

ИНТЕРВЬЮ 10.09.2018

Война лайков

Как Интернет изменяет войну и политику и почему мы все становимся оружием

Читайте также это интервью на немецком языке

В вашей книге Like War («Война лайков»), которая вскоре увидит свет, вы размышляете о том, как социальные медиа становятся оружием, и исследуете, как Интернет изменяет войну и политику. Можете ли вы охарактеризовать наиболее важный тренд?

Около 25 лет назад исследователи обнаружили явление так называемой кибервойны. Компьютерные сети как раз только возникали и быстро приобретали значимость. Они все больше и чаще взламывались – это и есть «кибервойна». Сейчас нам постепенно становится ясно, что эта война имеет своего двойника. Я называю его «войной лайков» (Like War). На такой войне взламываются информация и люди внутри сетей. Моя книга начинается с некоторых давних примеров, с прежде немислимых процессов, которые являются результатом этих изменений: с первого твита Дональда Трампа через хэштег IS (Islamic State, Исламское государство», ИГ), который помог при захвате Мосула, внушив установку на силу войск террористов, которой в реальности не было, и этим вызвав панику среди защитников города – вплоть до показа видео в YouTube о чикагских гангстерах, повлекшего за собой войну между бандами. Кажется, будто все эти примеры имеют между собой мало общего. Однако все они наглядно иллюстрируют, насколько сильно социальные медиа влияют на известия, политику и войну. Like War все изменила – начиная с того, что надо делать, чтобы «победить», и заканчивая нашими взглядами на важнейшие проблемы мира. И это только начало. Все, что мы пережили за последние годы, – это лишь предвкушение того, что нас еще ждет впереди.

Вы утверждаете, что не только Интернет изменил войны, но и войны тоже изменили Интернет. Можете вкратце пояснить, что

там происходит?

Интернет, в прошлом безмятежное и лучезарное пространство для личных контактов, превратился в нервную систему современной торговли. Кроме того, он мутировал на поле битвы, на котором информация сама стала оружием.

Насколько важным Интернет стал для экономики и социальной жизни, таким же неотъемлемым он является сейчас для военных, для демократических и авторитарных правительств, для активистов, а также шпионов и солдат. Все они его используют, чтобы вести войны и проводить кампании, у которых нет четких границ. И примечательным образом все пользуются одной и той же тактикой: все они покушаются на нас с вами. Иными словами, самые авторитетные рекрутеры, ориентированные на ИГ или на Тейлор Свифт, работают совершенно аналогичным образом и охотятся за той же самой публикой!

Какую роль играют такие большие технологические кампании, как Facebook и YouTube, в LikeWar? Каково их влияние?

LikeWar означает также, что роль компаний, которые являются определяющими для Интернета, изменилась. Они больше не просто соединяют нас, но и устанавливают правила онлайн-войны. Это влияет на все, и не в последнюю очередь также на исход выборов и сражений. YouTube, например, был изначально инспирирован идеей заполучить картинку стрип-казуса с обнаженной грудью певицы Джанет Джексон. Это была возможность делиться видео в обход цензуры. А сейчас компания должна заниматься тем, как бы ей посредством регламентации обуздать все мыслимое и немислимое – от неонацизма до российских информационных операций. Последствия решений небольшого числа людей едва ли смогут оказаться сильнее. Если бы, например, Марк Цукерберг ввел реформы в Facebook уже в 2016 году, а не в 2018-м, когда вред уже был нанесен, то сегодня, вероятно, кто-то другой занимал бы пост президента США. Вотум недоверия по вопросу Brexit, возможно, выглядел бы иначе в мире, если бы были запрещены боты, а алгоритмы по-другому управляли известиями. Различные террористические акты не случались бы, в зависимости от того, какой обмен новостями как раз был или не был позволен.

При каких предпосылках можно «победить» в этом окружении? Имеют ли управляемые на государственном уровне подходы, практикуемые во многих государствах, преимущество перед приватно управляемыми моделями из западного мира в стиле

Кремниевой долины?

Чтобы победить в «войне лайков», необходимо отправить гулять свое послание по типу вируса, то есть быстро обеспечить ему широкое распространение в Интернете. Это в одинаковой мере действительно и для выборов, и для сражений или маркетинговой войны ради нового альбома, так как внимание создает власть и задает повестки дня.

Есть множество путей, чтобы достичь этой цели и при этом сохранять контроль. В то время как пионеры Интернета еще утверждали, что Всемирная сеть сделает всех нас свободными, правительствам и фирмам удалось запрячь в свои телеги эту прежде освободительную силу социально-медийной революции и использовать ее для своей выгоды.

