конфликты и неопределенная международная направленность делают страну более уязвимой к зловещему влиянию внешних субъектов. Например, в некоторых государствах на Западных Балканах попытки достичь социальной сплоченности потерпели неудачу. В отдельных случаях отсутствие успеха объясняется глубоко укоренившимися этническими и историческими причинами. В Боснии и Герцеговине Россия поддерживает боснийских сербов, стремясь сохранить внутренние противоречия и оказать давление на боснийское государство. В Сербии Россия провозглашает православное христианство в качестве цивилизационной основы, а в Хорватии она призывает к солидарности славянских народов. В Северной Македонии глубокие внутривнутриполитические разногласия и взаимоисключающие намерения предоставили России возможность осуществлять свое вмешательство.

Коммуникации представляют собой наиболее видимый из российских инструментов влияния, который подкрепляется гораздо менее заметными инструментами, варьирующимися от дипломатических и разведывательных аспектов до денежных кредитов и инвестиций. Коррупцированный истеблишмент делает страну более уязвимой к внешнему влиянию, особенно когда речь идет о небольших и бедных странах, для подкупа руководителей которых не требуется больших средств. Когда руководство такой страны находится в зависимости от России, то Россия, как правило,



обращает уже меньше внимания на достижение и поддержание своего влияния в медийном пространстве. Венгрия является примером страны, где многоуровневая зависимость правительства, дополняемая заметной политической стабильностью, делает ненужным стремление к полномасштабному влиянию. Россия вполне удовлетворена использованием венгерских медийных каналов пророссийской направленности для расширения своего влияния в стране. Чтобы не допустить зависимости от России, государству требуется высокая степень сопротивляемости, достигаемая при помощи эффективной формы государственного правления (доверие, коммуникации), национального единства и низкого уровня коррупции. «Медийная грамотность» – способность людей отличить правдивые сообщения от искаженных – является важным компонентом такой сопротивляемости.

Попытки России расширить свое влияние имели довольно ограниченный успех в отдельных странах, многие из которых находятся в скандинавском и прибалтийском регионах, в которых Россия вернулась к более традиционным средствам оказания влияния. В Скандинавии Россия использует общественные политические каналы, отговаривая правительства Финляндии и Швеции от вступления в НАТО. В Прибалтике ситуация осложняется наличием многочисленных, хотя и сокращающихся, этнических российских меньшинств. Однако, в государствах, продемонстрировавших активную целеустремленность и неизменное эффективное государственное управление, таких как Эстония с ее многочисленным русскоязычным сегментом, на который нацеливаются российские СМИ, попытки России оказывать влияние не имели большого успеха. В то же время, нет никакого сомнения в том, что специально подготовленные российские институты и эксперты только и ждут удобной возможности.

Напротив: Эстонские силы по борьбе с беспорядками во время протеста возле памятника советским солдатам, воевавшим во Второй мировой войне. Таллин, 2007 г. Планы убрать памятник вызвали острое возмущение в Москве, что породило разногласия внутри страны.

В центре: Литва приветствует в 2017 г. несколько сот немецких военнослужащих в составе многонационального батальона НАТО как элемент сдерживания России. «Фейковые» новости выдвинули против немецких военных ложное обвинение в изнасиловании литовской женщины.

Выше: Служащие в биозащитных костюмах устанавливают палатку над скамейкой в английском г. Солсбери, на которой были обнаружены двойной российско-британский агент Сергей Скрипаль и его дочь, отравленные нервнопаралитическим веществом. Британские власти назвали этот инцидент «дерзкой и безрассудной» попыткой убийства российскими агентами.

В последние годы, наблюдая за резкими скачками российских медийных посланий во время соответствующих событий, Запад получил возможность лучше узнать, как функционируют российские стратегические коммуникации. Первым таким событием был кризис в Эстонии в 2007 г., когда эстонские власти убрали из центра Таллина памятник победы во Второй мировой войне, воздвигнутый в советское время. Протесты примерно 1% столичного населения были искусно представлены Россией как гораздо более масштабные и стали прелюдией к первой российской крупной кибератаке. В 2016 г. российской пропагандой было раздуто т.н. «дело Лизы», когда в Германии пропала 13-летняя девочка из семьи выходцев из России. После ее возвращения Россия распространила лживые утверждения о том, что она была якобы похищена и изнасилована эмигрантами «арабской внешности». Даже после того, как эти сообщения были разоблачены как лживые, российский министр иностранных дел Сергей Лавров все равно продолжал

называть девочку «наша Лиза». В 2017 г. против немецких военнослужащих, находящихся в составе сил НАТО в Литве, было выдвинуто ложное обвинение в изнасиловании местной женщины с целью вбить клин между немецкими военными и местным литовским населением. А весной 2018 г. в британском г. Солсбери были отравлены нервнопаралитическим веществом российско-британский двойной агент Сергей Скрипаль и его дочь. Разведслужбы Великобритании и других западных стран нашли неопровержимые свидетельства того, что попытка убийства Скрипалей была организована именно Россией. Российские СМИ пытались опровергнуть обвинения Великобритании, ставя под сомнение источник происхождения нервнопаралитического вещества «Новичок», пытаясь получить доступ к месту преступления для российских экспертов, одновременно с этим препятствуя проведению экспертизы Организацией по запрещению химического оружия. Утверждалось также, что опытные российские оперативники никогда бы не провалили операцию и не оставили в живых намеченную жертву. Быстрое распространение большого количества различных версий создало «дымовую завесу» с целью скрыть реальные события. В конце концов, России удалось запутать определенную часть аудитории (за исключением экспертов из разведсообщества), а со временем у большинства населения интерес к этой теме был утрачен. Позже, однако, благодаря плохой организации российской военной разведки, об этом деле появилось гораздо больше информации, и результаты были опубликованы проводящей расследования британской новостной организацией Беллингкэт.

Какие выводы можно сделать из анализа этих четырех случаев? Во-первых, СМИ в собственной стране должны находиться под постоянным наблюдением, чтобы своевременно можно было отреагировать на нападение. Во-вторых, различные враждебные действия зачастую связаны между собой. Соответственно, когда начинают предприниматься враждебные шаги в какой-то одной сфере или через один конкретный канал, то они будут иметь последствия и в других местах. В-третьих, на послание стратегического оппонента необходимо отвечать своевременно. В-четвертых, чрезвычайно важно свои послания и контрпослания основывать на фактах и не отвечать ложью на ложь. В-пятых, необходимо взвешенно подходить к вопросу о том, стоит ли раскрывать свои источники и свои способности для того, чтобы убедительно доказать, что определенные враждебные стратегические коммуникации исходят от конкретной страны. В-шестых, весь обмен коммуникациями должен быть доступен для общественности, состоящей из внутренней и международной аудиторий, включая граждан страны-противника, чтобы продемонстрировать, что ты действуешь честно и с соблюдением этических и правовых норм. В-седьмых, если коммуникации упрощены до уровня соревнования двух противоположных толкований фактов, то аудитория все равно останется разделенной на два лагеря, и тут для победы

необходимо подкрепить свое послание превосходящими по качеству нормами, принципами и ценностями.

Даже учитывая нынешние разногласия в западных странах, все равно коллективная реакция на вызовы, порождаемые враждебными стратегическими коммуникациями, более предпочтительна, чем набор индивидуальных национальных ответов. Это мы видели в деле отравления Скрипалей, когда союзники Великобритании продемонстрировали солидарность с реакцией Лондона. Когда необходима срочная реакция на национальном уровне, как это было в случае распространения лживой информации о поведении немецких войск в Литве, международные институты все равно могут играть определенную роль, хотя она может и оставаться вспомогательной и ограничиваться только теми сферами, где эти институты имеют сравнительно сильные позиции. Международные организации зачастую проявляют колебания при решении спорных вопросов, а Россия пытается предотвратить формирование единой позиции в западных институтах.

И НАТО, и Европейский союз пристально наблюдают за стратегическими коммуникациями в быстро меняющихся условиях последних лет. Деятельность этих двух институтов продемонстрировала их потенциал, но также и пределы согласия между странами-членами. НАТО повысила свою возможность собирать и анализировать информацию. Альянс открыл Центр мастерства по вопросам стратегических коммуникаций в столице Латвии Риге, а также Европейский центр мастерства по противодействию гибридным угрозам в финской столице Хельсинки – первый центр такого рода в стране, не входящей в НАТО. Работа рижского центра сосредоточена на углубленных исследованиях коммуникаций и разработке методологии для стран-членов НАТО. На этот вид деятельности альянс выделяет относительно скромные ресурсы, и поэтому крайне важно, чтобы страны на национальном уровне активно противостояли вызовам со стороны России. НАТО также заняла более активную позицию в компьютерных сетях, фактами опровергая лживые измышления России об альянсе и проводимой им политике.

Позиция НАТО как противовес России выглядит довольно убедительно. Цель частично состоит в том, чтобы показать российским СМИ, что они не могут безнаказанно распространять лживую информацию. НАТО также просит такие СМИ корректировать ранее распространенные ложные сообщения. И хотя это не является первостепенной целью, такое «клеймение позором» приносит результаты, поскольку таким образом публичная дипломатия альянса разоблачает медийные источники, дающие предвзятые оценки и распространяющие информацию, противоречащую фактам. В одном таком случае американский генерал Филип Бридлав, тогдашний Верховный главнокомандующий Объединенными вооруженными силами НАТО в Европе, рассекретил спутниковые снимки, четко показывающие военное присутствие России на

территории украинского Донбасса. Цель НАТО в том, чтобы представлять точные и достоверные сообщения, без контрпропаганды, и давать четкие опровержения российской дезинформации.

Позиция ЕС также имеет свои особенности. Во многих случаях ЕС реагирует с опозданием на вызовы со стороны России, вследствие его сложной институциональной структуры и необходимости детальной координации между отдельными институтами этой организации и между ее членами. В марте 2015 г. Совет Европы создал Рабочую группу по восточным стратегическим коммуникациям при Европейской службе внешних действий.

Ее основные цели следующие:

1. Распространение информации о политике ЕС в рамках Восточного партнерства.
2. Усиление медийной среды.
3. Прогнозирование и разоблачение российской дезинформации, особенно по тематике кризисной ситуации в Украине.

Российские стратегические коммуникации представляют для ЕС серьезную проблему, поскольку они используют невоенные средства для достижения военно-политических целей и подкреплены значительными ресурсами. Россия инвестировала 191 млн. евро в Твиттер, она также активно использует Фейсбук. Кроме того, Россия умело использует быстрое распространение «фейковых» новостей (согласно исследованию, проведенному Технологическим институтом штата Массачусетс, «фейковые» новости распространяются в среднем в шесть раз быстрее, чем правдивые), стремясь дезориентировать и поставить под свое влияние политических руководителей и население в целом в других странах, а также вызвать у аудитории чувство растерянности относительно того, какая информация основана на фактах и каким сообщениям можно верить. Россия использует часто повторяющиеся стереотипы, которые недавно обросли комментариями типа «ЕС – это вассал США», «защитники прав человека подвергаются нападкам на Западе» и «экономическая ситуация в странах Прибалтики сегодня хуже, чем была в советские времена». Эти стереотипы обращены к таким аспектам, детали которых не известны широкой публике. ЕС создал вебсайт (<https://euvsdisinfo.eu>), хотя он, возможно, и не разрекламирован в достаточной мере, на котором публикуются аналитические материалы. Этот сайт содержит базу данных, насчитывающую более 6 тыс. 900 случаев дезинформации, зарегистрированных с сентября 2015 г. Сайт помогает получить доступ к источникам тем, кто хочет понять, как происходит распространение дезинформации, а также дает понять создателям лживых новостей, что их измышления в конечном счете все равно разоблачаются.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хотя мы и не наблюдаем существенную диверсификацию силовой базы России в целом, ее возможности

в сфере стратегических коммуникаций значительно возросли. В своих отношениях с остальным миром Россия сосредоточилась на своем собственном регионе, и особенно на странах и обществах, на которые легче всего оказывать влияние такими средствами. Она умело пользуется своей способностью генерировать единый цельный посыл, приверженностью Запада свободе слова и свободе информации, а также асимметричностью открытого западного медийного рынка и строго контролируемого российского.

Основная цель России состоит в том, чтобы увеличить свое влияние в системе международных отношений и продемонстрировать собственную значимость. Поскольку демонстрация несомненных сильных сторон России позволяет достичь эту цель лишь частично, то такой подход должен одновременно соответствовать двум требованиям: во-первых, еще раз подтвердить силу России посредством коммуникаций и при их помощи обеспечить поддержку, особенно в тех государствах и обществах, где исторически присутствует сильное влияние России или в тех, где такое влияние можно установить, и во-вторых, ослабить влияние Запада.

Россия считает, что влияние Запада частично базируется на его единстве, включая как единство его собственных институтов, так и общемировых, в которых влияние Запада ощутимо, таких как международные финансовые институты. Коммуникации – это одно из многочисленных средств оказания влияния, используемых Россией в своем противостоянии Западу. Медийное влияние находится в числе наиболее осязаемого нового оружия в российском арсенале, и, как показывают недавние свидетельства, оно входит в число морально неприемлемых, незаконных и откровенно преступных средств. Россия финансирует определенные политические движения и партии (так же, как Советский Союз финансировал коммунистические партии в западных странах), при помощи политических и технических средств вмешивается в выборы, покровительствует отдельным зарубежным лидерам и заключает с ними коррупционные сделки.

Запад по-прежнему проявляет нерешительность, медлительность и разобщенность при реагировании на российские вызовы частично потому, что резкий и недвусмысленный ответ противоречит его фундаментальным ценностям, включая целый набор прав человека, а частично потому, что трудно большому количеству стран прийти к единому скоординированному ответу на угрозу, которая не затрагивает жизненно важные интересы западных обществ. В последние годы Запад все же начал предпринимать ответные действия. Нам еще предстоит увидеть, окажутся ли в центре внимания враждебные стратегические коммуникации или какие-либо иные в высшей степени раздражающие действия, такие как вмешательство в выборы, и как будет проходить разделение обязанностей между отдельными национальными и скоординированными международными подходами. □

СИЛА МЕМОВ

ПОЧЕМУ ГОСУДАРСТВА-ЧЛЕНЫ НАТО
ДОЛЖНЫ ОСВОИТЬ ЭТОТ МОЩНЫЙ ЦИФРОВОЙ
ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Майор Мэтью Шлупнер, сухопутные силы США

В 2017 г. в мире насчитывалось 2,46 млрд. пользователей социальных сетей. По мнению компании по разработке баз данных Statista, к 2021 г. это число, как ожидается, превысит 3 млрд., при этом к тому времени 71% всех пользователей Интернета будут подписчиками социальных сетей. Большая часть этого роста придется на развивающиеся регионы мира: Китай, Африку, Южную Азию — регионы, где большое количество населения знакомится с высокими технологиями и сложными методами выполнения информационных операций. Помимо этого, доступность этих сайтов делает их незаменимыми для тех, кто пытается передать сообщение своим гражданам. Например, во время сентябрьского референдума 2018 г. в Северной Македонии по поводу изменения названия страны на Республику Северная Македония, Глобальный центр взаимодействия, недавно уполномоченный возглавлять усилия правительства Соединенных Штатов по противодействию пропаганде и дезинформации со стороны международных террористических организаций и зарубежных стран, определил (на основе количества своих последователей на Фейсбук, Instagram и Твиттер), что посольство США в Северной Македонии имеет возможность охватить все население страны, просто используя свои аккаунты в социальных сетевых ресурсах. Вот насколько мощными могут быть социальные сетевые ресурсы.

Эта сила может воздействовать на любой инструмент военной мощи. Способность противников использовать эти сети для продвижения своего нарратива быстро выросла, а форма, которую многие из этих сообщений принимают — это мемы. Мем стал доминирующим инструментом противников НАТО, и существует недостаток в методах противостояния этому сообщению. НАТО может конкурировать в этом информационном пространстве, осваивая более проактивное мышление, вовлекая высшее руководство в социальные сетевые ресурсы, считая распространение информации маркетинговым инструментом альянса, и корректируя свое мышление, чтобы создавать возможность больше экспериментировать в распространении информации.

МЕМЫ И МЕМЕТИЧЕСКАЯ ВОЙНА

В своей статье «Эволюционная психология, мемы и происхождение войны» Кит Хенсон определяет мемы как тиражирование информационных образов: «Способов действия, усвоенных элементов культуры, верований или идей». Мем — это информация, которая

«распространяется, оказывает влияние и сохраняется». Мемы могут быть идеями или символами, броскими фразами, хэштегами или словами, имеющими культурное значение. Меметика пытается изучить этот процесс в рамках одной из форм нейрокогнитивной войны — разновидности информационной войны.

В книге Ричарда Докинза «Эгоистичный ген» мем определяется как «самовоспроизводящаяся и распространяющаяся информационная структура, аналогичная гену в биологии». Мем, объясняет он, оказывает эволюционное воздействие на человеческую культуру и физиологию. Он обладает способностью реплицироваться с помощью хостов и влиять на поведение в целях содействия репликации. Меметическая война, безусловно, не является новой концепцией. Можно утверждать, что первым создателем мемов в США был Бенджамин Франклин, создавший на лозунге «Присоединяйся или умри» пронзительный образ змеи, разрезанной на куски, каждая часть которой представляла американскую колонию. Есть тысячи примеров, подобных этому, но западные органы безопасности до сих пор не задумались о том, как быть в меметическом пространстве эффективными, или такими же эффективными, как противник.

«Троллинг, можно сказать, является эквивалентом партизанской войны в социальных сетевых ресурсах, а мемы — её пропагандистской валютой»

— Джефф Гизеа

Единственное, что ново в меметической революции — это пространство, в котором нарратив существует — киберпространство. Киберпространство настолько открыто и обширно, что сила содержащейся в нем информации многократно превышает нормальное воздействие. И все же западные институты не начали понимать масштаб проблемы до тех пор, пока майор морской пехоты США Майкл Проссер не защитил в 2005 г. диссертацию на тему «Меметическая война как развивающаяся отрасль», а затем Агентство перспективных исследований Defense Advanced Research Projects Agency и другие специалисты не изучили



Протестующий в калифорнийском городе Беркли держит плакат с изображением мема «лягушка Пепе». В ходе президентской кампании 2016 г. группа, поддерживавшая тогдашнего кандидата Дональда Трампа, успешно присвоила себе этот мем.

AFP/GETTY IMAGES

текущую меметическую войну. Через свой Центр мастерства в сфере стратегических коммуникаций НАТО привлекла известного специалиста по социальным сетям и технологиям Джеффа Гизеа, чтобы объяснить силу мема и то, как его следует использовать. В своей статье «Пришло время освоить меметическую войну» Гизеа начинает не с цитирования технологий или военных экспертов, а с обсуждения разговора о способах нападения на ИГИЛ с помощью троллинга, который он имел за пивом с известным Интернет-троллем. Каждая идея, которую они разрабатывали, была малобюджетной, но творческой, и в ней для атаки на слабые места ИГИЛ использовалась открытость и экономическая эффективность Интернета. Гизеа пишет, что «Троллинг, можно сказать, является эквивалентом партизанской войны в социальных сетях, а мемы – ее пропагандистской валютой». Он утверждает, что НАТО необходимо осознать концепцию мемов — не думать о мемах, как об оружии, а скорее, как об инструменте в «конкуренции за нарратив». Он объясняет, что при обсуждении меметической войны мы большую часть времени тратим, путая ее с кибервойной. Он утверждает, что в то время как кибервойна направлена на установление контроля над информацией, меметическая война направлена на установление контроля над диалогом — психологическим пространством.

НАТО И ПОЛЕ БОЯ МЕМОВ

Стратегическую рассылку сообщений в пространстве безопасности следует рассматривать как спор, а не как разговор. В ней должна быть агрессивность, которая стремится контролировать

пространство нарратива, во многом подобно тому, как пехотный батальон стремится удерживать позиции. В то же время необходимо осознавать, что этические нормы не позволяют демократиям создавать традиционную пропагандистскую систему советского образца. В наше время, скорее, нужно искать более лучшие пути распространения истины. В условиях, когда из-за развития технологий продолжительность концентрации внимания сокращается, а объем доступной информации резко увеличивается, НАТО необходимо пересмотреть свои методы работы в меметическом пространстве. Она понимает проблему, просто не очень хорошо пытается ее решить. Это предполагает переосмысление мышления НАТО и ее государств-членов. НАТО как институт, совместно со своими государствами-членами может начать переосмысление или улучшить его с помощью трех простых шагов.

1. Начать участвовать в социальных сетевых ресурсах

У высшего политического и военного руководства есть определенная нерешительность в отношении активности в социальных сетевых ресурсах. Опасения по поводу конфиденциальности и безопасности вполне реальны. Но это в основном проблема менталитета. В 2018 г. руководители институтов безопасности и стран НАТО/Европейского Союза, а также стран-партнеров собрались в Центре им. Маршалла, чтобы обсудить вызовы в сфере стратегических коммуникаций в XXI веке. В своих дискуссиях руководители НАТО и ЕС обсуждали, как они борются с ложными нарративами в Интернете. Представители НАТО заявили, что для борьбы



В мире мемов захват нарратива и дискредитация противников – это полная коммуникационная победа.

с ложными нарративами по вопросам отношений Россия-НАТО они создали страницу с надписями «Правдивость НАТО» и «НАТО-Россия: Правдивое изложение фактов». Эта страница была прямым ответом на серию российских кампаний рассылки сообщений с использованием методов меметической войны. Помню, я подумал: «Сколько человек из этих руководителей лично активны в социальных сетевых ресурсах? Сколько из них видят, как быстро может работать меметическая война и насколько она эффективна на самом деле?»

В эпоху Твиттер и Instagram необходим новый тип мышления. Казалось, что руководители альянса не понимают, как работают социальные сетевые ресурсы. Например, во время президентской кампании 2016 г. в США среди сторонников тогдашнего кандидата Дональда Трампа через группу Reddit /r/Donald появился мем под названием Pepe the Frog (Лягушка Пепе). Сторонники с огромным успехом присвоили мем, чтобы помочь своему кандидату. В «The New York Times» появилось не менее 20 историй о лягушке Пепе, и создатель Pepe the Frog попытался подать в суд на Интернет-троллей

за нарушение авторских прав. Если вы просто просмотрите комментарии к новостной статье в Интернете, критикующей Россию, Китай или Иран, обнаружите, что они заполнены странными заявлениями, обычно похожими друг на друга, нападающими на статью и пытающимися сформировать нарратив таким образом, чтобы свести на нет журналистику факта. Позже «The New York Times» сообщила, что в предвыборной гонке за места в сенате США в Алабаме между Роем Муром и Дугом Джонсом Национальный комитет Демократической партии провел кампанию под чужим флагом, реплицируя то, что они считали методами российских ботов, для создания быстро распространяющихся в Интернете мемов против Мура, а затем обвиняя Россию в попытках вмешаться в выборы.

Руководителю высшего звена, который не активен в социальных сетевых ресурсах, будет трудно оценить весь эффект этой деятельности. Быть активным – это, по крайней мере, видеть боевое пространство. Я бы сказал, что руководители должны быть активными, но также должен быть слышен их твердый голос в посланиях против ложных кампаний, распространяющих

На этой подлинной фотографии бывший в то время послом США в России Джон Теффт выступает перед журналистами в 2017 г. на том месте в Москве, где два года перед этим был застрелен российский оппозиционер Борис Немцов. Теффт стал жертвой мема, когда его изображение было вставлено в измененную фотографию, чтобы создать впечатление, что он принимал участие в политическом митинге в России, на котором он фактически не присутствовал.

АССОЦИИЭЙТЕД ПРЕСС

«вирусный» контент. Например, проанализируйте, как президент Дональд Трамп или посол США в Германии Ричард Гренелл боролись с ложными нарративами или продвигали истину через свои сообщения. Другими примерами лидеров, использующих этот тип выражения мнения в Интернете, являются бывший вице-премьер Италии Маттео Сальвини, лидер партии «Брексит» Найджел Фарадж в Великобритании и президент Жаир Больсонаро в Бразилии. Список продолжает расти. Примером тому может служить случай, когда посольство США в России воспротивилось публикации измененной фотографии тогдашнего посла США в России Джона Теффта, на которой он якобы присутствовал на митинге оппозиционной партии. В ответ посольство распространило серию явно измененных фотографий, на которых было видно, что Теффт говорит на Луне, на льду во время хоккейного матча и стоит рядом с генералом США Дугласом Макартуром, высадившимся на Филиппинах во время Второй мировой войны. Эти вещи кажутся незначительными, но они устанавливают истинный смысл нарративов и подрывают ложные нарративы. В мире мемов захват нарратива и дискредитация противников - это полная коммуникационная победа.

2. Меметическая война как маркетинг

Специалисты по маркетингу выделяют четыре принципа, необходимые для успеха: сначала необходимо определить стратегию, а только затем тактику, сузить фокус направленности, выделиться среди конкурентов и создать тотальное присутствие в Интернете. Поскольку маркетинг – это область бизнеса, ориентированная в большей степени на наступательное распространение информации в целях создания бизнеса и контроля мнения людей о бизнесе, он хорошо вписывается в меметическую модель. НАТО и другие западные институты безопасности, по-видимому, понимают, что существует пробел в понимании этого нового приема коммуникаций. Но стратегия находится в зачаточном состоянии, и попытки использования Интернета терпят неудачу по разным причинам. Стратегия здесь должна исходить из успешных маркетинговых принципов и из того факта, что НАТО не должна переосмысливать свои меметические сообщения. Каждый набор проблем, каждая кампания распространения информации должны быть разными и зависеть от рынка, на который НАТО пытается выйти, крючка, который она пытается использовать, и всеобщего присутствия, которого она пытается достичь. Поскольку информация в Интернете движется очень быстро, стратегия её распространения должна быть гибкой, с максимальной свободой действий для

тех, кто создает программу её распространения. В этой области коммуникаций НАТО следует создать комитет и не бояться обсуждать способы ведения работы с людьми, которые успешно используют меметические сообщения и/или нанимать таких людей.

В зависимости от типов людей, связанных с распространением мемов, это может иногда быть спорным. Но для общего надзора могут быть привлечены специалисты в области маркетинга, психологии и технологий. Тем не менее, обращение к личностям в сфере социальных сетевых ресурсов было бы абсолютной необходимостью. Чтобы быть ясным — когда я говорю личности, я имею в виду троллей — из Твиттера, Reddit, 4chan и других социальных медиа-платформ. Даже если они не будут использоваться непосредственно в НАТО, их методы должны быть изучены и поняты. Сила мемов в том, что они кажутся органическими, а не продуктом корпораций. Понять, что молодежь Эстонии или Украины находит убедительным в их культурном контексте, будет трудно без исследований и привлечения людей в этих областях. Как указывает Гизеа, троллинг и меметическая война чем-то напоминают партизанскую войну. Так что чем больше НАТО сможет разработать план сбора информации, поступающей снизу, тем лучше.

3. Не бойтесь ошибаться

В 2009 г. НАТО заказала серию видеороликов, посвященных ее 60-летию юбилею, в которых была сделана попытка принять тактику меметической войны, но эти видеоролики не стали «вирусными», как многие ожидали. Госдепартамент США, в ответ на успех онлайн-вербовки ИГИЛ, создал программу «Подумай еще раз, откажись». Но она закончилась без того успеха, на который многие надеялись. По крайней мере, институты пытаются сделать что-то. В области технологий красной нитью проходит теория, что все нужно проверять и всегда продолжать проверять до такой степени, что все ломается. Решающее значение имеет быстрое продвижение, и этот тип мышления может быть противоположен военному и политическому мышлению, которые ценят отточенные и обдуманые коммуникационные стратегии. В Интернете может возникнуть необходимость реагировать на «вирусные» мемы, которые оказывают максимальное воздействие в течение 10 часов или менее.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

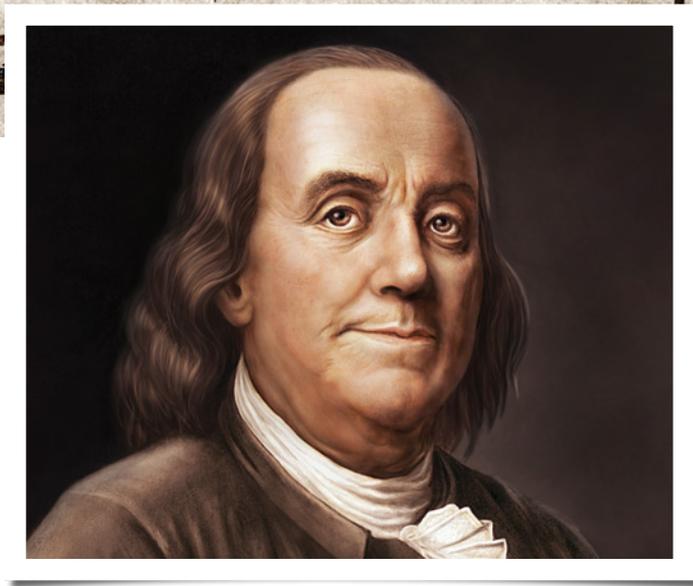
Мемы важны, потому что они направлены на то, чтобы повлиять на наши убеждения. Таким образом, хотя может сложиться впечатление, что мемы это не более чем умные, забавные,



ISTOCK BY GETTY IMAGES

Можно утверждать, что первым создателем мемов в США был Бенджамин Франклин, создавший на лозунге «Присоединяйся или умри» пронзительный образ змеи, разрезанной на куски, каждая часть которой представляла собой американскую колонию.

своевременные сообщения, преследующие цель, не имеющую конкретного итога, существует психологическое воздействие на читателя, которое неизбежно и направлено на изменение убеждений. Изменив наше отношение к меметической войне, развеяв представление о том, что меметическая война это своего рода кибервойна, направленная непосредственно против противника, и приняв, что она, скорее, инструмент для борьбы с пропагандой с помощью достоверной информации, НАТО и государства-члены НАТО могут предпринять шаги для проведения эффективной меметической кампании. Это начинается с выяснения того, где есть пробелы, и поиска тех, кто искусен в этом ремесле и может объяснить эти проблемы. Ключевое значение имеет увеличение ресурсов, а также работа с частными лицами и учреждениями в целях разработки всеобъемлющей



ISTOCK BY GETTY IMAGES

стратегии. Как только такая работа будет завершена, крайне важно предоставить специалистам по мемам гибкость для построения конкретных нарративов и реагирования в темпе функционирования Интернета. Мы не сможем полностью конкурировать с нашими противниками в сфере Интернет-троллинга, потому что они не ограничены нашими нормами, но мы можем понять и построить наши стратегии вокруг этого. Решение сложное, но со временем мы можем стать лучше, работая умнее. □

УПРАВЛЯЯ ТРЕНДАМИ

Информационная война
в социальных сетях

Подполковник Джерред Прайер, ВВС США

ИЛЛЮСТРАЦИЯ PER CONCORDIAM



Преобразование социальных сетей в инструмент современной войны не должно вызывать удивления. Интернет-технологии стали отвечать нуждам войны века информации примерно в 2006 г. с зарождением технологии Web 2.0, которая позволяла пользователям Интернета создавать контент вместо того, чтобы просто использовать материал в режиме онлайн. Сегодня люди могут не только выбирать и читать только то, что для них важно, но и использовать средства для создания новостей, основанных на их собственных взглядах. Социальная природа людей в конечном итоге привела к созданию виртуальных сетей. Таким образом, традиционные медийные формы были вынуждены уступить дорогу более адаптивным формам коммуникаций. Противники США быстро нашли пути использования открытости Интернета в своих целях, со временем разработав методы применения социальных медийных сетей в качестве инструментов распространения пропаганды. Социальные сети стали местом для вброса пропаганды и центром информационных операций и кибервойны. Чтобы понять это, мы должны проанализировать важную концепцию тренда социальных сетей и рассмотреть основополагающие элементы пропаганды. Также важны процесс распространения новостей в социальных сетях, особенно распространение «фейковых» новостей, и пути проникновения пропаганды в основные медийные платформы.

Твиттер, Фейсбук и другие сайты социальных сетей с использованием определенного алгоритма анализируют слова, фразы и хештеги и создают список тем, отсортированных в порядке популярности. Этот «список трендов» является быстрым способом просмотреть наиболее обсуждаемые темы на данный момент. Как указывается в докладе «Тренды в социальных сетях: стойкость и исчезновение», подготовленном в 2011 г. Корнельским университетом, трендовая тема «привлекает внимание большой аудитории на короткое время» и тем самым «способствует созданию нужных вопросов для обсуждения». Используя существующие онлайн-сети в сочетании с аккаунтами автоматических ботов (автономных программ, которые могут взаимодействовать с компьютерными системами или пользователями), заинтересованный человек может вставить пропаганду в платформу социальной сети, создать тренд и распространить сообщение быстрее и дешевле, чем при помощи любого другого средства. Социальные сети способствуют распространению нарратива за пределы отдельного социального кластера истинных сторонников путем управления трендом.

Этот процесс строится на четырех факторах:

1. Сообщение, которое соответствует существующему,

- пусть и расплывчатому, нарративу
2. Группа истинных сторонников, предрасположенных к восприятию этого сообщения
 3. Относительно небольшая группа заинтересованных людей или «кибербойцов»
 4. Сеть аккаунтов автоматизированных ботов

Существующий нарратив и поддерживающие его истинные сторонники имеют внутреннее происхождение, так что любая пропаганда, чтобы попасть в их сеть, должна соответствовать этому нарративу. Кибергруппа обычно отвечает за изготовление специального сообщения для распространения. Затем эта группа создает видеоматериалы, мемы или «фейковые» новости, зачастую вступив в тайный сговор с истинными сторонниками. В целях эффективного распространения пропаганды истинные сторонники, кибергруппа и сеть ботов объединяют усилия, чтобы управлять трендом. Таким образом, противник может оказывать влияние на население, используя набор пропагандистских приемов, в основном через социальные сети в сочетании с источниками новостей в режиме онлайн и традиционными СМИ.

Через Твиттер вы можете в режиме реального времени поделиться идеей или событием с кем угодно в мире. Тренд может распространять сообщения широкому кругу пользователей за пределами вашей обычной социальной сети. Более того, недоброжелатели могут использовать тренды для распространения сообщения, используя многочисленные формы СМИ на многочисленных платформах, с одной единственной целью протолкнуть это сообщение в основные медийные источники. Управление трендами является очень эффективным методом распространения информации, посредством которого, как отмечалось в одной статье в газете «The Guardian» в феврале 2017 г., «вы можете взять существующую трендовую тему, такую как «фейковые» новости, и затем превратить ее в оружие. И вы можете обратить это оружие против СМИ, которые разоблачили эти «фейковые» новости». Поскольку Твиттер является платформой, где люди делятся идеями, то он очень популярен среди тех, кому надо быстро распространить информацию, особенно среди журналистов и академических работников. Однако, в последние годы к услугам Твиттер стали прибегать и злоумышленники, стремясь получить те же самые выгоды. В одно время группировки типа Аль-Каиды предпочитали создавать вебсайты, а сейчас «появился Твиттер как онлайн-новое приложение, которое террористы предпочитают больше всего, даже больше, чем созданные ими вебсайты или Фейсбук», - отмечает Габриэль Вейманн в своей книге «Терроризм и киберпространство: следующее поколение».

Три метода помогают контролировать трендовые темы в социальных сетях: распространение трендов, похищение трендов и создание трендов. Первый метод относительно простой и требует наименьших затрат ресурсов. Распространение тренда – это просто приложение сообщения к каждой трендовой теме. Например, кто-то в Твиттере поместил фотографию президента с сообщением в форме мема – стилистического приема, прилегающего к фото – или видеоматериалу юмористическое сообщение, понятное людям, принадлежащим к определенной культуре, вместе с не имеющим отношения к теме хештегом #SuperBowl. Любопытно, кто нажмет на этот список трендов, ожидая увидеть что-то, относящееся к футболу, увидит мем, который не имеет никакого отношения к футбольному матчу. Похищение трендов требует больше ресурсов или в виде увеличенного числа последователей, распространяющих сообщение, или в виде сети ботов, предназначенных для автоматического распространения сообщений. Из всех трех методов захвата управления трендами именно создание тренда требует наибольших усилий. Оно требует или финансовых инвестиций в раскручивание тренда, или знания обстановки вокруг темы в социальных сетях и, скорее всего, наличия сети нескольких аккаунтов автоматических ботов. В 2014 г., согласно оценке Твиттера, только 5% его аккаунтов были ботами; сегодня этот показатель возрос до 15%. Некоторые аккаунты представляют собой «новостные боты», которые пересылают трендовые темы. Некоторые аккаунты преследуют рекламные цели и стремятся доминировать в переписке, чтобы получать деньги путем нажатия на ссылки. Некоторые боты являются троллями, которые, как и человеческая версия онлайн-тролля, шлют твит, чтобы прервать обычную безобидную переписку.

Для злоумышленников, стремящихся оказывать

влияние на население при помощи трендов в социальных сетях, наилучшим способом является создание сети аккаунтов ботов, запрограммированных на передачу твитов через различные интервалы времени, на реагирование на конкретные слова или на пересылку твита по указанию мастер-аккаунта. Рисунок 1 в общих чертах дает представление о сети ботов. Вверху цепочки находится небольшая ключевая группа. Эта группа состоит из управляемых человеком аккаунтов с большим количеством последователей. Как правило, аккаунты – это «кибербойцы» противника или истинные сторонники с большим числом последователей. Под ключевой группой расположена сеть ботов. Боты склонны к тому, чтобы следовать друг за другом и за ключевой группой. Внизу под сетью ботов находится группа, состоящая из истинных сторонников, у которых нет большого числа последователей. Эти управляемые человеком аккаунты являются частью сети, но они похожи на аутсайдеров из-за более слабых связей между аккаунтами. У группы в самом низу цепочки нет большого количества последователей, но они следуют за ключевой группой, иногда за аккаунтами ботов и редко друг за другом.

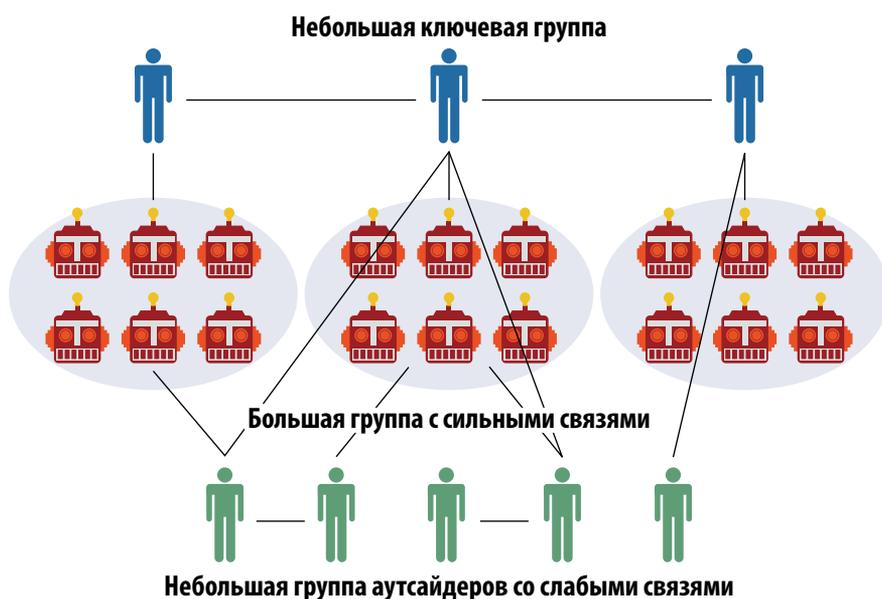
Достаточное количество совместно работающих ботов могут быстро начать тренд или поглотить тренд, но сами аккаунты ботов могут только соединить перемычкой структурный разрыв между сетями, но не могут полностью изменить нарратив. Для изменения нарратива – проведения эффективной операции влияния – требуется, чтобы группа объединила хорошо скоординированную бот-кампанию с важными элементами пропаганды.

БАЗОВЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОПАГАНДЕ

Чтобы пропаганда работала, ей необходим предварительно существующий нарратив, на котором она будет

строиться, а также сеть истинных сторонников, которые уже согласны с изложением основополагающей темы. Социальные сетевые платформы помогают пропагандистам распространять сообщения через созданную сеть. Человек склонен верить информации в социальных сетях, поскольку люди, последователем которых он стал, делятся с ним материалами, соответствующими его существующим убеждениям. Этот человек, в свою очередь, скорее всего, будет делиться информацией с другими в своей сети, с другими единомышленниками и с теми, кто предрасположен к восприятию содержания его сообщений. После многочисленной пересылки информации, конкретная социальная сеть начинает воспринимать пропагандистское сообщение как факт. Однако, до этого момента

Рисунок 1. Схема сети ботов. Источник: Подполковник Джерред Прайер, ВВС США



последствия еще пока носят относительно локальный характер.

Наиболее эффективные пропагандистские кампании не ограничиваются только теми, кто предрасположен к восприятию содержания пропагандистских сообщений. По большому счету, пропагандой пропитана вся наша повседневная жизнь, и те, кто стал ее жертвами со стороны массивной медийной кампании, так никогда полностью и не поймут, что они не до конца самостоятельно пришли к определенным убеждениям. Уже в наше время пример такого феномена мы наблюдали во время т.н. «Арабской весны», когда распространяемая через Фейсбук пропаганда «помогала среднему классу египтян осознавать, что испытывают разочарование не они одни», пишет Томас Рид в своей работе «Кибервойны не будет». Короче, пропаганда легче усваивается человеком, когда все вокруг него разделяют те же самые эмоции по поводу конкретного предмета обсуждения. Иными словами, пропаганда создает эвристику, являющейся способом упрощения сознанием человека процесса решения проблемы, полагаясь на быстро доступную информацию. В своей работе «Процесс мышления – быстрый и медленный» Даниэль Кахнеман поясняет, что эвристика расценивает количество, частоту и свежесть полученной информации как более значимый фактор, нежели источник информации или ее достоверность. По сути, сознание создает «кратчайший путь» к пониманию, основываясь на всей или наиболее свежей информации, поскольку так эту информацию легче запомнить. Линии на Рисунке 2 изображают процесс формирования краткосрочных мнений, где жирные стрелки влияют на окончательное мнение сильнее, чем тонкие стрелки. Обведенные кругом прямоугольники обозначают обстоятельства, при которых пропаганда проникает в сознание человека.