Существуют модели старого типа, например, в Турции, где из социально-медийной активности экстрагируется важная информация о диссидентах и блокируется содержание, критикующее систему, которое в противном случае стремительно распространялось бы во Всемирной паутине (World-Wide-Web). Сверх того, например, в Китае, строится так называемая социально-кредитная система, в которой сохраняются различные «данные граждан» – от онлайн-комментариев относительно перформанса в профессиональной сфере и до времени, которое человек проводит за компьютерными играми. На этой основе составляется система баллов, которая оценивает «благонадежность» индивидуума. Количество баллов является решающим во многом, например, для перспективы получения работы, и может оказывать влияние даже при поиске партнера. Восхитительно то, что на Западе с его Big Data собираются те же самые огромные массивы данных, но в руках небольшого числа компаний, которые извлекают из этого прибыль для самих себя.

Не преувеличена ли опасность, которая якобы исходит от социальных медиа как оружия? Разве в свое время не было аналогичного сомнения, когда появился печатный станок? Насколько опасно то, что достоверность информации затеняется эпидемичностью ее распространения? И разве не всегда в военное время правдой пренебрегали?

Ну, я утверждал бы противоположное. Печатный станок был исторически важнейшим изобретением. Он многое принес с собой и на многое воодушевил: от массовой литературы, Мартина Лютера и Реформации и вплоть до 30-летней войны. И не в последнюю очередь печатный станок дал жизнь также и новостному бизнесу. Вместо того чтобы преувеличивать то, как

это изобретение изменило мир, мы скорее склоняемся к тому, чтобы приуменьшить его значение. И в наше время мы переживаем точно такое же мощное по влиянию новшество. Новая технология коммуникации не только формирует нашу социальную жизнь, но и влияет также на наше поведение как избирателей и на наше ведение войны.

Итак, да, мы видим пример, отражающий некоторую часть прошлого, и именно ту часть, которая имеет огромное историческое значение. Действительно также, что и раньше в военное время правдой зачастую пренебрегали. Однако сейчас к этому прибавляются опасные тенденции развития: от «альтернативных фактов» – концепции, названной так советниками Трампа (которая в буквальном смысле является атакой на представление о самой правде), и до DeepFake-видео, которые так сплавляют реальность и подделку, что вообще больше не понять, где истинное, а где сфальсифицированное. Чтобы удерживать контроль, военные ведомства и маркетинговые фирмы все более обращаются к искусственному интеллекту.

Что может этому противодействовать – на политическом и на индивидуальном уровне? Что могут сделать обычные люди, чтобы не стать жертвенной пешкой на этом новом онлайн поле битвы?

Как для всех проблем в реальном мире, здесь тоже есть не одно решение. Мы должны сближаться на уровне правительства, экономики и общественности. Для правительств это означает следующее: точно так же, как они в прошлые десятилетия принимали контрмеры, когда им стали понятны угрозы, исходящие из виртуального мира, они должны поступать по отношению к LikeWar. При этом США являются примером того, что как раз НЕ надо делать. Но есть и хорошие примеры, такие, как Эстония, которая оберегает своих граждан и свою демократию от новых внешних и внутренних опасностей.

Компании должны отдавать себе отчет в том, что их изделия становятся полями битв и что они должны брать на себя больше ответственности за защиту своих клиентов, то есть за нас с вами, а мы также должны это от них требовать. Кроме того, они больше не имеют права реагировать лишь задним числом. Они должны своевременно проявлять заботу о том, чтобы через их сети не могло причиняться зло – будь то со стороны экстремизма или вследствие операций ведения информационных войн. Они не могут и далее отговариваться незнанием реальной ситуации.

И, наконец, мы как клиенты и граждане должны поумнеть, особенно в том, как нам двигаться в мире, полном «лайков» и

лжи. В карточных играх есть такая поговорка: если ты не знаешь, кто за столом проигравший, значит это ты. Кроме того, мы и сами должны брать больше ответственности за свою собственную роль во всем этом. Можно самому определять, будут ли через собственную сеть друзей и семьи распространяться истинные факты или ложь, ненависть или дружелюбие и в конечном итоге выноситься в мир через Web. В «войне лайков» ты являешься тем, чем ты делишься, а то, что разделяешь, показывает, кто ты есть.

Вопросы задавал Тобиас Фелла.



Питер У. Сингер Сингер
Вашингтон

Питер У. Сингер (Peter W. Singer) – американский ученый и эксперт по ведению современных войн. Он консультирует Фонд «Новая Америка» (New America Foundation) по стратегическим вопросам, по версии журнала Foreign Policy входит в список 100 мировых мыслителей.