Рисунок 2. Модель варианта индивидуального мнения

Источник: Алан Монро, «Общественное мнение в Америке»

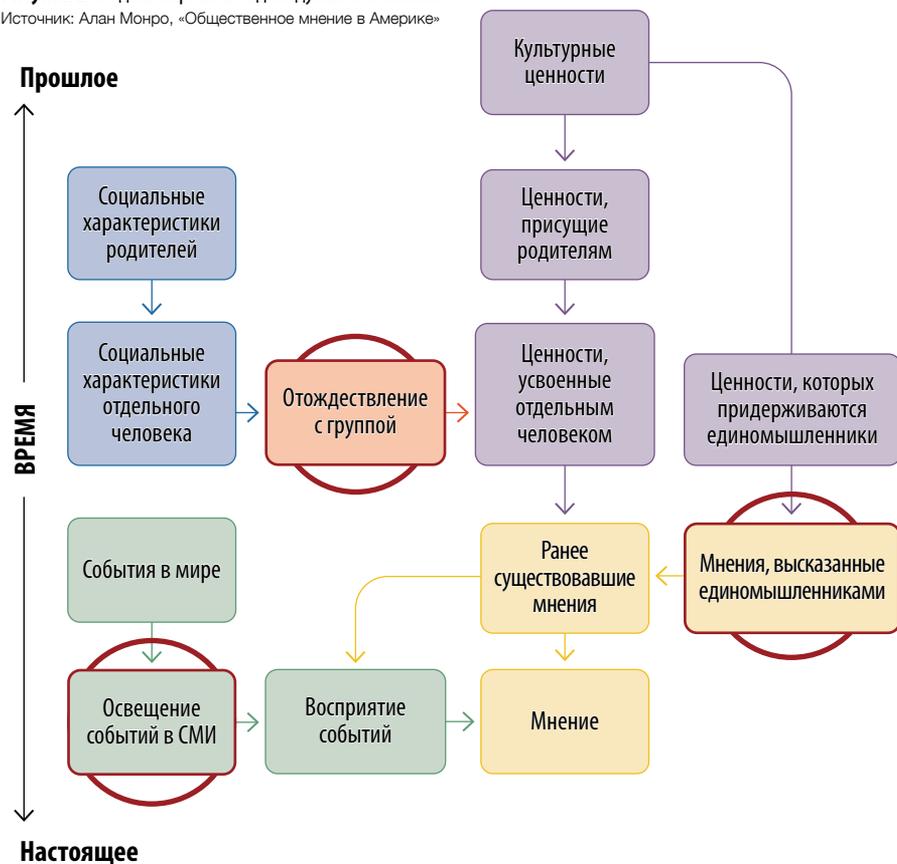


Рисунок 3. Как распространяется пропаганда посредством тренда

Источник: Подполковник Джерред Прайер, ВВС США



Как объяснялось выше, средства массовой информации способствуют быстрому распространению пропаганды, что, в свою очередь, подпитывает эвристику. При помощи Интернета сознание среднестатистического человека заполняется максимально возможным дневным объемом информации, что способствует пропаганде.

Один из основных принципов пропаганды состоит в том, чтобы сообщение находило отклик у целевой аудитории. Когда люди получают информацию, соответствующую их набору убеждений, предвзятость эту информацию подтверждает, и люди воспринимают пропаганду. Если информация за пределами их сети, люди сначала могут отвергнуть полученное сообщение, но затем большой объем информации может привести к эвристике. Со временем пропаганда становится нормой, и в нее даже начинают верить. Пропаганда подтверждается, когда «фейковое» новостное сообщение появляется в основных медийных источниках, которые стали зависимыми от социальных сетей в части распространения и получения новостей. Рисунок 3 показывает процесс проникновения пропаганды в сеть, которая не предрасположена к благосклонному восприятию данного сообщения. Эта внешняя сеть представляет собой группу, идеологически противоположную группе истинных сторонников. Такая внешняя сеть, скорее всего, знакома с существующим нарративом, но не обязательно согласна с основополагающими убеждениями, поддерживающими нарратив.

Управление трендами сделало возможным создавать «брендспойт информации» для современной модели пропаганды, что в любой момент позволяет введение живых нарративов. Трендовые материалы создают иллюзию реальности, которую иногда передают в своих репортажах даже журналисты. Поскольку неправда может распространяться очень быстро, Интернет в начале 1990-х гг. посредством распространения слухов, представляемых в качестве достоверных новостей, создал «как умышленную, так и непреднамеренную пропаганду», о чем пишут Гарт Джоветт и Виктория О’Доннелл в своей работе «Пропаганда и убеждение». Превращение со временем такого типа слухов в норму в сочетании со скоростью и объемом новых ложных нарративов в социальных сетях открывает путь «фейковым» новостям.

Эвристика и мощный поток дезинформации могут медленно менять мнение людей по мере того, как пропаганда проходит через сети в форме тренда, но сила влияния, скорее всего, будет минимальной, если только оно не исходит из источника, который покажется заслуживающим доверия человеку, ранее не верившему этим сообщениям. Человек может видеть пропаганду, но все же сомневаться в достоверности информации, пока не прибегнет к заслуживающим доверия источникам, чтобы проверить правдивость этой информации.

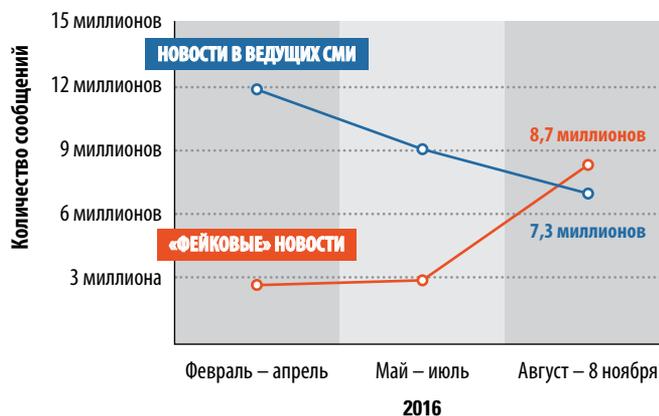
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИЙНЫЕ ПЛАТФОРМЫ

По мере расширения использования социальных медийных платформ пользователи стали уютно устраниваться

в рамках выбранных ими самими определенных групп, а это означает, что новости и взгляды распространяются почти исключительно среди единомышленников. В сетевой терминологии этот групповой феномен называется гомофилией. В упрощенном виде это соответствует поговорке «Рыбак рыбака видит издалека». Гомофилия в рамках социальных медийных платформ создает ауру компетентности и доверия – факторов, которых бы не было при нормальных условиях. Люди с большей готовностью верят в ту информацию, которая соответствует их мировосприятию. Как считают Джоветт и О’Доннелл, после того, как установлена достоверность источника в какой-то одной области информации, существует тенденция считать этот источник экспертом также и в других областях, даже если эти другие области не имеют ничего общего с первоначальной сферой, в которой источник считался компетентным. В конце концов, как написал Том Хаши в декабре 2016 г. в материале на вебсайте War on the Rocks, эта «эхокамера» может привести к сценарию, при котором мнение вашего друга «окажется таким же источником тщательного анализа нюансов американской внешней политики в отношении Ирана, как и выкладки специалистов по этому региону, экспертов в области контроля над вооружениями или журналистов, консультирующих Госдепартамент».

Если социальные медийные платформы способствуют развитию самоукрепляющихся сетей единомышленников, то как может пропагандистское сообщение проходить через сети, в которых нет пересекающихся узлов? Эта связь между сетями основывается только на этой единственной теме, и ее легко убрать. Таким образом, чтобы использовать социальные медийные платформы в качестве эффективного инструмента пропаганды, противник должен использовать в своих интересах элемент социальной медийной платформы, который позволяет осуществлять крупномасштабный обмен данными между сетями: список трендовых тем. Тренды видны всем.

Рисунок 4. Общее количество сообщений в Фейсбук по поводу 20 наиболее важных новостей на тему выборов в США в 2016 г.



Источник: Подполковник Джерред Прайер, ВВС США

Независимо от того, кто чьим последователем является на отдельно взятой социальной медийной платформе, все пользователи видят считающиеся наиболее популярными в данный конкретный момент темы, алгоритмически генерируемые самой платформой. Эта глобальная видимость неизбежна, что приводит к тому, что «популярные темы способствуют коллективной информированности относительно того, что сейчас в тренде, а также иногда могут влиять на общественные намерения», говорится в исследовании Корнельского университета. Таким путем трендовая тема может ликвидировать разрыв между кластерами в социальных сетях. Злоумышленник может быстро распространить пропаганду, вставив нарратив в список трендов. Сочетание сетевой структуры социальных медийных платформ, пропаганды и доверия к непроверяемым онлайн-источникам информации дает абсолютно лживым сообщениям возможность влиять на формирование общественного сознания.

«Фейковая» новость не просто состоит из фальшивого заголовка, невнятного вступительного параграфа и самого сообщения, основанного на недостоверных источниках; это особая форма пропаганды, представляющая живую историю в виде новостного сообщения. В социальных СМИ это явление становится особенно опасным из-за широкого распространения лживых сообщений, превращенных в сенсации. Впечатляющим примером «фейковых» новостей в социальных СМИ можно считать новостные сообщения, распространяемые в Фейсбук во время президентских выборов в 2016 г. По данным BuzzFeed, сообщение о том, что папа римский поддержал кандидатуру Дональда Трампа, переслали более 1 млн. раз только на Фейсбук, не говоря уже о распространении этого сообщения в Твиттере. Источником сообщения был считающийся патриотическим американский блог Ending the Fed, вебсайт, поддерживаемый румынским бизнесменом Овидиу Дробота. «Фейковые» новости с этого и других сайтов в конце 2016 г. получили больше пересылок, чем традиционные основные новостные источники (см. Рисунок 4).

Важно осознавать, что эти «фейковые» новости увидело гораздо большее количество людей, чем зарегистрированное количество «пересылок». Со временем некоторые люди начинают считать источники «фейковых» новостей достоверными, и по мере того, как они все больше доверяют этим источникам, они меньше доверяют легитимным источникам новостей.

РОССИЯ: МАСТЕРА МАНИПУЛЯЦИЙ

Для России информационная война не является чем-то новым. Еще во времена Советского Союза использовались такие приемы как активные мероприятия и дезинформация. Согласно докладу Госдепартамента о действиях советского руководства в информационной войне, выпущенному в 1987 г., «активные мероприятия отличаются как от шпионажа и контрразведки, так и от традиционной дипломатической и информационной деятельности. Цель активных мероприятий в том, чтобы оказывать влияние

на мнения и/или действия отдельных людей, правительства и/или общественности». Иными словами, советские агенты старались вставить пропаганду в существующий нарратив, чтобы очернить страны или отдельных людей. Как однажды пояснил отставной генерал КГБ Олег Калугин, активные меры предназначены для того, чтобы «вбить клин в западные альянсы всех видов, особенно НАТО, посеять разногласия между союзниками, ослабить США в глазах народов Европы, Азии, Африки и Латинской Америки, и таким образом подготовить почву на случай войны». Известный специалист по России Майкл Вайс отмечает: «Наиболее распространенной подкатегорией активных мероприятий является дезинформация: она представляет большую опасность, если изготовленная в московском центре и выглядящая правдоподобной ложь вставляется в надежный медийный источник с целью опорочить демократические государства».

В распоряжении российских троллей есть целый набор государственных ресурсов, включая поддержку со стороны обширной разведывательной сети. В числе имеющихся инструментов также канал RT («Russia Today») и «Спутник» – финансируемые Кремлем телевизионные новостные сети, вещающие на весь мир на многих языках. Прежде чем тролли начнут действовать в социальных СМИ, хакеры из числа «кибербойцов» сначала передают похищенную информацию Wikileaks, которая, по мнению бывшего в то время директором ЦРУ Майка Помпео, является «негосударственной враждебной разведслужбой, поддерживаемой такими государственными субъектами как Россия». Пользуясь терминами разведсообщества, можно сказать, что Wikileaks выполняет роль «ширмы» для российских разведывательных операций – разведывательная информация распространяется через организацию, которая к разведке не имеет никакого отношения. Аналогичным образом в 1980-е гг. в Советском Союзе разведслужбы использовали университеты для публикации материалов пропагандистской направленности. Затем тролли получают управление трендом, распространяя похищенную информацию через Твиттер, для достоверности ссылаясь при этом на Wikileaks и RT. Это невозможно было бы осуществить без существующей в Америке сети истинных сторонников, добровольно распространяющих такие сообщения. Российские тролли и аккаунты ботов также усиливают голоса истинных сторонников. Затем совокупный эффект российских и американских аккаунтов в Твиттере получает управление трендами и распространяет дезинформацию по сетям.

РАСКОЛ И ХАОС

Одна такая новостная «утка» в Твиттере оказалась особенно эффективной во время расовых волнений в студенческом городке Университета штата Миссури. Вечером 11 ноября 2015 г. хештег #PrayforMizzou стал трендом в Твиттере в результате протестов на расовой почве на территории университета, который в разговорной речи студентов назывался Mizzou. Однако, внутри хештега стала развиваться «новость» о том, что

по университетскому городку и по прилегающему к нему городу Колумбия маршируют члены расистской организации Ку-клукс-клан, изменяя значение этого хештега, и сделала его самым первым в списке трендов. Пользователь с сетевым именем «Jermaine» (@Fanfan1911) предупреждал жителей о том, что «вместе с ку-клукс-клановцами маршируют полицейские! Они избили моего младшего брата! Берегитесь!». В твит была включена фотография чернокожего ребенка, лицо которого было покрыто синяками; этот твит переслали сотни раз. «Jermaine» и небольшое число других пользователей продолжали слать и пересылать твиты с фотографиями и сообщениями о действиях Ку-клукс-клана и неонацистов в г. Колумбия, критикуя СМИ за то, что они не дают репортажи о том, как расисты устроили беспорядки в студенческом городке.

Анализ последователей «Jermaine» и последователей этих последователей показал, что авторы первоначальных посланий следовали друг за другом и пересылали твиты друг друга, и что их твиты были пересланы автоматически примерно 70 ботами, используя механизм рассылки тренда, который задействовал все трендовые хештеги, бывшие в то время в их твитах, а не только хештег #PrayforMizzou. Распределенные равномерно и пересылаемые реальными людьми, следящими за хештегом Mizzou, твиты через несколько минут стали исчисляться тысячами, и среди них были твиты президента университетского совета студентов, а также местных и общенациональных новостных сетей, которые, поддавшись обману, поддерживали лживый нарратив. Эта провокация прошла гладко и избежала алгоритмов, созданных Твиттером, чтобы отлавливать рассылки при помощи ботов, в основном потому, что хештег Mizzou использовался за пределами этой атаки. Нарратив, установленный как тренд, был похищен, и вместо него была запущена новостная «утка».

Вскоре после кампании дезинформации в Университете штата Миссури, @Fanfan1911 поменял свое сетевое имя с Jermaine на «FanFan», а профильную фотографию чернокожего мальчика поменял на фото немецкого железного креста. В течение следующих нескольких месяцев FanFan слал твиты на немецком языке о сирийских беженцах, а также сообщения, направленные против исламских стран, против Европейского союза и против канцлера Германии Ангелы Меркель. Апогеем стали сообщения о том, как в канун нового 2016 г. беженцы из мусульманских стран насиловали женщин. Некоторые из этих сообщений были лживыми, включая нашумевшее дело о 13-летней девочке из семьи выходцев из России, живущей в Берлине, которая сделала ложное заявление о том, что она была похищена и изнасилована беженцами.

Опять-таки, в этом нарративе доминировала российская пропаганда. Как и в предыдущие кампании по дезинформации в Твиттере, российские тролли смогли распространить дезинформацию, используя в своих целях исходный страх людей и существующий нарратив. Они использовали механизм похищения тренда одновременно с вещанием RT. Пытаясь привлечь больше внимания европейских СМИ к российскому нарративу,

направленному против Меркель, российский министр иностранных дел Сергей Лавров обвинил германские власти в «политически корректном покрывании» виновных в деле русской девочки. При содействии натиска со стороны российской пропаганды антииммиграционный нарратив начал распространяться также и традиционными европейскими СМИ.



Женщина устанавливает табличку в поддержку пиццерии в Вашингтоне после того как «фейковые» новости побудили мужчину зайти в этот ресторан и выстрелить из винтовки. Мужчина объяснил полиции, что решил «самостоятельно расследовать» теорию заговора, согласно которой Хиллари Клинтон руководила из этой пиццерии подпольным синдикатом детского секс-рабства. АССОШИЭЙТЕД ПРЕСС

ВМЕШАТЕЛЬСТВО В ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ВЫБОРЫ 2016 г.

Как указано в докладе канцелярии Директора национальной разведки США о российском влиянии на президентские выборы 2016 г., «Кампания по оказанию влияния, организованная Москвой, следовала информационной стратегии, в которой сочетаются тайные разведывательные операции, такие как деятельность в киберпространстве, и открытые усилия российских правительственных учреждений, финансируемых государством СМИ, посредников и оплаченных пользователей социальных медийных платформ или «троллей»». Российская пропаганда легко вплеталась во взгляды сетей «alt-right» и сторонников американского сенатора Берни Сандерса в левом крыле Демократической партии. В сентябре 2016 г. в своей речи кандидат в президенты Хиллари Клинтон назвала половину сторонников кандидата Трампа «жалким сборищем», заявив при этом, что вторая половина его сторонников – это люди, которых система выбросила и которые нуждались в поддержке и сочувствии. Нарратив быстро изменился после того, как сторонники Трампа стали в социальных СМИ давать себе сетевые имена «жалкий» или «сборище».

До появления комментария о «жалком сборище» российские тролли в основном использовали алгоритм для быстрого ответа на твит Трампа, четко выделяя свои твиты сразу под твитами Трампа, как только

пользователь нажимал на твит Трампа. После выступления Клинтон пользователю Твиттера нужно было только ввести в строку поиска «жалкие» и тут же получить доступ к сети последователей, насчитывающих от 3 до 70 тыс. человек. И снова имя FanFap было изменено – теперь это было «Жалкая Люси» (Deployable Lucy) – а на профильной фотографии была изображена белая женщина средних лет с логотипом Трампа в нижней части фотографии. Число последователей FanFap возросло за несколько дней с 1 тыс. до 11 тыс. человек. Его первоначальная сеть, существовавшая во время событий в Университете штата Миссури и информационных кампаний в Европе, также претерпела изменения: следы его сторонников привели к той же группе людей в той же сети, только теперь все они определялись брендом «жалкие» (Deployable). Короче говоря, теперь они были настроены в унисон с широкой сетью других российских троллей, действительных американских граждан и аккаунтов ботов из двух стран в Твиттере, внезапно облегчив отбор трендов в соответствии с тематикой. Российские тролли могли использовать тактику твитов ботов и похищения хештегов, к которой прибегали ранее, только теперь они обладали возможностью создавать тренды.

Одновременно с реализацией стратегии по сокрытию антитрамповских комментариев в Твиттере, Wikileaks начали публиковать украденную электронную переписку Джона Подесты, руководителя предвыборной кампании Клинтон. Сама по себе переписка не выявила ничего действительно противоречивого, но мощный нарратив, созданный трендовым хештегом, свел воедино переписку Подесты с использованием Клинтон частного почтового сервера в то время, когда она занимала пост госсекретаря. Кроме того, нарратив о переписке Подесты превратил рутинные вопросы в темы для скандалов. Наиболее популярная тема: дискредитировать крупные СМИ, превратив историю с электронной перепиской в теорию заговора, согласно которой СМИ пытались исказить результаты выборов в пользу Клинтон. Нарратив о коррупции также затронул и Национальный комитет Демократической партии, сервер которого ранее в том же году взломали российские хакеры. Об этом говорится в докладе канцелярии Директора национальной разведки США и в сообщениях Wikileaks. В одном из украденных электронных писем Подесты содержалось приглашение на вечеринку дома у друга, в котором говорилось, что будет заказана пицца в пиццерии Comet Ping Pong, а дети смогут поиграть в бассейне. Это было превращено «фейковыми» новостями в теорию заговора (#PizzaGate), предполагавшую, что это письмо было закодированным приглашением на секс-вечеринку педофилов. Это побудило одного мужчину, вооруженного винтовкой AR-15, отправиться в пиццерию Comet Ping Pong освобождать детей из лап подпольного синдиката детского секс-рабства.

Новостная «утка» #PizzaGate вместе с другими ложными и полуправдивыми нарративами стали распространяемым явлением в СМИ правого толка, стремящихся показать аморальность Клинтон и ее соратников.

Довольно часто крупные медийные платформы уделяют неоправданно большое внимание истории с сомнительным происхождением, публикуемой под ложным предлогом, таким образом повышая степень доверия к «фейковым» новостям; однако, «утка» с #PizzaGate последовала за общим пропагандистским нарративом о том, что СМИ пытались скрыть правду, и что правительство так и не провело расследование преступлений. Этот тренд стал настолько сенсационным, что традиционные медийные платформы также решили освещать историю с перепиской Подесты, и это повысило степень доверия к «фейковым» новостям и сопутствующим теориям заговора, проталкиваемым в онлайн-режиме сетью Deployable Network. Публикация Wikileaks переписки Подесты стало пиком российского управления трендами во время выборов 2016 г. Почти каждый день #PodestaEmail в составе тренда новой порции якобы скандальной похищенной переписки попадал в сообщения основных медийных платформ.

Мой анализ показал, что в сеть ботов входило от 16 тыс. до 34 тыс. аккаунтов. Сплоченность группы показывает, как скоординированные действия могут создать тренд таким образом, каким его не смогла бы создать менее сплоченная сеть. Для проведения кибератак с использованием социальных СМИ в ходе информационной войны, организация должна иметь обширную сеть аккаунтов ботов для получения управления трендом. С неизвестными переменными, такими как последствия «фейковых» новостей, истинные результаты российских операций по оказанию влияния, скорее всего, так никогда и не станут известными. Как сказал философ Жак Эллул, эксперименты по измерению эффективности пропаганды никогда не дадут верного результата, поскольку тесты «не в состоянии воспроизвести реальную ситуацию с пропагандой».

Адриан Чен, репортер газеты «The New York Times», первым обнаруживший сеть троллей в Санкт-Петербурге в 2015 г., летом 2016 г. вернулся в Россию. Российские активисты, у которых он брал интервью, утверждали, что их целью «было не «промыть мозги» читателям, а наводнить социальные медийные платформы лживым контентом, сея сомнения и страх и разрушая возможность использования Интернета как демократического пространства». «Фабрика троллей» использовала похожий прием для того, чтобы заглушить антипутинские тренды в российских социальных СМИ. В докладе Исследовательской службы Конгресса США, опубликованном в январе 2017 г., кратко изложены цели и результаты операции российских троллей: «Киберинструменты также использовались [Россией] для создания психологического эффекта в американском обществе. В числе возможных побочных эффектов этой деятельности – подрыв доверия к публикуемой информации, внесение разногласий и сомнений в американское общество относительно достоверности отчетов американских разведслужб и возникновение вопросов относительно самого демократического процесса».

Для России информационная война – это специализированный вид войны, и современные инструменты превращают социальные СМИ в оружие. Как считает один бывший высокопоставленный сотрудник администрации Обамы, русские рассматривают информационную сферу как среду ведения войны в пределах конфликта переменной интенсивности, который постоянно существует между США и Россией. Такая постановка вопроса рассматривалась на конференции по вопросам национальной безопасности России «Инфофорум–2016», на которой один из ведущих советников Кремля Андрей Крутских сравнил российскую информационную войну с ядерной бомбой, которая «позволит России разговаривать с американцами на равных», имея ввиду такой же эффект, который имело испытание советской атомной бомбы в 1949 г.

БУДУЩЕЕ СОЦИАЛЬНЫХ СМИ, ПРЕВРАЩЕННЫХ В ОРУЖИЕ

Кампании по очернению противника существуют столько же, сколько существует политика, однако, новаторские методы, которые стали применяться не так давно, стали заслуживать доверия после трендовых нападений в Твиттере. Нападения, часто замаскированные под кампании «правдоискателей», придают простым политическим действиям скандальный характер. Так же, как и было в случае с публикацией электронной переписки Подесты, несколько политиков и крупных бизнесменов в разных странах мира стали жертвами такого вида нападений.

Вспомните нападение северокаорейских хакеров на Sony Studios в 2015 г. Негативные последствия для компании имела не столько сама хакерская атака, сколько публикация щекотливых электронных писем старших руководителей Sony, а также информация о зарплате каждого сотрудника. Возмущение по поводу этих писем захлестнуло социальные медийные платформы, причем часто оно подогревалось пикантными

историями, как, например, репортажем RT под заголовком «Утечка переписки Sony показывает, на что идут богатые сотрудники компании, чтобы устроить своего ребенка в привилегированный американский университет». В результате, Sony уволила высокопоставленную сотрудницу компании из-за содержания ее переписки. Еще один пример – в мае 2017 г. девять гигабайтов электронной переписки, похищенной у сотрудников Эммануэля Макрона во время его борьбы за пост президента Франции, были выставлены в интернете и подтверждены Wikileaks. Как следствие этого хештег #MacronLeaks стал трендом номер один по всему миру. Эта операция по оказанию влияния напоминает кампанию #PodestaEmail, причем в обоих случаях некоторые исполнители были одни и те же. За несколько недель до выборов во Франции многие аккаунты в Deplorable Network поменяли свои названия для того, чтобы поддержать оппонента Макрона Марин Ле Пен. Эти аккаунты слали твиты в основном на английском языке и все еще были вовлечены в американские политические темы наряду с французскими. Некоторые аккаунты также слали твиты на французском языке, и некоторые франкоязычные аккаунты ботов использовали те же самые методы, что и Deplorable Network, чтобы запустить управление трендом.

В своей книге «Спустившись с гор» Давид Килкуллен описывает будущее, состоящее из крупных прибрежных городских районов, полных связанных между собой потенциальных опасностей. Это может привести к двойным последствиям. Во-первых, сети негосударственных злоумышленников могут объединиться, чтобы похищать социальные СМИ. Хотя у этих групп, возможно, и не будет достаточно потенциала, чтобы создать глобальные тренды, они точно смогут внести хаос с меньшим количеством, похищая тренды и создавая местные тренды. Обладая минимальными ресурсами, небольшая группа может создать сеть ботов для распространения своего

Таблица 1. Тематическое исследование: влияние России на выборы 2016 г. в США. Источник: Подполковник Джерред Прайер, ВВС США

ТИПЫ	ПРИМЕРЫ
Пропагандистские нарративы	<ul style="list-style-type: none"> • Все, что дискредитирует Хиллари Клинтон • Новостные СМИ скрывают информацию • Политики фальсифицируют систему • Глобальная элита пытается разрушить мир • Беженцы – это террористы • В российской внешней политике силен компонент борьбы с терроризмом • Демократы и отдельные республиканцы хотят развязать Третью мировую войну с Россией
Истинные сторонники	Alt-right, некоторые сторонники Берни Сандерса, последователи InfoWars и Breitbart, пользователи 4Chan и /pol/
«Кибербойцы»	Хакеры и профессиональные тролли
Сети ботов	Обширные сложные сети аккаунтов опытных «кибербойцов» и истинных сторонников создают «Deplorable Network»

сообщения. Во-вторых, большое количество людей с доступом к социальным медийным платформам подвержено влиянию пропаганды, распространяемой в режиме онлайн. В этом случае государственные субъекты могут начать действовать по российскому учебнику. Скорее всего, Россия будет продолжать доминировать на этом новом поле боя. У нее есть разведывательный потенциал, хакеры, тролли из числа «кибербойцов», обширные сети ботов, государственные новостные сети с глобальной аудиторией и уже сложившиеся сети в тех странах, против которых Россия планирует совершить нападение через социальные СМИ. Что крайне важно, у русских уже есть опыт в распространении пропаганды. После американских выборов 2016 г. российские тролли стали пытаться оказать влияние на выборы в европейских странах. Они активно действовали во Франции, на Балканах и в Чехии, используя активные мероприятия и принудительные сообщения в социальных СМИ, о чем пишет Энтони Файола в статье в газете «The Washington Post», опубликованной в январе 2017 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пропаганда является мощным инструментом, и при ее эффективном использовании можно манипулировать большими массами населения. Использование социальных медийных платформ для получения управления трендами делает распространение пропаганды государственными и негосударственными субъектами легким, как никогда ранее.

К счастью, компании социальных сетей предпринимают шаги по борьбе с злоумышленниками. Фейсбук повышает уровень информированности пользователей относительно «фейковых» новостей и разработал процедуры удаления ссылок со своего вебсайта. Твиттер начал осмотрительно удалять сомнительные тренды в течение нескольких минут после того, как у них начинал наблюдаться рост популярности. Однако, противник адаптируется, и тролли в Твиттере пытаются восстановить свой контроль над трендом, умышленно делая ошибки в названии предыдущего тренда, изъятого из обращения.

Меры, предпринятые Фейсбук и Твиттером, важны для предотвращения войн в информационной среде. Тем не менее, у Твиттера будут сохраняться проблемы с похищением трендов и сетями ботов. Как было показано в случае с #PrayforMizzou, реальные события, происходящие по всему миру, будут сохранять популярность, поскольку простые доброжелательные пользователи хотят иметь возможность обсуждать различные вопросы. Убрав функцию трендов, можно прекратить использование социальных сетей в качестве оружия, но при этом снизится ценность пользования Твиттером. Удаление аккаунтов ботов имело бы такой же эффект, поскольку это почти уничтожило бы возможность создания трендов. К сожалению, это нанесло бы серьезный удар по рекламным агентствам, которые в поступлении доходов от своей продукции зависят от Твиттера.

Во время как компании социальных сетей пытаются

сбалансировать интересы их бизнеса и стремление действовать во благо общества, другие институты должны реагировать на использование социальных сетей злоумышленниками. В частности, доверие к нашей прессе было поставлено под вопрос из-за кампаний по оказанию влияния в социальных сетях. Например, новостные платформы в отношении своих служащих должны принять политику, объявляющую нежелательным использование Твиттера в качестве источника новостей. Это потребует определенных культурных подвижек в мире прессы. К счастью, эта идея привлекла значительное внимание в университетах, исследующих роль СМИ в операциях по оказанию влияния. Следует отметить, что французская пресса не освещала содержание похищенной переписки в ходе предвыборной кампании Макрона; вместо этого журналисты обсуждали вопросы хакерства и операции по оказанию влияния и выражали сомнения в достоверности похищенных и опубликованных материалов.

И наконец, избранные госчиновники должны прекратить свои партийные споры относительно российского влияния на выборы с США в 2016 г. Для этого требуется две вещи: во-первых, обе политические партии должны признать, что же произошло – не преуменьшая, но и не преувеличивая российские активные мероприятия. Во-вторых, и это наиболее важно, политики должны принять обязательства не использовать активные мероприятия России себе на пользу. Конечно же, привлекательность бесплатной негативной рекламы заставит любого политика подумать дважды об использовании дезинформации против оппонента, но дело в том, что иностранные операции по оказанию влияния наносят ущерб не только соперничающей партии, они наносят ущерб нашим демократическим идеалам. Ныне покойный американский сенатор Джон Маккейн кратко и верно сформулировал эту опасность в интервью с корреспондентом Си-Эн-Эн: «Несомненно, то, что русские попытались сделать с нашими выборами, могло бы разрушить демократию. Поэтому нам надо... более пристально следить за действиями русских».

Нам обещали другой вид кибервойны. Прогнозы относительно катастрофической кибератаки доминировали в политических дискуссиях, но немногим приходило в голову, что социальные сети могут быть использованы в качестве оружия, направленного против сознания населения. Россия являет собой пример воюющей стороны в этой будущей войне, в которой социальные СМИ используются непосредственно для оказания влияния на людей. По мере того, как совершенствуются технологии, оттачиваются методы и Интернет становится доступным во всех уголках мира, все больший смысл приобретает следующее высказывание: «Тот, кто управляет трендом, будет управлять и нарративом – а именно нарратив, в конечном итоге, управляет волей людей». □



СЛУШАЯ

без

ПРЕДРАССУДКОВ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН ДЛЯ БОРЬБЫ С
ПРОПАГАНДОЙ В ВЕК «ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ»

Майор (в отст.) Сюзан Озембо, Министерство обороны Кении

Иозефа Геббельса, рейх-министра пропаганды в нацистской Германии в период с 1933 г. по 1945 г., многие авторы называют «отцом» современной пропаганды. В опубликованной в 1950 г. статье «Принципы пропаганды Геббельса» перечислены 19 принципов, которые, согласно автору статьи, профессору психологии Йельского университета Леонарду Дубу, Геббельс использовал для проведения пропагандистских кампаний. Эти принципы все еще широко используются, хотя и посредством более вездесущей среды – Интернета, и это привело к возникновению кризиса «фейковых» новостей. Трудно связывать этот термин с каким-то одним человеком или организацией, поскольку он претерпел быструю эволюцию в своем значении и содержании и не получил широкого распространения до президентских выборов в США в 2016 г. По сообщениям Би-Би-Си, в г. Велес в Северной Македонии были зарегистрированы как минимум 100 веб-сайтов «фейковых» новостей, передающих лживые новости о выборах в США.

Жители Велес использовали выборы, которые были актуальной и спорной темой, для того чтобы получить прибыль от рекламы, переправляя интернет-трафик к своим вебсайтам.

С тех пор имело место массированное распространение «фейковых» новостей, в основном на политическую тематику, в социальных сетевых ресурсах и в традиционных новостных СМИ. Би-Би-Си задается вопросом, являются ли «фейковые» новости пропагандой или же выражением мнения в режиме онлайн, а также, выставляют ли люди новости в Интернет специально, чтобы заработать деньги, или же новостные агентства просто допускают ошибки. Как бы там ни было, в интересах каждого правительства понять феномен «фейковых» новостей и бороться с ним. Франция, Малайзия, Сингапур и Великобритания находятся в числе стран, принимающих законодательные нормы для обуздания этой угрозы.

Были высказаны различные предложения относительно того, как бороться с «фейковыми» новостями. Институт Брукинкса предлагает

меры, которые бы поддерживали проведение журналистских расследований, снижали финансовые стимулы размещения «фейковых» новостей, а также повышали уровень «цифровой грамотности» среди населения. Идея поддерживать журналистские расследования также содержится и в книге «Перспективы политических коммуникаций в Африке», авторами которой являются Брюс Мутсваиро и Бесчара Карам. Би-Би-Си предлагает просмотр социальных сетей третьей стороной на предмет проверки фактов, а также использование алгоритмов для обнаружения «фейковых» новостей. Брюс Бартлет в своей книге «Правда имеет значение: руководство для граждан, как отделять факты от лжи и как останавливать продвижение «фейковых» новостей» также поддерживает идею проверки фактов посредством использования журналистских ссылок, чтобы указать изначальный источник и повысить доверие к новостям. Далее Би-Би-Си указывает на важность информированности людей относительно «фейковых» новостей и их выявления. Рассматривая эти предложения, становится ясно, что проблема на самом деле не в распространении «фейковых» новостей, а в отсутствии системы, особенно в Интернете, которая бы отделяла «фейковые» новости от правды. В этой статье предпринята попытка обсудить возможности технологии блокчейн как отсутствующего звена между аудиториями Интернет-пользователей и их способностью отделять надежные и достоверные источники информации от «фейковых» новостей.

БЛОКЧЕЙН

Говоря простым языком, блокчейн – это мастер-регистр, содержащий целый ряд транзакций, который распространяется между большим количеством «узлов» (компьютеров). Каждый узел в сети блокчейнов независим от остальных и считается «одноранговым», т. е. у него равный статус, полномочия и привилегии над транзакциями в сети, как и у остальных узлов. Сети, состоящие из таких равноценных узлов, не содержат таких опасностей, какие присущи централизованным системам, при нападении на которые страдают все компьютеры в сети.

У технологии блокчейн имеется три отличительных преимущества, имеющих отношение к обсуждению «фейковых» новостей: саморегуляция, возможность проверки и доверие. Каждый равноправный узел имеет индивидуальный ключ, который используется для одобрения транзакции. Более того, для одобрения транзакции между узлами должен существовать консенсус. Именно поэтому «узлу-жулику»

чрезвычайно трудно создать транзакцию и одобрить ее, поскольку обычно существуют тысячи других узлов, географически разбросанных по всему миру, и проникновение во все эти узлы почти невозможно, для этого потребовался бы компьютер необычайной мощности. Именно эта характеристика и делает блокчейны саморегулирующимися, что является ключевым аспектом для независимых СМИ и борьбы с «фейковыми» новостями. Кроме того, транзакция может быть занесена в мастер-регистр только после того, как узлы проверят эту транзакцию. Система устроена таким образом, что могут размещаться только проверенные транзакции, т. е. блок информации может быть добавлен в информационную цепь только после того, как его проверили пользователи в сети блокчейнов. И наконец, элемент доверия обеспечивается тем фактом, что мастер-регистр отмечает все изменения. У каждого узла есть доступ к распределенному мастер-регистру, и любая новая транзакция или изменение добавляется в качестве нового «блока». Все детали всех изменений, сделанных с момента установления первоначального блока, доступны любому пользователю сети.

ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙНА

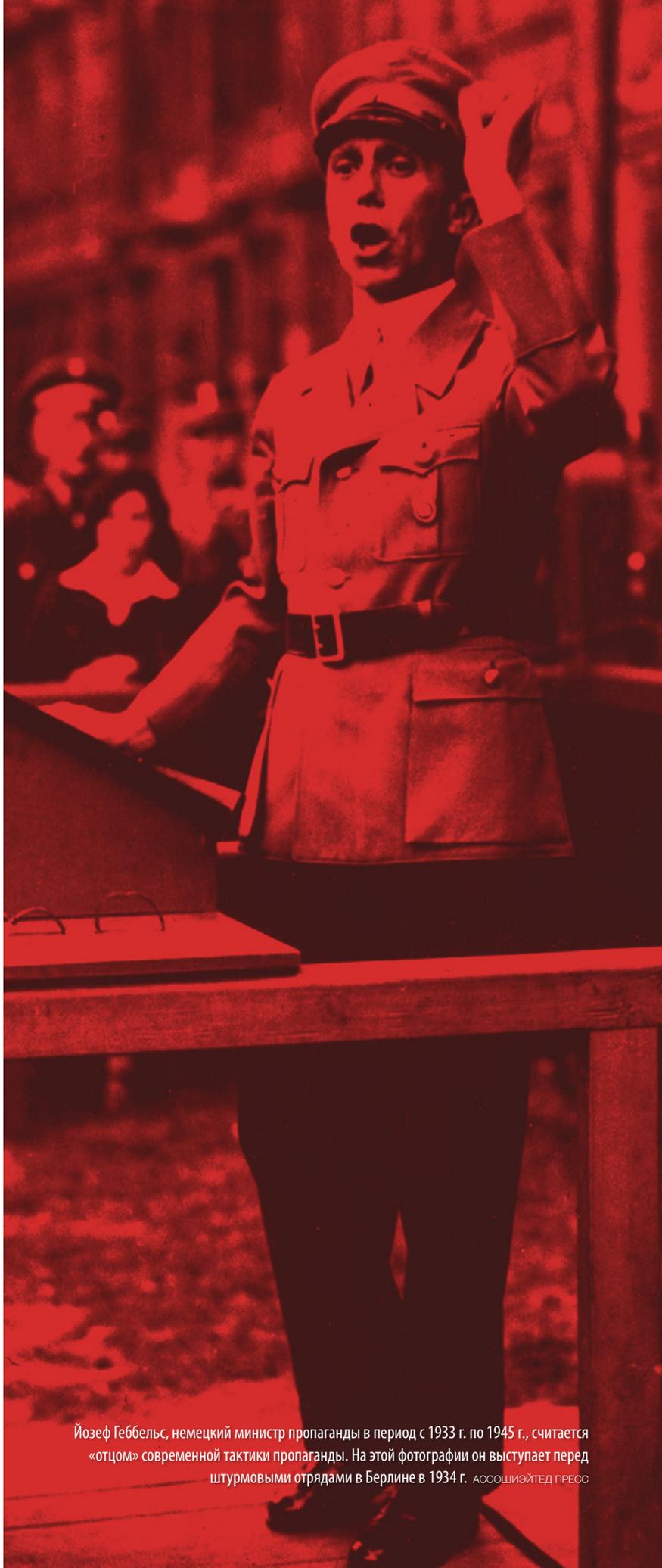
Хотя технологии блокчейн имеют многочисленные применения, эта статья сосредоточит внимание на четырех применениях, которые делают эти технологии уникальным ответом на распространение «фейковых» новостей. Во-первых, блокчейн может повысить степень самоуправляемости СМИ, основываясь на транспарентной природе системы. Поскольку все транзакции в блокчейн доступны абсолютно всем в сети, и почти невозможно получить одобрение транзакции без консенсуса всех узлов, блокчейн существенно затрудняет существование и процветание «фейковых» новостей.

Во-вторых, блокчейн может гарантировать анонимность «правдоискателей» или источников новостей, таким образом поощряя людей, обладающих информацией, выйти и поделиться своими историями и не опасаться мести за свои действия. Хотя транзакции в блокчейн могут видеть все, личность пользователя может оставаться анонимной. Критики этой сферы применения говорят, что это также может поощрять людей выкладывать «фейковые» новости, что будет противоречить изначальной цели использования блокчейн как средства борьбы с «фейковыми» новостями. Однако, этот риск уменьшается тремя способами. Во-первых, отмеченное время и место транзакции в блокчейн могут быть использованы для проверки информации. Во-вторых, транзакции

в блокчейн должны быть проверены узлами до того, как они будут одобрены. Говоря проще, «фейковая» история вряд ли будет одобрена, если другие узлы обнаружат, что она не соответствует действительности. Таким образом, вряд ли любой желающий сможет сфабриковать «фейковые» новости и доказать их правдивость в сети блокчейнов. В-третьих, посредством блокчейн человек будет иметь свою онлайн-ую идентичность – анонимную или открытую – которая распознается через использование индивидуального ключа. Таким образом, для анонимного источника существует возможность доказать свою идентичность средствами массовой информации. Например, шпион, желающий анонимно раскрыть конфиденциальную информацию, может подтвердить свою идентичность медийному источнику. Это также дает возможность СМИ проверить легитимность источников, из которых шпион получил информацию.

Третье применение блокчейн, относящееся к борьбе с «фейковыми» новостями, заключается в возможности совершать прямые транзакции без помощи посредников, т.е. напрямую между узлами. Это снижает возможность журналистского искажения новостей в чью-то пользу. Например, правительство может выдать общественности новости напрямую, минуя новостные агентства (учитывая при этом, что информация должна быть проверена другими узлами в сети блокчейнов, чтобы минимизировать эффект правительственной пропаганды). Более того, в современный век смартфонов, источниками новостей могут быть сами пользователи этих устройств, а не только традиционные новостные СМИ. Блокчейн устроен так, что он позволяет людям обмениваться местными новостями, в то же время ограничивая появление «фейковых» новостей из нетрадиционных медийных источников.

И наконец, поскольку информация в блокчейн проверяется, возможности как правительства, так и СМИ прогнозировать новости и события значительно повышаются, что помогает им в подготовке к любым случайностям. Например, проверенные сообщения об определенных погодных условиях или закономерностях могут помочь в усилиях по оказанию гуманитарной помощи. Прогнозирование также повышает эффективность использования ресурсов в соответствии с намеченными приоритетами.



Иозеф Геббельс, немецкий министр пропаганды в период с 1933 г. по 1945 г., считается «отцом» современной тактики пропаганды. На этой фотографии он выступает перед штурмовыми отрядами в Берлине в 1934 г. АССОЦИИЭТЕД ПРЕСС



АССОЦИИЭЙТЕД ПРЕСС

На этой фотографии, датированной 2016 г., изображены фиктивные истории на вебсайте USA Daily News 24, зарегистрированном в г. Велес в Северной Македонии. Было обнаружено примерно 200 вебсайтов с американской тематикой, зарегистрированных в г. Велес, который неожиданно превратился в центр распространения дезинформации на Фейсбук.

ПРИНЦИПЫ ПРОПАГАНДЫ

Современные «фейковые» новости функционируют на тех же приписываемых Геббельсу принципах пропаганды, которые можно найти в его документах. И поэтому важно, обсуждая «фейковые» новости, проанализировать принципы, использованные Геббельсом для распространения пропаганды в нацистской Германии и за рубежом.

Основа геббельсовских принципов состоит в том, что должен существовать центральный орган, который имеет доступ к разведывательной информации и отвечает за пропаганду. Чем меньше людей имеют доступ к развединформации, тем легче манипулировать населением. Блокчейн способствует проверке и прозрачности информации в рамках сети блокчейнов и, таким образом, вступает в противодействие этому принципу. Кроме того, блокчейн предоставляет опцию анонимности, гарантируя, что люди, имеющие конфиденциальную информацию, могут ею свободно поделиться, не опасаясь мести, хотя при этом увеличивается опасность раскрытия конфиденциальной информации разведывательного характера широкой общественности без учета последствий. Например, по данным Би-Би-Си и Си-Эн-Эн, США утверждают, что публикация Wikileaks конфиденциальной дипломатической переписки поставила под угрозу проведение американских операций и внешней политики. Даже Геббельс отмечал важность рассмотрения последствий пропаганды на этапе, предшествующем ее использованию. И тут возникает главный вопрос – учитывая равноправность всех узлов в блокчейн, кто будет ответственным за выбор времени публикации конкретного сообщения и последствий выпуска этого сообщения в выбранное время? Сделает ли это ситуацию лучше или хуже?

Согласно Геббельсу, «черная пропаганда», т.е.

пропаганда со скрытыми источниками, может восприниматься как более достоверная, чем «белая пропаганда», в которой открыто указан источник информации. Иными словами, люди могут верить информации в поддержку правительства больше, если она исходит не из правительственного источника. Это также связано с его принципом достоверности информации. Присущая блокчейн прозрачность создает авторитетную систему проверяемых новостей, что делает людей менее склонными верить слухам.

У Геббельса было два принципа, связанные с привлекающими внимание заголовками. Во-первых, пропаганда должна передаваться через среду, которая сама по себе привлекает внимание и вызывает интерес у целевой аудитории. Во-вторых, пропаганда должна помечать людей отличительными фразами или лозунгами, которые легко запомнить и которые вызывают у людей желаемую реакцию. Действительно, использование привлекающих внимание заголовков для возбуждения у людей определенных эмоций и повышения вероятности того, что они нажмут на ссылку – это унаследованный из прошлого элемент «фейковых» новостей. Поскольку доходы от рекламы в режиме онлайн в большинстве своем зависят напрямую от количества нажатий на ссылку, цель привлекающих внимание заголовков в том, чтобы довести до максимума Интернет-трафик. Эта коммерческая мотивация не является изначально отрицательной чертой, учитывая, что новостные СМИ должны получать прибыль, чтобы существовать, но блокчейн может гарантировать, что передаваемая информация является правдивой. Проблема может возникнуть тогда, когда ложный заголовок дает ссылку на правдивое сообщение. Неясно, будут ли транзакции блокчейн включать проверку заголовков. В отличие от транзакций с продажей биткоинов, которые легко проверить и одобрить, одобрение медийных сообщений и заголовков может оказаться более сложным, поскольку новости зависят от контекста и могут быть ограничены знаниями местного населения. Конечно же, у блокчейнов местных СМИ существуют возможности проверять местные сообщения, но для этого потребуется набрать критическую массу пользователей из числа местных жителей и организаций. И здесь появляется стимул, который будет мотивировать людей вносить свой вклад в блокчейн.

НЕДОСТАТКИ

Хотя блокчейн устраняет целый ряд опасений, связанных с «фейковыми» новостями, он ни в коей мере не является панацеей от всех бед. Так случилось, что основное слабое место блокчейн одновременно оказалось и его наиболее сильной

стороной: это распределенная система, в которой каждый узел имеет такую же силу и привилегии, как и все остальные. Не существует центрального органа или начальника, который бы определял время выпуска новостей, что привело бы к реальным разрушительным последствиям.

Кроме того, у блокчейн нет «лекарства» от каждого вида пропаганды. Например, один из принципов Геббельса состоял в том, что силу пропаганды могут повышать обладающие авторитетом лидеры. Эти лидеры могут рассматриваться как заслуживающий доверия источник информации. К примеру, любое официальное заявление главы государства может быть новой информацией, которую нельзя проверить, поскольку это официальное лицо также считается источником информации. И хотя блокчейн на более поздней стадии обнаружит ложные утверждения и лишит этого человека доверия, все же остается возможность того, что авторитетные лидеры смогут подать «фейковые» новости в качестве правдивых.

Еще блокчейн предполагает, что между обществами не существует никакой политической или социальной враждебности, и что доступ к информации не носит избирательный характер. В мире, разделенном религиозными, политическими, экономическими, социальными и культурными факторами, доступ к информации какой-то одной стороной может дать этой стороне неоправданные преимущества. Таким образом, может случиться так, что доступ к проверенным сообщениям может привести к отрицательным последствиям.

Другой принцип Геббельса гласил, что доверие к источнику определяет правдивость или лживость пропаганды. Имеет значение не нравственные убеждения, а целесообразность, поскольку иногда правда, которая противоречит стойким убеждениям людей, может восприниматься ими как неправда. Таким образом, есть вероятность того, что люди все равно откажутся верить проверенным правдивым сообщениям, если они не будут соответствовать их глубоко укоренившимся взглядам. Эдвард Рассел в своей книге «Рыцари Бушидо: история военных преступлений японцев во время Второй мировой войны» отмечает, что некоторые люди отказываются верить фактам, даже когда им представляют доказательства. Хьюго Мерсиер и Дэн Спербер в своей книге «Загадка разума» пишут, что человеческие умозаключения предвзяты, и что иногда эта предвзятость бывает сильнее рационального мышления. Таким образом, блокчейн не может полностью устранить правдоподобие «фейковых» новостей, хотя и может его в какой-то степени снизить.

И наконец, блокчейн достоверных местных

или международных СМИ и различные другие блокчейны требуют наличия у средств массовой информации и у населения мотивации использовать их. Недавние исследования Института Брукинга показывают, что большинство пользователей Интернета получают новости через социальные сетевые ресурсы. И поэтому важно найти способ интегрировать блокчейн с социальными сетевыми ресурсами или убедить пользователей просматривать новости не в социальных сетевых ресурсах, а в соответствующем блокчейн. Также существует необходимость создать достаточно сильные мотивы, побуждающие медийные платформы к сотрудничеству в глобальном масштабе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В распространении «фейковых» новостей в основном обвиняют «эхокамеры» социальных сетевых платформ, где пользователи подкрепляют свои убеждения, как верные, так и неверные. «Фейковые» новости процветают в отсутствие механизма проверки источников новостей в круглосуточном цикле публикаций новостных сообщений как в традиционных СМИ, так и в социальных сетевых ресурсах. Выдвигаются различные предложения относительно того, как бороться с этим кризисом «фейковых» новостей, включая предложения поддерживать журналистские расследования и проверку фактов.

Технология блокчейн также предлагает возможное решение, поскольку она стимулирует саморегулирование СМИ и проверяемость и доверие к источникам новостей. Блокчейн противостоит большинству геббельсовских принципов пропаганды, которые способствовали распространению «фейковых» новостей. Однако, в своем противостоянии «фейковым» новостям блокчейн все еще сталкивается с проблемами. Блокчейн – это сеть равноправных узлов без централизованного принимающего решения органа, и он может отдавать предпочтение какому-то одному человеку или группе, если проверенная информация о конкурирующем человеке или группе не доводится до сведения его соперника. Также нет гарантии, что люди будут верить правдивым новостям, если эти новости идут вразрез с их укоренившимися убеждениями. Кроме того, необходимы мотивы, побуждающие медийные платформы и население объединиться и публиковать и потреблять новости через блокчейны. Независимо от этих недостатков, технология блокчейн предоставляет интересную возможность борьбы с «фейковыми» новостями в наш век, когда любой человек с мобильным телефоном в одно мгновение может превратиться в журналиста. □



Жители Скопје размахиуваат флаги на Македонија и Европскиот Сојуз на демонстрации пред референдумот во 2018 г. по прашањето за преименување на државата во «Република Северна Македонија». AFP/GETTY IMAGES

ТРУДНЫЙ ПЕРЕХОД

Северная Македония поворачивается к Западу

Д-р Беким Максуди и д-р Себастьян фон Мюнхов

В марте 2019 г. генерал американских сухопутных сил Кертис Скапарротти, тогдашний Верховный главнокомандующий Объединенных вооруженных сил НАТО в Европе, доложил, что российская кампания дезинформации и поддержка антинаатовских элементов со стороны России усилились за предшествующие месяцы. Выступая в Комитете по делам вооруженных сил Палаты представителей Конгресса, он выразил озабоченность относительно «ситуации на Балканах и враждебного влияния за последний год». Российское вмешательство во внутренние дела Македонии возросло по мере того, как эта страна с населением более 2 млн. человек начала вести переговоры о членстве в НАТО, точно так же, как действовала Россия в отношении стран Западных Балкан, когда они начали движение по пути присоединения к альянсу.

Северная Македония расположена в периодически неспокойном регионе Юго-Восточной Европы и граничит с Сербией, Грецией, Болгарией, Албанией и Косово. Хотя граждане страны относятся к девяти признанным этническим группам, доминирующие позиции занимают македонцы и албанцы, причем албанцы живут преимущественно в западной части страны. Со времени получения независимости от Югославии в 1991 г. Северная Македония должна была решить много сложных проблем со странами-членами НАТО и Европейского союза на своем пути к членству в этих двух организациях. Главным камнем преткновения был спор с Грецией из-за названия страны. Этот спор был урегулирован в 2018 г., когда премьер-министр Греции и новоизбранный премьер-министр Македонии подписали Преспанское соглашение, согласно которому Македония

переименовывалась в Северную Македонию.

Страна, которая первоначально носила название Республика Македония, была третьей после Словении и Хорватии республикой, провозгласившей независимость от Социалистической Федеративной Республики Югославии в 1991 г. Югославская армия была мирным путем выведена из страны. В декабре 1992 г. Совет Безопасности ООН принял решение о направлении в страну Сил защиты ООН, чтобы контролировать приграничные районы и информировать о любых событиях, происходящих в этом только что образовавшемся государстве. В 1995 г. эта миссия превратилась в Силы предварительного развертывания ООН, которые находились в стране до 1999 г. До сих пор считается, что эти обе миссии помогли снизить уровень напряженности, связанной с распадом Югославии, а также предотвратить агрессивные действия Сербии в отношении Македонии. В 1993 г. Македония стала членом ООН с официальным названием Бывшая югославская республика Македония (БЮРМ), которое стало компромиссным названием в результате спора с Грецией. Афины приводили довод о том, что регион на севере Греции также называется Македония, и что использование этого названия незаконно претендует на культурное и историческое наследие древней Македонии, включая период правления Александра Великого.

Напряженность между двумя странами возросла в феврале 1994 г., когда правительство Греции закрыло порт в Салониках для торговли с Македонией. Это имело серьезные экономические последствия для Македонии, 75% внешней торговли которой шло транзитом через этот порт. Эмбарго было снято после того,

как ЕС дал понять, что может принять юридические меры против Греции за несправедливое введение торговых санкций. Спустя несколько лет, в течение которых в обеих странах поменялись правительства, отношения между Македонией и Грецией нормализовались, хотя конфликт относительно названия страны оставался неурегулированным, и Афины давали понять, что будут использовать свое право вето, чтобы заблокировать вступление Скопье в ЕС и в НАТО.

Начавшийся в феврале 1998 г. кризис в Косово открыл новую главу в истории Македонии. Вооруженный конфликт и налеты натовской авиации на Югославию в 1999 г. привели к тому, что огромные массы албанских беженцев из Косово стали искать защиту в Македонии. Война закончилась летом 1999 г., однако в начале 2001 г. более 500 тыс. этнических албанцев, являвшихся гражданами Македонии, стали требовать больше прав в том, что касается языка, образования и политического представительства, что привело к непродолжительному вооруженному конфликту в стране. Интенсивное дипломатическое вмешательство ООН положило конец боевым действиям. В августе 2001 г. было подписано Охридское рамочное соглашение, закрепившее справедливое распределение полномочий и прав между гражданами страны, представляющими этническое большинство и этническое меньшинство. С тех пор в стране действует коалиция из партий, наиболее активно защищающих интересы своих этнических общин. Стараясь избежать обобщений, все же следует сказать, что этнические албанцы выступают за большее сближение с США, ЕС и НАТО, в то время как славяне-македонцы, составляющие большинство граждан страны, не имеют единого мнения в этом вопросе.

Скопье подало заявку на членство в ЕС в марте 2004 г., и уже к 2005 г. получила официальный статус кандидата на вступление в ЕС. Были также предприняты усилия по вступлению в НАТО, однако, из-за позиции Афин саммит НАТО 2008 г. назвал разрешение спора из-за названия страны *conditio sine qua non* (условие, без которого невозможно) присоединения Македонии к альянсу.

Во время правления правительств коалиции VMRO-DPMNE (Внутренняя революционная организация Македонии – Демократическая партия национального единства Македонии) в период с 2006 г. по 2016 г., которые возглавлял Никола Груевски, Македония замкнулась в себе. В Брюсселе, Вашингтоне и в Скопье появилось чувство утомленности от поэтапной евроатлантической интеграции. Заголовки международных новостей о событиях в Македонии обычно сообщали о перестрелках, блокировании дорог, скандалах с прослушиванием телефонных разговоров, коррупции и возродившейся напряженности между основными этническими группами. Возведение огромного памятника Александру Великому и членам его семьи обострило споры между Грецией и Македонией. Однако, после политически неспокойной зимы в начале 2017 г. было образовано правительство, возглавляемое социал-демократами.

В конце мая 2017 г. премьер-министром стал Зоран Заев, который четко дал понять, что хотел бы урегулировать вопрос о названии страны со своим коллегой, премьер-министром Греции Алексисом Ципрасом. После нового раунда переговоров в июне 2018 г. главы государств подписали Преспанское соглашение, названное по имени озера, расположенного между Грецией и Македонией. В соответствии с условиями соглашения, страна со столицей Скопье получила новое название Республика Северная Македония, с чем были не согласны националистически настроенные силы из этнического большинства. Граждане из албанского меньшинства в основном занимали нейтральную позицию, поскольку они не считали себя заинтересованной стороной в споре о греческом наследии. В сентябре 2018 г. вопрос о предложенном изменении названия страны был вынесен на референдум. Перед референдумом Заев выразил свое принципиальное убеждение в европейском будущем Македонии: «Мы хотим будущего; мы хотим Европейскую Македонию! Мы отвечаем за то, чтобы обеспечить будущее нашим детям и внукам».

Именно в это время Москва стала опасаться потери своей роли крупного игрока в Македонии после 10 лет особого внимания со стороны предыдущего националистически настроенного правительства. После того, как в 2018 г. македонцы проголосовали за смену правительства, Кремль начал действовать. Опасаясь, что урегулирование спора между Скопье и Афинами приведет к полной интеграции Северной Македонии в трансатлантические структуры безопасности, Кремль испробовал все возможные приемы, чтобы привести македонское общество к расколу и способствовать укреплению близких отношений этнических славян-македонцев с Россией. В ход пошли все лозунги, от прославления славянского братства до пропагандирования выгод от принадлежности к единой православной христианской церкви. Россия также старалась обострить трения между сильным албанским меньшинством и славянским большинством македонцев.

Стратегия коммуникаций Москвы состояла из двух важных частей: пропаганды и дезинформации. Пропаганда представляла собой выборочное использование информации или аргументов на пользу или во вред определенной политической фигуре или политической цели, а дезинформация была политически мотивированной коммуникацией, нацеленной на создание определенной атмосферы в обществе. Оба этих элемента использовались для вмешательства в процесс интеграции Северной Македонии в западные институты. В целом, эта стратегия была направлена против НАТО и ЕС. Основной целью было подорвать авторитет политических игроков, особенно правительства страны, и нарушить нормальное функционирование государственных институтов. Российская стратегия коммуникаций была сосредоточена не столько на придумывании каких-то «фактов», сколько на усугублении уже существующего недоверия и неприязни к европейским и западным

обществам. Кремль осознавал, что государство, находящееся в затруднительном положении, имеющее слабые институты, олигархические структуры, политизированные СМИ и высокую степень коррумпированности, особенно уязвимо к такого рода нападениям. Можно привести следующий пример российской кампании по оказанию давления: «Россия сегодня» (международная телевизионная сеть, финансируемая российским правительством и нацеленная на аудиторию за пределами России) опубликовала на своем вебсайте несколько репортажей, направленных против НАТО и ЕС, как раз в тот период, когда проходили дебаты относительно референдума по вопросу о переименовании страны.

Россия пыталась использовать свою силу и влияние также и в отношении Греции. В июле 2018 г. правительство Греции выслало из страны двух российских дипломатов и запретило въезд двум другим, обвинив их во вмешательстве в политическую жизнь Греции путем поддержки членов оппозиции. Россия продемонстрировала свое негативное отношение к Преспанскому соглашению, предлагая чиновникам взятки и провоцируя демонстрации против соглашения. Действия Москвы стали более открытыми и вызывающими, когда евро-атлантическая интеграция страны стала просто вопросом времени. Российское правительство уже предупредило Македонию, что ее членство в НАТО будет иметь негативные последствия для региональной безопасности и двухсторонних отношений. Олег Щербак, тогдашний посол России в Македонии, на одной из пресс-конференций угрожал, что в случае войны между НАТО и Россией Македония, как член НАТО, будет подвергаться военным ударам на законных основаниях.

Возможно, что российские стратегические коммуникации, направленные на срыв референдума, сработали. Поддерживаемые Россией националисты бойкотировали референдум, что снизило процент участвовавших в голосовании до 36%, что было гораздо ниже необходимого кворума в 50%. В то время как этнические албанцы, среди которых господствовали прозападные настроения, почти единогласно проголосовали в пользу нового названия страны, большинство этнических македонцев оказалось разделенным в этом вопросе. Тем не менее, более 90% поданных голосов были за переименование страны в Северную Македонию.

Из-за отсутствия кворума на референдуме вопрос решался в парламенте в Скопье, где 11 января 2019 г. 81 из 120 депутатов проголосовали за изменение названия страны, едва набрав необходимые две трети голосов. Местные политики, представляющие все общины Македонии, западные дипломаты и представители обеих международных организаций со штаб-квартирами в Брюсселе – все вздохнули с облегчением. Греческий парламент одобрил соглашение двумя неделями позже. А в феврале 2019 г. Республика Македония была переименована в Республику Северная Македония. Греция дала понять, что больше не будет блокировать стремление Северной Македонии

присоединиться к НАТО. НАТО уже четко продемонстрировала свои намерения, позволив Северной Македонии направить наблюдателей на свои официальные заседания.

На саммите НАТО в Лондоне в декабре 2019 г. шансы Северной Македонии стать 30-м членом организации были довольно высоки, однако, политический хаос парламентских выборов в Испании привел к тому, что вопрос о членстве отложили. Прежде чем члены НАТО собрались в Англии для обсуждения последующих шагов, Европейский совет собрался в Брюсселе на заседании, на котором предполагалось начать переговоры о членстве Северной Македонии в ЕС. К сожалению, Франция заблокировала начало этих переговоров. Однако, позиция правительства Северной Македонии остается неизменной – у страны нет альтернативы членству в ЕС.



Рабочие устанавливают щит с новым названием страны – Северная Македония. Февраль 2019 г. АССОЦИИЭТЕД ПРЕСС

Подводя итоги, можно сказать, что решение Северной Македонии об изменении названия страны было следствием решения в пользу евро-атлантической интеграции. Несмотря на вмешательство России, страна выбрала прозападную ориентацию. Теперь наиболее важным аспектом будет единение внутри страны с тем, чтобы был прочный консенсус всех этнических групп и политических партий в поддержку этого выбора. Превращение Северной Македонии в надежного члена НАТО и ЕС должно рассматриваться как возможность бросить вызов российскому влиянию в Европе. Точно так же, как усилия России потерпели крах в Черногории в 2016 г., президенту России Владимиру Путину не удалось достичь своих целей и в Скопье. Жители Северной Македонии избрали иной путь для себя и для своих детей. □



КОММУНИКАЦИИ ВО ВРЕМЯ

КРИЗИСА

Майское наводнение в Сербии: извлеченные уроки

Желимир Кесетович, преподаватель кафедры исследования вопросов безопасности Белградского университета; **Предраг Марич**, заместитель министра внутренних дел Республики Сербия; и **Владимир Нинкович**, преподаватель кафедры исследования вопросов безопасности Белградского университета

Многочисленные практические примеры показывают, что коммуникации в период кризисных ситуаций могут предотвратить начало или усугубление кризиса, оказать влияние на его развитие, сократить или продлить его продолжительность, увеличить или уменьшить тяжесть последствий, а также повлиять на то, в какой степени пострадает репутация задействованных субъектов. Именно поэтому механизм коммуникаций между организацией и общественностью находится в числе ключевых элементов процесса управления кризисными ситуациями.

Большинство публикаций описывают коммуникации во время кризисных ситуаций в частном бизнесе, но сделанные наблюдения будут справедливы также применительно и к общественному сектору. Юридическая ответственность, подотчетность и общественный контроль сделали административных сотрудников важными фигурами в сфере кризисных коммуникаций, особенно в таких сферах как управление при чрезвычайных ситуациях. Тем не менее, на практике существуют значительные различия в осуществлении кризисных коммуникаций в разных политических контекстах, причем не только на техническом, нормативном или оперативном уровнях, но и на более абстрактном, символическом уровне понимания и осмысления проблемы.

В Сербии общественные институты и учреждения, отвечающие за управление кризисными и чрезвычайными ситуациями, в настоящее время проходят через период реорганизации. Госадминистрация постепенно внедряет концепцию общественных услуг и доктрину «нового общественного управления», согласно которым те подходы, которые используются в частном бизнесе, могут успешно воплощаться и в общественном секторе.

Страны в переходный период переживают серьезную трансформацию во всех сферах государственного управления и предпринимают усилия по созданию демократических институтов и преодолению бремени авторитаризма. Этот процесс включает в себя изменения в системе ценностей, в государственных и общественных приоритетах и структурах.



Грузовик проезжает мимо затопленной открытой угольной шахты в г. Костолац, в 70 километрах к востоку от Белграда, столицы Сербии. Июль 2014 г., через два месяца после разрушительного наводнения, обрушившегося на страну. АССОЦИИТЕД ПРЕСС

По природе переходного периода, страна на этой стадии развития более уязвима. Переход от централизованной плановой экономики к рыночным отношениям, сопровождаемый перестройкой социальных структур и общественного устройства, часто может служить источником разочарования и недовольства населения. Исходя из соображений безопасности, права и этики, граждане должны осознавать



Воздушная съемка затопленного района г. Обреновац, сделанная 19 мая 2014 г. АССОЦИЭЙТЕД ПРЕСС

существующие риски, они должны информироваться о развитии кризисной ситуации и о мерах по преодолению ее последствий. Безопасность населения напрямую зависит от оперативности и достоверности информации. Во время чрезвычайных ситуаций крайне важное значение имеют распространение четкой и ясной информации и скоординированные и согласованные ответные действия. Неадекватные ответные действия со стороны правительства и спасательных служб могут усугубить чрезвычайную ситуацию, подорвать их репутацию и увеличить вероятность того, что кризис перерастет в катастрофу. Вот почему чрезвычайную важность приобретает механизм соответствующих своевременных коммуникаций между руководителями на различных уровнях – на национальном, региональном и местном, а также коммуникации между общественным и частным секторами.

Важность информирования населения и проблемы, порождаемые его отсутствием, четко были видны во время наводнений в мае 2014 г. в Сербии и в соседних странах. По сообщениям СМИ, многие люди без видимых уважительных причин отказались подчиниться распоряжениям об эвакуации. Общественная реакция на возникшую ситуацию – или паника, или спокойное следование поступившим указаниям – во многом зависит от возможностей и способностей управляющих кризисными ситуациями своевременно и продуктивно доводить до граждан информацию, что не всегда происходит. Кроме того, политические нюансы и действия средств массовой информации (включая Интернет и социальные сети) иногда усугубляли проблему, вместо помощи в её решении.

К сожалению, в СМИ преобладали тенденции к политизации этой кризисной ситуации и стремлению сделать из нее сенсацию. В этом хаотичном потоке часто несвоевременной, запутывающей информации со склонностью к сенсациям, голос местных властей был важной, но не всегда заметной составляющей. Сектор управления при чрезвычайных ситуациях, специализированное подразделение в Министерстве внутренних дел Сербии, координирует деятельность всех государственных и общественных институтов, вовлеченных в реагирование на чрезвычайные ситуации и катастрофы на всех уровнях политической территориальной организации. В этом подразделении имеются оперативные и экспертные отделы, координирующие и контролируемые ответные меры в случае кризисной ситуации. Это соответствующие постоянные органы, созданные местными советами для уровня муниципалитетов и городов, национальными штабами управления при чрезвычайных ситуациях для уровня административных районов, и соответствующими правительствами для уровня автономных провинций и республик. В случае необходимости штаб создает вспомогательные группы для выполнения конкретных заданий по защите и спасению населения.

Для того, чтобы оценить понимание сотрудников об их собственных усилиях по установлению коммуникаций с населением и налаживанию отношений со средствами массовой информации и политическими деятелями, штаб управления при чрезвычайных ситуациях в 31 муниципалитете и 9 городах был разослан вопросник, состоящий из 25 вопросов. Все эти территории пострадали от наводнения, и в них было

объявлено чрезвычайное положение. Вряд ли результаты можно назвать отражающими объективную картину – опрос не был анонимным, и вопросник был прислан официальным государственным органом – но они могут дать первоначальное представление о существующей практике коммуникаций местных органов самоуправления и их отношениях со СМИ, с политическим руководством и с общественностью.

КОММУНИКАЦИИ ПРИ РИСКЕ, КРИЗИСЕ И КАТАСТРОФЕ

Современное общество не только «общество риска», но также и общество века информации. Как считает эксперт по коммуникациям в ситуациях риска и кризиса Памела Феранте Валаски, при оценке окружающего нас мира и рисков, связанных с жизнью в нем, почти всегда мы полагаемся на письменные и устные сообщения. Теория в сфере лингвистики и коммуникаций, разработанная в конце XX века, демонстрирует, что сообщения имеют не только семантическую, но и прагматическую функцию, которая приобретает особую актуальность в ситуациях риска и кризиса. Сейчас мы знаем, что сообщения часто используются для того, чтобы люди, получающие их, изменили свое поведение и восприятие. Коммуникации в ситуациях риска и кризиса – это передача информации с целью повлиять на восприятие населения, чтобы оно приняло более эффективные подготовительные и ответные меры в случае события, несущего определенную опасность. Первые попытки систематизировать знания в этой области относятся к 1979 г., когда произошла авария на атомной электростанции «Three Mile Island» в США. Однако, по мнению Валаски, поворотный момент наступил с появлением Всемирной сети и других форм цифровых коммуникаций, которое привело к значительному росту объема и разновидности сообщений, доступных широким слоям населения.

Кризисные коммуникации часто объединяют с коммуникациями при чрезвычайных ситуациях и катастрофах, поскольку различия между ними незначительные. На практике они почти одинаковы – население необходимо заверить в том, что соответствующие службы держат ситуацию под контролем, при этом СМИ должны обеспечивать доступ к общественности. В случаях природных катастроф некоторые наблюдатели предложили использовать комплексный подход, объединяющий коммуникации в ситуациях риска и кризиса в гибридную форму, известную как CERC – Crisis, Emergency Risk Communications (коммуникации при риске кризиса или чрезвычайной ситуации). На всех четырех этапах управления при чрезвычайных ситуациях (т. е. предотвращение, обеспечение готовности, ответные меры и восстановительные работы) коммуникации преследуют разные цели и используют разные стратегии. Этапы предотвращения и обеспечения готовности в большой степени пересекаются с коммуникациями при

возникновении риска, поскольку они нацелены на разъяснительные и информационные мероприятия в отношении населения, сообщая ему о потенциально возможных чрезвычайных ситуациях и катастрофах. На этапе реагирования на произошедшую катастрофу коммуникации обеспечивают передачу жизненно важной информации, которую население может использовать для того, чтобы выжить и получить доступ к помощи, в то время как во время восстановительного этапа после катастрофы основное внимание уделяется информированию населения об имеющихся видах помощи, направленной на преодоление последствий катастрофы. Об этом пишет профессор Тимоти Кумбз, эксперт в области коммуникаций. Основная цель коммуникаций во время катастрофы состоит в том, чтобы побудить отдельных людей и целые группы предпринимать определенные действия.

Коммуникации при катастрофах являются логическим продолжением коммуникаций на этапе риска, цель которых состоит в том, чтобы «люди, которых напрямую затрагивает конкретный риск и его последствия, чувствовали себя более комфортно в условиях этого риска», – считает Кумбз. – Частью процесса коммуникаций на этапе риска является разъяснение населению сути риска и понимание озабоченности населения, связанной с риском». Коммуникации на этапе риска – это диалог между создателями риска и теми, кто подвергается этому риску, причем государственные институты часто выступают в этом диалоге посредниками. Коммуникации на этапе риска повышают уровень осведомленности и информированности населения в вопросах, касающихся источников риска в месте их проживания, о степени вероятности катастрофы и о последствиях возможной катастрофы еще на том этапе, когда всё ещё «нормально».

Таким образом, теоретически, усилия, потраченные на коммуникации на этапе риска и до наступления катастрофы, должны в процессе диалога создать атмосферу доверия между всеми заинтересованными сторонами. Эти усилия также повышают осведомленность и информированность населения относительно потенциальной катастрофы, что повышает степень готовности к ней. Успешно осуществляемые коммуникации на этапе риска должны прокладывать путь к беспрепятственному осуществлению коммуникаций на этапе катастрофы, а также укреплять репутацию государственных институтов и повышать к ним доверие, что окажется очень полезным в кризисной ситуации.

КРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ОБЩЕСТВЕННОМ СЕКТОРЕ

Коммуникации в ситуациях риска и кризиса могут считаться составной частью управления рисками и управления при кризисных ситуациях, которые, по мнению Валаски, включают общие компоненты оценки и управления рисками и кризисами, чтобы преодолеть их или, в крайнем случае, свести до минимума

нанесенный ущерб. Управление при кризисных ситуациях и кризисные коммуникации в основном рассматриваются в рамках парадигмы безопасности частных корпораций. Однако, чрезвычайные ситуации, кризисы и катастрофы подвергают риску не только организации и крупные корпорации, но также и места их расположения. Как указывает Кумбз, - «По своей сути, управление при кризисных ситуациях преследует цель сделать весь мир более безопасным». Это высказывание вполне применимо к случаям широкомасштабных и затрагивающих основы жизни общества кризисных ситуаций, которые приводят к объявлению чрезвычайного положения и впоследствии могут перерасти в катастрофу, независимо от того, природная она по своему характеру или техногенная. В том, что касается управления при катастрофах со стороны общественных организаций, на коммуникационный аспект во время кризисных ситуаций долгие годы не обращали внимания. Однако, возросшая частота и масштабы кризисов, а также общественная критика механизма правительственных коммуникаций в кризисных ситуациях прочно закрепили этот аспект в списке приоритетных, как считает эксперт по управлению катастрофами Паулина Палтгала.

«В целом, управление при природных катастрофах и чрезвычайных ситуациях, опасных для здоровья людей, включает довольно весомый компонент коммуникаций в виде предупреждений, сообщений о рисках, оповещения об эвакуации, сообщений относительно уверенности в своих силах и информации о симптомах и медицинском обслуживании», - пишут Барбара Рейнолдс и Мэттью Сигер в своей статье в журнале «Journal of Health Communication». Однако, различные виды кризисных ситуаций порождают различные типы угроз и требуют различных моделей коммуникаций. Например, наводнения обычно сопровождаются рекомендациями населению пить бутилированную или кипяченую воду во избежание контакта с патогенными веществами, зарождающимися в воде. В случаях с рисками наводнений или других потенциальных природных катастроф невозможно установить диалог с силами природы. Население будет ожидать от государственных, региональных и местных властей, чтобы те дали ему достаточно информации и проинструктировали относительно того, какие наиболее эффективные подготовительные и ответные меры следует предпринять, если такая катастрофа действительно разразится. Если такую информацию не предоставить заранее, то тогда сильно пострадает репутация властей на всех уровнях и возникнет кризис доверия. Еще в большей степени это относится к странам, переживающим переходный период, во время которого уровень доверия к правительству и политикам обычно и так очень низкий.

Низкий уровень доверия делает коммуникации неэффективными, а отсутствие коммуникаций или односторонние коммуникации в обычное время снижают уровень доверия. Этот заколдованный круг можно

разорвать, хотя для установления доверия требуется время. В то время как переход от доверия к недоверию происходит быстро и приводит к кризису доверия, восстановление доверия, похоже, представляет собой медленный и постепенный процесс. Об этом пишут Вутер Пуртинга и Ник Пиджен в статье в журнале «Risk Analysis». Способность установить конструктивные коммуникации будет зависеть от того, считает ли аудитория эти коммуникации и самого коммуникатора авторитетными и заслуживающими доверия. Мы не говорим о том, что желателен некритичный и основанный на эмоциях подход населения к властям, во всяком случае, это не касается демократических обществ.

В этом спектре от безусловного доверия до полного отвержения можно обнаружить и недоверие в здоровых пределах – доверие с долей критичности. Для работы полицейских, включая работу групп экстренного реагирования, высокий уровень доверия является необходимым условием для приятия и сотрудничества со стороны граждан. Без такого приятия и сотрудничества полиция не может работать продуктивно и эффективно. Доверие к институтам, в частности, к службам экстренного реагирования, становится очевидным во время чрезвычайных ситуаций и катастроф. Например, если жителям даются распоряжения эвакуироваться или направиться в убежище, то будет больше шансов, что они выполнят это распоряжение, в том случае, если они будут уверены в том, что предлагаемая модель поведения единственно верная. Таким образом, считает Кумбз, если коммуникации на этапе риска были эффективными (целью которых было не только давать людям информативные и разъяснительные материалы, но и создать атмосферу взаимного доверия), то распоряжения в случае реальной чрезвычайной ситуации должны привести к лучшим результатам, чем если бы никакого внимания не уделялось коммуникациям с населением на этапе риска до наступления кризиса. Во время наводнений в мае одна из основных проблем, с которыми столкнулся Сектор по управлению чрезвычайными ситуациями, состояла в том, что жители отказывались выполнять распоряжения об эвакуации из затопленных районов. Действительно, отказ следовать распоряжениям, который порождает вопрос: «Как заставить людей предпринимать правильные действия во время катастроф?», - оказался одним из самых больших пробелов в международных исследованиях по вопросам управления при чрезвычайных ситуациях. Об этом пишут Линда Шевеллар и Ребекка Риггс в своей работе, опубликованной в «The Australian Journal of Emergency Management». Ответ на этот вопрос довольно сложный, и выводы, к которым пришли два автора, руководившие этим пилотным проектом и бравшие интервью у людей, отказавшихся следовать инструкциям властей во время наводнений в сельскохозяйственных районах Австралии, могут служить хорошей отправной точкой для анализа мотивов отказа жителей следовать распоряжениям во

« Интернет является замечательным источником информации и новостей, но еще больше через него распространяется ложной информации и слухов». - Профессор Катлин Ферн-Бэнкс, эксперт по вопросам коммуникаций

время майских наводнений в Сербии. Их исследование обнаружило, что играли роль следующие факторы: нежелание покинуть родной дом, стремление к принятию самостоятельных решений, чувство перехода от тяжелого состояния к приятному и присутствие силы духа в трудную минуту.

Еще одно обстоятельство, которое начинает проявляться во время чрезвычайных ситуаций, – распространение слухов. Сегодня, благодаря социальным сетям, ставшим основным источникам информации, особенно у молодежи, слухи распространяются среди гораздо большего количества людей, чем всего лишь 10 лет назад. По мнению профессора Катлин Ферн-Бэнкс, эксперта по вопросам коммуникаций, - «Интернет является замечательным источником

информации и новостей, но еще больше через него распространяется ложной информации и слухов. Мнения, догадки, предположения, а также слухи имеют печальные последствия для людей, которые становятся жертвами своего доверия к любой информации, которая появляется в Интернете». Различные исследования показали, что наиболее достоверным источником информации считаются другие люди, особенно друзья – либо в реальной жизни, либо по Фейсбук – что делает борьбу со слухами и ложной информацией чрезвычайно затруднительной. Как уже подчеркивалось выше, кризисные коммуникации во время чрезвычайных ситуаций нацелены на то, чтобы помочь людям принять правильное решение относительно своих действий. Однако, пишет Кумбз, через



Разрушения в Крупань к юго-востоку от Белграда после того, как этот город в западной части Сербии подвергся наводнению и оползням и оказался отрезанным на четыре дня. 20 мая 2014 г. AFP/GETTY IMAGES

«новые СМИ», т.е. социальные сети, аудитория начинает собирать свою собственную информацию, обмениваться ею и реагировать на нее по своему усмотрению. Кроме того, считает Валаски, трудно применять законы против ложной или вводящей в заблуждение информации на различных падких на сенсации вебсайтах. В случае природных катастроф часто появляются спекуляции относительно того, что власти не дают информацию о действительном числе жертв, о распространении заразных заболеваний и о нечеловеческих условиях, в которых временно должны проживать эвакуированные жители. Независимо от источников происхождения слухов, пишет Валаски, чрезвычайно важно относиться к их существованию как к кризисному явлению, достаточно серьезному, чтобы вызвать необходимость определенных ответных мер.

Поскольку во время чрезвычайных ситуаций общественные институты зачастую становятся предметом обсуждений, то политизация их усилий по управлению ситуацией и коммуникациями с населением становится почти неизбежной. Это еще более заметно в тех странах, в которых институтами, играющими важную роль в управлении при чрезвычайных ситуациях, управляют политические назначенцы. В Сербии эта политизация проявилась в том, как оппозиционные партии и не принадлежащие правительству СМИ (применительно к Сербии, это в основном еженедельные журналы, новостные вебсайты и блоги) рассматривали усилия по защите и спасению населения, предпринимаемые центральными и местными властями.

Теория гласит, что по окончании кризисной ситуации важно проанализировать «полученные уроки». Некоторые усилия в области коммуникаций могут поддаваться оценке, в то время как другие, более размытые и символические, оценить довольно трудно. Недавно были предприняты усилия по разработке «оценочной таблицы», или «индикаторов», в которых учитываются этапы кризиса и все заинтересованные стороны. Однако, предстоит еще увидеть, насколько они полезны на практике.

МАЙСКИЕ НАВОДНЕНИЯ – СОБЫТИЯ И ИХ ОСВЕЩЕНИЕ В СМИ

День 14 мая 2014 г. отмечен как день начала крупнейшего наводнения в Сербии и в регионе (включая Боснию и Герцеговину и Хорватию) за последние 120 лет, с тех пор как начали проводиться метеорологические измерения. За один только день наводнение привело к гибели трех человек, отключению электричества и изоляции нескольких городов и деревень.

В 11 часов утра 15 мая премьер-министр Сербии Александр Вучич объявил в стране чрезвычайное положение. Наводнение нарушило производственный процесс на двух шахтах, поставляющих уголь для двух тепловых электростанций – им. Николы Теслы в г. Обреновац и станции в г. Костолац. Оказались затопленными скоростные автомагистрали, соединяющие

Белград с третьим по величине сербским городом Ниж, а также с Македонией и Болгарией. Движение по основной железнодорожной линии, соединяющей Белград с портом в г. Бар в Черногории, также было прервано. Наиболее пострадавшие муниципалитеты – Лозница, Шабац, Сремска Митровица, Обреновац и Костолац – находились поблизости реки Сава и ее притоков (Дрина, Колубара, Тиса и Млава). Разлив реки Сава достиг своего пика возле г. Шабац 18 мая. Чрезвычайное положение было объявлено в девяти городах и 31 муниципалитете.

Наиболее драматическая ситуация сложилась в городах Шабац, Обреновац и Костолац. В этих муниципалитетах существовала угроза важным объектам: химическому предприятию «Зорк» в г. Шабац и работающим на угле тепловым электростанциям и угольным шахтам в городах Обреновац и Костолац. Эти две электростанции производили более 60% потребляемой в Сербии электроэнергии. В некоторых районах сильные дожди привели к оползням. В муниципалитете Крупань проливные дожди, грязевые потоки и оползни нанесли ущерб инфраструктуре, а в районе Малый Зворник возникла угроза того, что холм сползет вниз в реку Дрина и перегорит ее. 20 мая правительство объявило трехдневный траур. К 21 мая было эвакуировано 32 тыс. человек, 20 тыс. из них были жителями г. Обреновац. Роль местных органов самоуправления (МОС) во время наводнений и других природных катастроф и чрезвычайных ситуаций детально прописана в юридических и стратегических документах (Законе о чрезвычайных ситуациях, Законе о местных органах управления, Стратегии национальной безопасности и Национальной стратегии защиты и спасения населения в чрезвычайных ситуациях). Даже в Конституции Республики Сербия подчеркнута важная роль местных органов в управлении природными катастрофами. В случаях, когда с чрезвычайной ситуацией нельзя справиться местными силами – когда чрезвычайное положение объявлено на региональном или национальном уровне – основным коммуникатором и пунктом связи для местных жителей все равно будут оставаться местные власти.

Во время чрезвычайных ситуаций СМИ часто сосредотачивают свое внимание на недостатках МОС в организации коммуникаций, как и было в случае с г. Обреновац – муниципалитетом, ближайшем к Белграду и в котором расположена крупнейшая в Сербии электростанция. Если рассматривать в хронологическом порядке, то первое сообщение, появившееся в СМИ во время наводнения, касалось позднего включения предупредительных сирен, системы раннего оповещения, а также запоздалого распоряжения об эвакуации жителей г. Обреновац и близлежащих деревень Дражевац, Велико Поле, Конатисе и Поляне. Согласно сообщениям, сирены тревоги были включены примерно в 5 часов утра 15 мая, когда уже были затоплены первые этажи в ряде зданий в г. Обреновац.

Еще больше проблем создавала вводящая в заблуждение информация об эвакуации. В отчете главы Департамента управления чрезвычайными ситуациями в Белграде, а также в выводах местных служб управления чрезвычайными ситуациями в г. Обреновац говорится, что штаб управления чрезвычайными ситуациями отдал распоряжение об эвакуации жителей Дражевац, Конатисе, Поляне, Велико Поле и частично деревни Пироман в 10 часов утра 15 мая, в то время как распоряжение об эвакуации жителей хутора Шливице было отдано в тот же день в 3 часа дня. В докладе также указано, что было эвакуировано крайне малое число жителей из-за массового отказа выполнять инструкции властей, и что только после того как президент Сербии посетил эти деревни и обратился напрямую к их жителям, число согласившихся на эвакуацию стало расти. Вместе с тем, после наводнения, в интервью сети CINS, специализирующейся на журналистских расследованиях, мэр г. Обреновац заявил, что распоряжения из белградского штаба об эвакуации Поляне и Велико Поле поступили по телефону в 12 часов дня и в 1:30 дня соответственно, когда эти деревни уже находились под водой.

Эти примеры демонстрируют очевидные проблемы с коммуникациями между различными уровнями управления, в данном случае между региональными (Белград), муниципальными (г. Обреновац) и местными (группы по чрезвычайным ситуациям в деревнях) властями. Это привело к задержке с ответными мерами и снижению эффективности усилий по эвакуации, что, в свою очередь, привело к неэффективному использованию людских и материальных ресурсов.

Сербы являются страстными пользователями социальных сетей, особенно сети Фейсбук. Это неизбежно привело к распространению различных слухов, многие из которых представляли собой теории заговора о сокрытии властями реальных масштабов катастрофы. Интересно отметить, что 15 человек, которые рассылали и пересылали в Фейсбук эти новости (которые первоначально появились в различных блогах и новостных порталах) были допрошены полицией в связи с распространением паники во время чрезвычайного положения. Против девяти из них были выдвинуты уголовные обвинения. Получило широкую огласку дело одной из участниц белградского реалити-шоу и косметолога, которую обвинили в том, что она выставила на Фейсбук пост, в котором заявляла, что «группы плывут вниз по реке

Сава, а Министерство внутренних дел замалчивает это». Другие посты на Фейсбук были на ту же тему: «Только в первый день было триста погибших. К сожалению, сейчас это число гораздо выше» и «Два дня назад было обнаружено 250 трупов, вчера еще 98, но правительство не хочет сеять панику», а также «Телеканал Pink просто позорище. Он предоставляет эфир лжецу, который утверждает, что в г. Обреновац погибло всего 12 человек. Вчера вечером я разговаривал со своим коллегой-преподавателем, который сказал, что тысячи трупов плавают в реке Сава. Я верю ему, поскольку его самого эвакуировали на



Спасатели и группы чрезвычайного реагирования участвуют в международных полевых учениях, организованных Министерством внутренних дел Сербии и Евроатлантическим координационным центром реагирования на катастрофы. Октябрь 2018 г., г. Младеновац, Сербия. РЕЙТЕР

лодке. Сегодня утром я получил такую же информацию от другого друга. Эти люди не утонули, они погибли от электрического разряда. Сирены были включены с опозданием, вода к тому времени уже затопила город». Несколько задержанных и допрошенных в связи с распространением паники жаловались на то, как с ними обращалась полиция, также были дискуссии относительно того, считаются ли Фейсбук, блоги и форумы средствами массовой информации в соответствии с законом об общественной информации. Кроме того, правительство обвинили в жестком обращении с пользователями СМИ (в основном в режиме онлайн), которые ставили под вопрос и критиковали усилия местных и национальных властей во время наводнения. □



ВОЙНА СМИ В ЧЕРНОГОРИИ

Фальшивые нарративы определяли борьбу против членства в НАТО

Мария Благоевич,
советник спикера парламента Черногории

ИЛЛЮСТРАЦИЯ ПЕТ СОНСОРДАН

5 июня 2017 г. Черногория стала 29-м членом НАТО. Присоединению к этой организации предшествовали кампании, проводимые правительством и неправительственными организациями, выступавшими за вступление в альянс, и теми, кто выступал против членства страны в НАТО. Значительная часть антинатовской кампании находила отражение в нарративах, продвигаемых Россией, которые зачастую проникали в основные медийные платформы Черногории. Последствия этих нарративов ощущаются и по сей день.

Проводившаяся в 2011 г. перепись населения в Черногории (первая перепись после получения страной независимости) показала, что в стране проживает 620 тыс. 029 человек. 45% населения считали себя черногорцами, 29% сербами, 9% боснийцами, 5% албанцами, 3% мусульманами и менее 1% хорватами. В стране три основные религиозные группы: православные христиане (72%), принадлежащие к сербской православной церкви (СПЦ) и черногорской православной церкви; мусульмане (19%) и католики (3%). Остальная часть опрошенных принадлежит к другим религиозным группам. Они являются атеистами/агностиками или же не указали свою религиозную принадлежность.

Чтобы понять причины, стоящие за российским вмешательством в стремление Черногории добиться самой важной политической цели с момента получения независимости в 2006 г., требуется краткий экскурс в историю. Отношения между Черногорией и Россией уходят корнями к правлению царя Петра Великого. Связи между двумя царскими фамилиями были такими же прочными, как и экономические и культурные отношения между двумя государствами. Россия была покровительницей Черногории и распространяла убеждение, что две страны являются «православными братьями», поскольку доминирующей религией в Черногории и в те времена, и сегодня является православное христианство. У России давняя история преследования своих геополитических целей на Балканах, но доступ Черногории к Адриатическому морю всегда служил дополнительным мотивом для российского вмешательства. Черногория получила доступ к Адриатическому морю после Берлинского Конгресса 1878 г., когда ее суверенитет был признан теми странами, которые его раньше отвергали. Дипломатические отношения с Россией продолжались и после вхождения Черногории в югославскую федерацию.

После восстановления государственности Черногории в 2006 г. две страны установили дипломатические отношения. В то время Черногория четко определила вступление в НАТО и в Европейский союз в качестве самых важных внешнеполитических приоритетов. Это решение, однако, не закрывало двери перед другими заинтересованными инвесторами, особенно учитывая, что в этот период после получения независимости имел место

существенный экономический подъем, особенно в сфере строительства. Российские инвестиции росли и стали в стране наиболее ощутимыми.

В политическом исследовании 2018 г. «Оценка российского следа в экономике Черногории» его авторы Милица Ковачевич и Мария Миричич утверждают, что на долю России приходилась одна седьмая часть всех иностранных инвестиций за первые 10 лет после получения страной независимости. Они также добавляют, что, по данным Центрального банка Черногории, общая сумма инвестиций, поступивших напрямую из России за этот период, была примерно 1,3 млрд. евро, что составляло 31% валового внутреннего продукта Черногории. Начиная с 2006 г., Россия постоянно была в числе трех ведущих инвесторов в стране, наряду с Норвегией и Италией. Инвестиции были особенно заметны в сфере туризма – наиболее важном экономическом секторе Черногории. Согласно авторам исследования, число российских туристов в Черногории возросло с 61 тыс. в 2006 г. до 316 тыс. в 2016 г. (что составило примерно 25% всех туристов, посетивших страну в тот год).

Почетный караул черногорцев в г. Подгорица осматривает флаги НАТО и Черногории перед церемонией по случаю вступления в НАТО. РЕЙТЕР



Верующие православные христиане состязаются в том, кто вытащит деревянный крест, брошенный в реку Рибница в г. Подгорица, отмечая православный праздник Крещения. Россия продвигает нарратив о том, что две страны являются «православными братьями», потому что в них большая часть населения исповедует православное христианство.

АССОЦИЭЙТЕД ПРЕСС



Туристы посещают церкви в обнесенном средневековыми стенами черногорском городе Котор – адриатическом морском порту, уютно устроившемся в заливе, похожем на фьорд. Туризм является важным экономическим сектором страны, и туристы из России насчитывают примерно четверть всех посещающих страну туристов. GETTY IMAGES

После того как Черногория определила вступление в ЕС и НАТО в качестве основных внешнеполитических целей и начала гармонизировать свою внешнюю политику с политикой ЕС, российская сфера политического влияния значительно сузилась, но все равно продолжала присутствовать посредством определенных оппозиционных групп. Выступления оппозиции усилились после того, как в 2014 г. Россия аннексировала Крым, и Черногория присоединилась к санкциям ЕС против России.

Черногория обвинила Россию во вмешательстве в ее парламентские выборы в 2016 г. и в попытке сменить правительство в стране насильственным путем. В

день выборов был арестован ряд сербских граждан, а 14 людям были предъявлены обвинения. Среди них были два российских гражданина, одним из которых был бывший сотрудник российской военной разведки и бывший заместитель военного атташе в российском посольстве в Польше. Впоследствии его объявили персонай нон грата из-за обвинений в шпионаже и выслали из Польши. Среди других задержанных были сербский генерал полиции и бывший командующий сербской жандармерией, а также два ведущих политика и члены крупнейшей оппозиционной группы. Эпилог этой истории с попыткой переворота наступил в мае 2019 г., когда суд Черногории после годичного судебного процесса,



Черногория обвинила Россию во вмешательстве в ее парламентские выборы в 2016 г. и в попытке сменить правительство в стране насильственным путем.

который освещался на телевидении, признал виновными всех обвиняемых.

После того как Черногория получила 2 декабря 2015 г. от альянса официальное приглашение о вступлении, давление на страну усилилось. В то время как Россия делала заявления, которые можно было рассматривать как угрозы, настоящая «война» была развязана в нарративах, распространяемых через СМИ. Целью было снизить общественную поддержку идеи вступления в НАТО.

Результаты опроса общественного мнения, проведенного в ноябре 2015 г. Центром за демократию и права человека, показали, что 49,5% населения страны поддерживали вступление в НАТО. Этот процент менялся с годами от 36% в 2008 г. до 50,5% в июне 2016 г. Он также варьировался внутри этнических групп. Большинство черногорцев, албанцев, боснийцев и мусульман поддерживали присоединение к альянсу, в то время как большинство сербов было против.

В Черногории есть несколько ежедневных газет: «Pobjeda» и «Dnevne Novine», которые считаются проправительственными, и «Vijesti» и «Dan», критикующие правительство. Российский правительственный вебсайт Russia Beyond публикует ежемесячное приложение, распространяемое на Балканах. Также доступны в Черногории ежедневные новости из Сербии, выходящие в таких публикациях как «Politika», «Večernje Novosti», «Blic», «Kurir» и «Danas».

В статье «Пророссийские черногорцы выпускают новые антизападные СМИ», размещенной на проводящем расследования вебсайте Balkan Insight, указывается, что все зарегистрированные в Белграде сайты усиленно перепечатают контент, созданный в России российскими СМИ, особенно такими новостными агентствами как «Спутник», онлайн-платформой News Front и вебсайтом Russia Beyond. В статье указывается, что российские платформы появились на Балканах в то время, когда Черногория вела переговоры о вступлении в НАТО. Они создали штаб в Белграде и привлекли соавторов из Подгорицы. Некоторые аналитики считают, что российская медийная стратегия состоит в том, чтобы подавать черногорским СМИ промосковские новости на сербском языке, что будет наделять их большей силой, поскольку они будут перепечатываться в местном контексте. Широко использовались несколько нарративов, среди них были следующие:

Нарратив «Агрессивный блок НАТО»

Этот наиболее распространенный антинаатовский нарратив, который использовался в Сербии и Черногории, а также в Республике Сербской (составной части Боснии и Герцеговины) со времен конфликта в Косово в 1999 г. НАТО бомбила территорию существовавшей еще в то время Югославии, в состав которой входила и Черногория. Авиаудары продолжались в течение 78 дней. Страны НАТО попытались получить официальное одобрение Совета Безопасности ООН, но встретили сопротивление со стороны России и Китая, которые дали понять, что наложат вето на это предложение. НАТО начала кампанию без официальной санкции ООН, охарактеризовав ее как гуманитарную интервенцию. Югославия же назвала ее незаконным актом агрессии против суверенного государства и нарушением международного права.

Тот факт, что гуманитарная интервенция, которая часто считается легитимной, но не законной, была

осуществлена без официального одобрения ООН, был положен в основу нарратива о «натовских агрессорах», который постоянно повторялся в пророссийских СМИ и широко использовался вплоть до вступления Черногории в НАТО.

Статьи с заголовками типа «Агрессор в одежде миротворца» подразумевали, что черногорцы не должны присоединяться к «агрессорам» и никогда не должны «забывать, что они сделали». Указывалось, что страны НАТО и ее лидер, США, были и остаются «альфой и омегой» всего зла на земле. Нарратив приводил довод о том, что членство в НАТО будет противоречить интересам наиболее ценного союзника страны, России.

Были также и сопутствующие нарративы, такие как «натовские оккупанты» и «обедненный уран». Целью обоих было показать последствия присоединения к альянсу. Нарратив насчет оккупантов подразумевал, что после присоединения к НАТО страна потеряет свой суверенитет, что ее территориальная целостность окажется под угрозой. Статьи о натовских базах на территории Черногории также были частью этого сопутствующего нарратива. Среди заголовков в сербских СМИ был и такой: «Вот где будут размещены натовские базы в Черногории», подразумевавший, что размещение таких баз просто неизбежно. Другой заголовок гласил: «Правительство Черногории публикует налоговые платежи НАТО, что свидетельствует о намерении строить базу». Цель была в том, чтобы заставить черногорцев думать, что после вступления в НАТО они утратят возможность самим решать свою судьбу. Этот нарратив умышленно играл на чувстве гордости черногорцев, поскольку одними из основных лозунгов движения за независимость в 2006 г. были отделение от Сербии и возможность самостоятельно вырабатывать свои приоритеты и отвечать за свой суверенитет и территориальную целостность.

Нарратив про обедненный уран также получил широкое распространение и приобрел, возможно, наиболее чувствительный характер, поскольку имел отношение к здоровью населения. В СМИ появлялись такие заголовки: «Черногория и НАТО: засуха обедненного урана», «Достаточно сказать – хлеб, соль и уран для врагов», «Натовские бомбы все еще убивают сербов», а также «Натовские бомбы – вечная угроза для здоровья» и «Из-за обедненного урана в Косово умерло 300 солдат KFOR (международной миссии под эгидой НАТО в Косово)». Все они были нацелены на то, чтобы убедить общественность в том, что были вредные для здоровья последствия от контактов с боеприпасами, содержащими уран, которые использовали натовские войска в 1999 г. В этих статьях делалась попытка увязать контакты с боеприпасами, содержащими обедненный уран, с ростом числа раковых больных в Сербии и среди солдат, участвовавших в военной кампании в Югославии. Однако, ни одна из этих статей не приводит научных выкладок, которые бы подтвердили такую связь.

Нарратив «Российская военная мощь»

Примерами заголовков, поддерживающих нарратив «Российская военная мощь», могут быть следующие: «Миллиардные вливания: вот какое новое оружие будет у российской армии в 2015 г.», «Возрождение российской военной промышленности – без твердой руки мы ничто», «НАТО встревожена российским вторжением», «Российское оружие и военное оборудование на выставке в Париже», «Российская армия получает гипероружие», «Российский «охотник» Су-35 назван королем неба», «Натовские генералы: российская армия хорошо вооружена и очень сильна», «Российское оружие для XXI века» и «Россия стала богаче на две ракеты «Циркон» и «Скиф»». Этот нарратив имел целью показать, что российская армия непобедима, и посеять сомнения в способности НАТО защитить Черногорию. Одним из основных аргументов правительства страны в пользу вступления в альянс был как раз тот, что, учитывая небольшой размер страны, она просто должна быть частью системы коллективной обороны НАТО. Именно поэтому статьи в оппозиционных СМИ изображали Россию как страну с наиболее современной артиллерией, ракетами класса «земля-воздух», боевыми самолетами и вертолетами. Кроме того, этот нарратив изображал действия российских войск в Сирии как героические. Успеху этого нарратива способствовало также отсутствие новостей о военной мощи и оборудовании НАТО.

Нарратив «Превосходство российской медицины»

Это один из наименее заметных нарративов. Он относится к повседневной жизни, и целью его было показать превосходство России в чем-то таком, что затрагивает каждого. Также было намерение показать гуманитарный аспект, который не привязан целиком к конкуренции с другими странами. Этот нарратив имеет успех, поскольку в республиках бывшей Югославии определенные области медицины, такие как офтальмология, традиционно ассоциировались с российскими специалистами, которые работают в регионе и считаются очень опытными.

Вот примеры заголовков, относящихся к этому нарративу: «Быстрый диагноз и лечение без лекарств», «Доктор Николай Науар Нафи: здоровье без химии, лечение без побочных эффектов» и «Почему российская альтернативная медицина такая успешная». Этот нарратив также поддерживало проникновение на рынок Черногории российской медицинской и косметической продукции, причем маркетинговая кампания подчеркивала содержащиеся в российской продукции натуральные компоненты. Главной целью было противостоять представлениям о том, что все передовое и современное приходит с Запада, и продемонстрировать, что в этих конкретных видах продукции Россия обогнала Запад.

Эти нарративы существуют даже сегодня, хотя большинство упомянутых статей были написаны в период с 2015 г. по 2017 г. Чтобы понять эффект этих нарративов, обратитесь к исследованию, проведенному Национальным институтом демократии в Вашингтоне



Генеральный секретарь НАТО Йенс Столтенберг, справа, и премьер-министр Черногории Мило Джуканович во время встречи представителей Североатлантического Совета и Черногории в штаб-квартире НАТО в Брюсселе. АССОЦИЙТЕД ПРЕСС

на территории Черногории, Боснии и Герцеговины, Сербии и Северной Македонии и опубликованному в начале 2019 г. В этом исследовании, помимо других аспектов, рассматривается отношение граждан к иностранному влиянию и сообщениям СМИ на эту тему. Исследование показывает, что, хотя Черногория и является членом НАТО, 45% ее жителей положительно относятся к России, 41% положительно относятся к Китаю, 40% положительно относятся к ЕС, 29% положительно относятся к США и 25% к НАТО. Респонденты сказали, что на их мнение в основном оказывают влияние СМИ, друзья и члены семьи. На вопрос о том, какие государства или организации оказывают их стране наибольшую поддержку, 45% опрошенных назвали ЕС и 13% назвали Россию. Твердое большинство в 58% согласилось с тем, что их страна должна продолжать идти по европейскому пути, даже если это испортит хорошие отношения с Россией. Что касается нарративов, о которых речь шла выше, интересно отметить, что 47% считают, что в военном плане Россия сильнее НАТО, 37% считают наоборот, а 17% не смогли ответить на этот вопрос.

На вопрос о том, станет ли жизнь в стране лучше, если она откажется от интеграции с ЕС и повернется к России, 43% ответили утвердительно, 46% отрицательно

и 11% не смогли дать ответ на этот вопрос. Половина ответивших считают, что экономическое развитие страны связано с Россией. На вопрос о том, смогла ли бы страна достичь целей своего экономического развития, если бы выбрала Россию в качестве основного торгового и инвестиционного партнера, 51% опрошенных ответили утвердительно. Однако, 59% ответили, что страна сможет достичь целей своего экономического развития, если и дальше будет поддерживать отношения с ЕС как с ключевым торговым и инвестиционным партнером.

На вопрос о том, какую бы страну они выбрали для лечения или операции, 21% назвали Россию, что оказалось самым высоким показателем для одной страны, 28% назвали ЕС и 20% назвали США. На вопрос о том, обращают ли они внимание на источники тех новостей, которые они слушают, 54% опрошенных ответили отрицательно.

Конечно же, не все результаты опроса являются следствием этих нарративов, но некоторые из них действительно беспокоят и демонстрируют ущерб, который может нанести даже ненавязчивая пропаганда. Результаты показывают, насколько важно объяснять преимущества членства в НАТО, например, или достижения любой важной цели, а также важность сдерживания «фейковых» новостей. □



ТУМАН СОВРЕМЕННОЙ ВОЙНЫ

РОССИЙСКАЯ КАМПАНИЯ ДЕЗИНФОРМАЦИИ В БОЛГАРИИ

Ваня Девенска, парламентский секретарь, Министерство обороны Болгарии

В начале 2018 г. интенсивность российских гибридных действий, направленных на создание препятствий для европейской интеграции стран Западных Балкан, повысилась. При этом эксплуатировались как исторические связи с Россией, так и принадлежность к единой православной церкви. Например, на своем вебсайте Российская православная церковь разместила видеозапись того, как российский патриарх Кирилл выражает свое возмущение по поводу выступления болгарского президента Румена Радева, говорившего о роли других стран, помимо России, в освобождении Болгарии от ига Османской империи. Кирилл назвал выступление Радева «неверной исторической интерпретацией». Затем российское агентство новостей ТАСС распространило речь Кирилла, в которой он подчеркивал, что Болгарию освободила именно Россия, а не «Польша, не Литва, и не какие-то другие страны», игнорируя тот факт, что солдаты из этих стран погибли в боях за освобождение Болгарии.

Рассылка специальных сообщений является частью хорошо структурированной российской иерархической системы, которая планирует, разрабатывает и реализует стратегии координированного использования военных и невоенных инструментов. Созданные линии пропаганды и дезинформации легитимизируются через Министерство иностранных дел России, хотя Кремль постоянно отрицает участие в деятельности, направленной на формирование выгодного ему общественного мнения. В этих кампаниях дезинформации используются следующие приемы: искажение фактов; очернение репутации отдельных людей или организаций, выбранных в качестве мишени; и публикация абсолютно живых утверждений с целью сбить с толку общественность. В эти кампании активно вовлечены электронные, печатные и вещательные СМИ, которые финансово зависят

от Москвы или политических функционеров. Во время подготовки к выборам в Европарламент депутатов от Болгарии в 2019 г. Россия создала в Фейсбук страницы в поддержку пророссийской Социалистической партии Болгарии (СПБ). Эти страницы представляют собой источник фейковых новостей и известны заголовками типа «Давайте вернем Болгарию болгарам». У этих сайтов анонимные владельцы, а сами они стали первоначальными источниками потока дезинформации. Затем их начинают цитировать другие СМИ и социальные сети. При помощи пересылки трендовых комментариев создается иллюзия, будто эти ложные заявления являются реальными фактами. Цель состоит в том, чтобы спровоцировать дискуссии в официальных СМИ, которые потом перерастут в дебаты, раскалывающие общество.



Президент Болгарии Румен Радев выступает перед Генеральной Ассамблеей ООН в сентябре 2019 г. АССОШИЭЙТЕД ПРЕСС

Например, вскоре после выборов в Европарламент в социальных сетях накалились страсти из-за вспышки африканской свиной лихорадки. Лидер СПБ Корнелия Нинова обвинила премьер-министра Бойко Борисова в том, что он высмеивает беспокойство людей относительно вируса. Сообщение о вспышке заболевания было частью кампании по дезинформации с целью политизировать проблемы и ослабить проевропейское правительство Болгарии. Мишенями становятся отдельные люди или организации, которые бьют тревогу в связи с российским влиянием в бывших советских странах-сателлитах. Дезинформация скрыта под видом официальных оценок и анализа реальных событий и процессов.

Совершенно очевидно, что во время выборов в Европарламент в мае 2019 г. российская дезинформация интенсифицировалась. Положительный момент состоит в том, что избиратели отвергли безобразное лицо «евразиянизма». За две недели до выборов большинство опросов общественного мнения показало равную степень поддержки двух крупнейших партий в Болгарии – ГЕРБ (провропейской) и СПБ (пророссийской) – хотя некоторые опросы, возможно, предвзято, сообщали о поддержке просоветских настроений. Например, основным лозунгом националистической партии «Атака» на выборах было снятие санкций, введенных против России. В конечном итоге, партии, ставившие под вопрос проевропейскую политику Болгарии – СПБ,

«Атака», АБВ, «Возрождение» и «Воля» – потерпели поражение.

Российские информационные операции нацелены на подрыв осведомленности болгарской общественности о евроатлантическом выборе Болгарии и, соответственно, на оказание более прямого влияния на политические решения парламента и правительства. Только за последние три года имели место сотни случаев прямого и косвенного вмешательства России во внутренние дела Болгарии – через парламентские и непарламентские политические партии, политических лидеров, ключевых фигур в госадминистрации, пророссийские электронные и печатные СМИ, вебсайты, прокоммунистические русофильские организации, православных активистов, тролли в Интернете, олигархов и криминальные группировки. Опубликованные отчеты различных аналитиков выделяют следующие темы в медийном пространстве:

- Членство Болгарии в ЕС и НАТО.
- Санкции и контрсанкции в связи с войной России в Украине.
- Отношение к Сирии и Ближнему Востоку.

Более крупные новостные сайты в Болгарии занимают центристскую позицию с небольшим уклоном в сторону Москвы, но на более мелких сайтах в болгарском Интернете доминирует российская пропаганда. Сотни сайтов распространяют российскую пропаганду. Анализ этих сайтов показал, что у 10 самых крупных из них нет конкретного владельца, и что они генерируют миллионы «кликов». Это означает, что против Болгарии развязывается широкомасштабная война посредством дезинформации и пропаганды.

В 2019 г. проводилась кампания по дезинформации в связи с местными выборами в Болгарии. Во время предвыборной кампании прокуратура объявила о начале расследования в отношении российского гражданина, обвиняемого в получении развединформации, содержащей государственные тайны. В результате, российский дипломат, первый секретарь российского посольства в Софии, был отозван и покинул страну. Кроме того, председатель Русофильского движения Николай Малинов был обвинен в шпионаже. Позже стало ясно, что, несмотря на выдвинутые против Малинова обвинения, судья разрешил ему выехать в Москву для получения Ордена Дружбы, которым он был награжден на специальной церемонии в Кремле. Прокуратура утверждает, что Малинов



Председатель Европейской Народной Партии Германии Манфред Вебер выступает на митинге в Софии, Болгария, в мае 2019 г., за несколько дней до выборов в Европарламент.

АССОШИЭЙТЕД ПРЕСС



работал на две находящиеся в России организации в течение почти девяти лет. В ходе обыска была обнаружена записка, написанная Малиновым на русском языке, в которой он описывает необходимость геостратегической реориентации Болгарии в сторону России. В записке указываются меры, необходимые для достижения этой цели, а также утверждается, что реориентация должна основываться на таких факторах как православие, славянская культура и традиции. В ней поддерживались усилия по созданию неправительственных организаций, интернет-сайтов, телевизионного канала, «мозгового треста» и политической партии. Впоследствии российскому олигарху Константину Малофееву, который, по сообщениям, близок к Владимиру Путину, был запрещен въезд в Болгарию на 10 лет. Также из страны был выслан российский генерал Леонид Решетников, которого обвинили в координации российских шпионских операций в Болгарии. Выборы 2019 г. закрепили статус-кво: основные политические партии

и правящая коалиция укрепили свои позиции. Не ожидается никаких перемен, и есть все основания считать, что проевропейская и пронатовская ориентация Болгарии будет оставаться неизменной.

В заключении стоит отметить, что подобные российские кампании по оказанию влияния следует ожидать и в будущем. Например, 9 мая 2019 г. большое количество пророссийски настроенных болгар праздновали День Победы, несмотря на то что Болгария была в числе проигравших во Второй мировой войне. Этот праздник был введен, когда Болгария была политически подчинена Советскому Союзу, и официально упразднен в 1989 г., когда Советский Союз распался. Стоит ожидать повышения интенсивности российских гибридных атак и кампаний по дезинформации. Будут придуманы новые способы скрыть источники дезинформации и истинные намерения с тем, чтобы расширить аудиторию для таких сообщений и спровоцировать общественные дебаты в Болгарии и в других странах мира. □

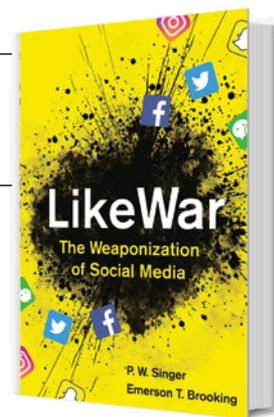
Болгары протестуют против организованной российским посольством в Софии выставки «75 лет со дня освобождения Восточной Европы от фашизма». Сентябрь 2019 г. РЕЙТЕР

«МЕМЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ВОЙНЫ»

АВТОРЫ: П.В. Сингер и Эмерсон Т. Брукинг

ИЗДАТЕЛЬСТВО: «Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt»

РЕЦЕНЗЕНТ: Патрик Сван, внештатный сотрудник журнала *per Concordiam*



Если война, как утверждает прусский военный теоретик Карл фон Клаузевиц в своей известной фразе, «есть продолжение политики иными средствами», то авторы П.В. Сингер и Эмерсон Т. Брукинг рассматривают сегодняшнее цифровое поле боя как «войну при помощи других инструментов – мемов». С момента своего возникновения социальные сетевые ресурсы безжалостным образом были превращены в оружие для нападения и разрушения репутации людей распространением «вирусных» постов, предназначенных для создания и контролирования нарратива. Но это кажется безобидным по сравнению с тем, что описывают авторы в своей короткой, но острой монографии «Как на войне: превращение социальных сетевых ресурсов в оружие», в которой они указывают на опасные последствия для стран и людей, которые не обращают должного внимания на эту альтернативную сферу ведения войны.

Авторы выделяют два основных типа «цифровых бойцов» – негосударственные субъекты, преследующие идеологические или религиозные цели, и государственные субъекты, желающие получить определенные преимущества для своей страны. В отношении первого типа, Сингер и Брукинг описывают, как самопровозглашенное Исламское государство (ИГИЛ, или Даиш) использовало хештег #AllEyesOnISIS для своего вторжения в северную часть Ирака в 2014 г. Они «срежиссировали кампанию в социальных сетевых ресурсах таким образом, чтобы пропагандировать свои действия, они организовали фанатичных сторонников и расширили масштабы вещания при помощи целой армии ботов в Твиттере ... Было даже приложение для смартфонов, сделанное таким образом, что сторонники джихада, находясь дома, в знак солидарности могли подключить свои аккаунты в социальных сетевых ресурсах». Авторы также добавляют: «Он стал самым популярным хештегом в арабской версии Твиттера». Демонстрируя социальные сетевые ресурсы в качестве оружия, «видеоролики ИГИЛ показывали пытки и казни тех, кто осмелился не повиноваться. А затем была достигнута их цель в реальном мире: хештег #AllEyesOnISIS приобрел силу невидимого артиллерийского обстрела с тысячами сообщений, кружащими впереди наступающих войск».

Сингер и Брукинг объясняют, что быстрый захват ИГИЛ города Мосул показал еще одну сторону компьютеризированной войны. В этой связи вернемся к Клаузевицу: в то время как природа войны остается неизменной – одна сила стремится заставить другую силу подчиниться своей воле – характер войны точно изменился. Когда национальная армия удирает от врага в основном из-за того, что солдаты видели на своих смартфонах, а не в реальном бою, то это свидетельствует об изменении характера войны. Население может

привыкнуть к артиллерийскому огню и воздушным бомбежкам, но когда ИГИЛ «телеграфирует» через социальные сети о своем скором прибытии, то у людей возникает ощущение, что их уже взяли на прицел. «Исламское государство, у которого не было реальных средств ведения кибервойны, о которых можно было бы говорить, - замечают авторы – просто проводило военное наступление так, как будто это была масштабная маркетинговая кампания, и выигрывало сражения, которые, по идее, невозможно было выиграть. Его хакеры не атаковали компьютерные сети – они атаковали информацию в них».

Сингер и Брукинг считают, что ИГИЛ выбрало своей мишенью «дух народа страны», что является самым важным ключевым объектом в любой войне. Логика здесь простая – подави ключевой объект, и государство капитулирует. Однако, нормой является совершенно противоположное. История изобилует примерами, когда государство сопротивлялось своему агрессору еще долго после того, как народ смирился с поражением, потому что все авторитарные правители выражали сильное желание продолжать борьбу до последнего мирного жителя. И все же, авторы правы в том, что нападение на противника, независимо от того, что является ключевым объектом, не обязательно требует массированных бомбардировок или вороха пропагандистских материалов. «Все, что для этого требуется – это смартфон и пара свободных секунд, - считает Сингер. – И это может сделать каждый». Назовите это демократизацией войны. Сингер и Брукинг таким образом суммируют аспекты этой новой войны: Интернет превратился в поле боя, а поля боя определяют, как будут протекать конфликты и что собой представляет война. Теперь в этой войне участвуют все.

И все же, эта демократизация войны проявляется различными способами. Сингер и Брукинг рассказывают, как 17 жителей сирийского г. Ракка собрались вместе, чтобы рассказать историю уничтожения их города. ИГИЛ перекрыло доступ жителей к независимым источникам новостей, убив всех журналистов, которых могло отыскать. Однако, эту пустоту заполнили сами жители Ракки через посты в социальных сетевых ресурсах. «Они это делали через онлайн-новостную сеть, названную ими «Ракку тихо убивают». Это был такой же акт неповиновения, как и независимые репортажи журналистов. По словам одного из членов этой группы, они верили в то, что «правдивые рассказы» окажутся сильнее оружия ИГИЛ». Затем, когда силы коалиции выбили ИГИЛ из Ракки, эти «журналисты социальных сетевых ресурсов» из числа обычных граждан

показали, как когда-то непобедимое ИГИЛ превратилось в невидимое ИГИЛ, выгнанное из своих бастионов и заклеянное позором на своих аккаунтах в социальных сетевых ресурсах. Если уж простые жители могут оказать сопротивление путем развязывания войны в социальных сетевых ресурсах, то государства могут сражаться еще более эффективно, если они серьезно воспримут эту проблему и возьмут на вооружение кибервозможности.

И все же, как насчет «серой зоны», т.н. гибридной войны, которую развязывают некоторые государства, когда скрытые действия прячут непосредственных виновников дестабилизирующих операций, которые нельзя официально назвать военными операциями? Пусть они не такие кровавые как кампании ИГИЛ, но уж точно такие же подлые и бесчестные. Сингер и Брукинг цитируют Бена Ниммо, описывающего четырехступенчатый подход: устранить критику, исказить факты, отвлечь внимание от основной проблемы и вызвать беспокойство у аудитории. Россия вторглась в Крым? «Чушь! Какие «зеленые человечки»? Что за нелепое обвинение». Гражданский самолет был сбит сепаратистами, которых поддерживает Россия? «Должно быть, это сделало украинское правительство». Авторы утверждают: «Смысл такого мощного потока лицемерия в том, чтобы породить сомнения, заставить людей задуматься о том, как среди такого количества противоречащих друг другу сообщений одно сообщение может быть более «правильным», чем любое другое».

Сингер и Брукинг отмечают, что ключом к успешному использованию превращенных в оружие социальных медийных сетей является передача сообщений, имеющих три характерных черты – простота, отклик у аудитории и новизна. Именно эти черты «определяют, какие нарративы будут распространяться, а какие провалиться». ИГИЛ наступает, и правительственная армия бежит. Нет изображений военных в российской форме, так как же можно утверждать, что Россия вторглась в Крым? Эти черты являются ключевыми, поскольку «чтобы управлять нарративом, нужно диктовать аудитории, кто является героем, а кто злодеем; что правильно, а что неправильно; что существует в реальности, а что нет».

Именно поэтому государства должны серьезно относиться к превращению социальных сетевых ресурсов в оружие. В Европе или в Северной Америке кадры вторжения ИГИЛ в Мосул – толпа оборванцев на пикапах, изображающих из себя крутых бойцов – выглядели нелепыми, и их нарратив не имел никакого успеха. Но для обескураженной и внутренне разделенной армии этого было достаточно, чтобы утратить уверенность в себе и бежать, оставив за собой незащищенное и охваченное ужасом население города. Однако, в то время как война в социальных сетевых ресурсах может начаться с наступления какой-то одной стороны, в эту войну со временем может вступить и противоборствующая сторона и переломить ход событий. Сингер и Брукинг утверждают:

«Победа требует понимания природы жизнестойкости и превратности экономики человеческого внимания, а также таланта к передаче нарратива, эмоций и достоверности, объединенного с усилениями по слочению общества и непрерывной доставкой контента (информационным напыльвом). И поскольку это все происходит в открытом Интернете, каждый из этих конфликтов превращается в перетягивание каната с неизвестным числом игроков».

В случае со сбитым над Украиной самолетом Малазийских авиалиний, выполнявшим рейс МН17, российская сторона задействовала в Интернете легионы ботов для того, чтобы скрыть свою виновность. Однако, онлайн-пользователи по всему миру, опираясь только на материалы из открытых источников, решительно отвергли российские заявления о непричастности к катастрофе. Они предоставили убедительные доказательства того, что ракета класса «земля-воздух» поступила из российских оружейных складов. Тем не менее, хотя отдельные люди могут собраться в виртуальную группу для оказания поддержки в каких-то отдельных случаях, они не могут заменить те огромные ресурсы, которые может взять на вооружение государство для ведения кампании в социальных сетевых ресурсах.

Однако, некоторые из решений, к которым призывают Сингер и Брукинг, также предполагают разрешение трудноразрешимых проблем. По их мнению, государства (а также отдельные люди и даже операторы социальных сетевых ресурсов) должны через социальные медийные платформы клеймить позором любого, кто распространяет «ложь, ненависть и другую общественную отраву». Но кто именно даст определение «опасной речи»? Сингер и Брукинг приходят к выводу, что «Силиконовая долина должна принять больше политической и социальной ответственности, к которой её обязывает успешное внедрение их технологий». Но действительно ли мы должны наделять такой ответственностью юридически и политически неподотчетные частные компании, оперирующие платформами социальных сетевых ресурсов, справедливо обвиненными в подражании жесткой практике подавления авторитарными правительствами легитимных политических выступлений? Это прямой путь к массовым злоупотреблениям. Опортунистические авторитарные правительства или неокрепшие демократические правительства с удовольствием обвинят внутренних политических оппонентов в распространении «опасных речей», которые необходимо искоренять.

Превращение социальных сетевых ресурсов в оружие вызывает серьезную озабоченность. Сингер и Брукинг предлагают ряд возможных ответных действий, и одно из них, вероятно, следует продумать более глубоко. Предложенный ими способ уничтожения «опасных речей» может еще больше отравить «питьевую воду», которую потребляют все пользователи Интернета. Более эффективным способом борьбы с кампаниями дезинформации будет массированное наступление прозрачности и правдивости сообщений совместно с разумной дозой высмеивания. Жители г. Ракка понимали это, так же как понимали простые пользователи Интернета, разоблачившие виновных в катастрофе самолета в небе Украины. Это могут делать как правительства, так и отдельные граждане, а операторы социальных сетевых ресурсов в своей борьбе за сообщение пользователям реальных фактов могут обеспечивать платформы, но не цензуру.

Сингер и Брукинг гораздо более убедительны в своем заключительном выводе: в этой войне участвуем мы все. «Если мы больше не хотим, чтобы нами манипулировали, мы должны изменить наш способ перемещения в новом медийном пространстве. Если у вас появились сомнения в правдивости первого источника, попытайтесь найти второй источник, затем третий, затем четвертый. А вот если вы не имеете сомнений, то тогда вы еще больше усугубляете проблему». □

Стационарные курсы

Democratia per fidem et concordiam

Демократия через доверие и дружбу



Отдел регистрации

George C. Marshall European Center
for Security Studies
Gernackerstrasse 2
82467 Garmisch-Partenkirchen
Germany

Телефон: +49-8821-750-2327/2229/2568

Факс: +49-8821-750-2650

<https://www.marshallcenter.org>
registrar@marshallcenter.org

Порядок регистрации

Европейский центр исследований по вопросам безопасности имени Джорджа К. Маршалла не принимает заявлений напрямую. Заявления на все курсы должны поступать через соответствующее министерство и посольства США или ФРГ в стране проживания кандидата. Тем не менее, отдел регистрации слушателей готов помочь кандидатам инициировать процесс. Запрос можно направить по электронному адресу: registrar@marshallcenter.org

ПРОГРАММА ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ БЕЗОПАСНОСТИ (ПАСС)

Основной курс очного обучения Центра им. Маршалла охватывает такие сферы, как политика безопасности, вопросы обороны, международные отношения, включая международное право и борьбу с терроризмом. Основной темой, рассматриваемой на протяжении всей программы, является необходимость международного, межведомственного и междисциплинарного сотрудничества.

ПАСС 20-19

9 сентября -
24 ноября 2020

Сентябрь						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
	1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Октябрь						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Ноябрь						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

ПРОГРАММА «БОРЬБА С ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗОВАННОЙ ПРЕСТУПНОСТЬЮ» (БТОП)

В центре внимания этой программы очного обучения находятся угрозы национальной безопасности, исходящие от контрабандных операций и других преступлений. Курс рассчитан на правительственных и государственных чиновников и практических работников, которые занимаются разработкой политики, правоохранительной и разведывательной деятельностью, а также операциями перехвата.

БТОП 20-07

17 марта -
8 апреля 2020

Март						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Апрель						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

БТОП 20-16

8-30 июля 2020

Июль						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ПРОГРАММА «ТЕРРОРИЗМ И ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ» (ПТВБ)

Эта программа рассчитана на государственных служащих и офицеров вооруженных сил, которые в настоящее время работают на среднем и высшем уровнях управления организаций по борьбе с терроризмом, и она содержит сведения о характере и масштабах современной террористической угрозы. Программа повысит способность слушателей бороться с последствиями терроризма на региональном уровне за счет предоставления основных знаний, которые позволят служащим органов национальной безопасности сотрудничать на международном уровне в деле борьбы с террористической угрозой.

ПТВБ 20-5

11 февраля -
12 марта 2020

Февраль						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

Март						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ПТВБ 20-18

6 августа -
3 сентября 2020

Август						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Сентябрь						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

ПРОГРАММА ПО ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ (ПВКБ)

Курс посвящен тому, как решать проблемы киберпространства в соответствии с основополагающими ценностями демократического общества. Это нетехническая программа, которая помогает участникам понять характер и масштабы современных угроз.

ПВКБ 20-02

3-19 декабря 2019

Декабрь						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

СЕМИНАР ПО РЕГИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (СРБ)

Цель семинара – систематический анализ характера отдельных кризисов, влияния региональных субъектов, а также воздействия международных мер помощи.

СРБ 20-03

14 января -
7 февраля 2020

Январь						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Февраль						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

СЕМИНАР ДЛЯ ВЫСШЕГО РУКОВОДЯЩЕГО СОСТАВА (СВРС)

Это интенсивная программа, посвященная новым ключевым глобальным тенденциям, которые могут привести к появлению новых точек зрения, концепций и совместных обсуждений, а также возможных решений. Программа предназначена для высшего офицерского состава, дипломатов высокого ранга, послов, министров, заместителей министров и парламентариев. СВРС состоит из официальных презентаций, проводимых высшими должностными лицами и признанными специалистами, с последующим всесторонним обсуждением в семинарских группах.

СВРС 20-15

22-26 июня 2020

Июнь						
ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

ПРОГРАММЫ ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ

Кристофер Бурелли

Директор, программ для выпускников
тел +49-(0)8821-750-2706
christopher.burelli@marshallcenter.org

Языки: английский, словацкий, итальянский, немецкий

Специалисты по связям с выпускниками

Дру Бек

Западные Балканы,
франкоговорящая Африка

Языки: английский,
французский

тел +49-(0)8821-750-2291
ryan.beck@marshallcenter.org

Кристиан Эдер

Западная Европа

Языки: немецкий, английский

тел +49-(0)8821-750-2814
christian.eder@marshallcenter.org

Марк Джонсон

Восточная Европа, Кавказ,
Центральная Азия;
Специалист по кибервопросам

Языки: английский, русский,
французский

тел +49-(0)8821-750-2014
marc.johnson@marshallcenter.org

Фрэнк Льюис

«Вьешградская четверка», Прибалтика,
Ближний Восток, Южная и Восточная Азия;
специалист по противодействию терроризму

Языки: английский, немецкий

тел +49-(0)8821-750-2112
frank.lewis@marshallcenter.org

Донна Джанка

Северная и Южная Америка, англоговорящая
Африка, Восточные Балканы, Монголия;
специалист по борьбе с транснациональной
организованной преступностью (БОП)

Языки: английский, немецкий

тел +49-(0)8821-750-2689
nadonya.janca@marshallcenter.org



mcalumni@marshallcenter.org



★
**ДЕНЬ ПОБЕДЫ
В ЕВРОПЕ**

75

День Победы в Европе 8 мая 2020 г.
отмечает 75 годовщину со дня окончания
Второй мировой войны в Европе.

Per Concordiam использует эту возможность, чтобы почтить
память союзных войск, которые принесли значительные
жертвы для обеспечения мира столь многим.

