

ПОД ВЛАШЋУ МЕНТАЛНОГ ВИРУСА  
ИЛИ КАКО ДА РАЗЛИКУЈЕМО ПРАВЕ НОВОСТИ ОД ИНФОРМАЦИОНИХ УДАРА  
Разговор са Игором Ашмановим

Извор: Фома.ру

Низ скандалозних новости о Руској Православној Цркви једни сматрају централизованим информационом нападом, а други – природним током догађаја. О томе се може дуго дискутовати, а можемо се једноставно обратити чињеницама и цифрама: проанализирати све интернет-публикације по конкретној скандалозној теми и да испратимо како се новост појавила и какав је пут прошла, док није почела да буде свугде дискутована. Тај посао је одрадио Игор Ашманов – генерални директор компаније „Ашманов и партнери“, познати стручњак у области вештачке интелигенције и интернет технологија.

**Ментални вирус – Скандалозне новости о Руској Православној Цркви – како их процењивати из угла гледања интернет-технологија: то је информациони напад или једноставно много реалних информационих повода?**

Наравно, то је информациони напад. Постоје технологије праћења новости, које нам омогућавају да их „алгебарски проверимо“. Има много карактеристичних признака да непрестано објављивање скандалозних новости о Руској Православној Цркви и Патријарху – није природни ток догађаја, који сами по себи, сваког интересују, већ да су то „новости“ које се вештачки популаришу. Информациони удари. Наравно, постојање неког знака или фактора, само по себи није стопостотни доказ, али када их се накупи неколико, слика постаје потпуно јасна...

**Који су то фактори?**

Пре свега, треба одмах рећи да добро организовани информациони удари и негативне кампање, са стране, изгледају потпуно природно и да их је немогуће препознати аутоматском анализом – потребно је размотрити истинитост самих новости. Међутим у кампањи као што је била она која се води против Руске Православне Цркве, много је и поприлично неспретних, механичких информационих удара. А они се, већ могу препознати аутоматски.

На информациони удар указује, као прво, сама природа вести. Отприлике половина свих зимских и пролећних информационих повода, који су коришћени за напад на Цркву, је – „бајато“, то су новости од пре две-три године. На пример, тема ручног сата Патријарха која се појавила у априлу. То је прича коју је прво покушала да популарише „Украјинска правда“ пре три године, за време посете Патријарха Украјини. Или тема са „станом Патријарха“: први спомен о овој теми – је од пре две године. Исто је и о одмаралишту, које као Црква одузима болесној деци. Не само да је новост сто пута понављена већ је и од пре неколико година. Тада је то била новост, а сада више не. Али организаторима кампање је сваке две-три недеље потребан нови напад на Цркву или лично на Патријарха. Често Црква као веома велики колектив, који се састоји од разних људи, и сама производи потребан повод (догађаји са свештеницима на пример), међутим то се не догађа сваки дан.

Зато ако већ ништа ново не нађу – претурају се архиве, извлаче се бајате вести. Препакую, учине актуелним и убацују у промет.

Други знак информационог удара – то је карактер ширења. Дневни распоред праћења на Интернету, обичног, „природног“ догађаја – на пример Ускрса или Патријархове посете некој држави – обично изгледа као хаотичан низ скокова (вид. графикон 1.): много разних аутора из разних места и градова пишу разне ствари у разно време. Док, са друге стране, дневни распоред информационог удара – је веома оштар скок (вид. графикон 2). Механички удар изгледа као нагли скок, то јест много „аутора“ преобјављују практично једно те исто и што је најзанимљивије, врло често у исто време.

Понекад се информациони удари догађају или тачно у 9,00 изјутра или тачно у 15,00 поподне. Мени се чини да се тако и организује цео посао: припрему јутарњег удара у 9,00 одрадили су претходне вечери – обишли интернет-кафиће по центру Москве, поделили новац блогерима, телефонирали, писали коме треба и т.д. Изјутра су послали текст и дали сигнал да се почне. Или су све одрадили пре паузе за ручак – и у том случају је удар у 15,00 поподне.

Индикативно је и то како изгледа сама кампања, то јест бројни удари не у току дана већ по недељама: они формирају тако неку таласасту, степенасту криву (вид. график 4), то јест чим се један информациони повод потроши (крива на графикону почне да пада), потребно је одмах лансирати следећи.

Још једна карактеристична особина информационог удара – пропорција броја оригинала и копија и преношења туђег материјала. То јест колико је о неком догађају било оригиналних текстова а колико једноставно копија. Ми у нашој компанији имамо технологију, која нам омогућава да детектујемо и препознамо чак и најсне копије, када блогер на пример узме оригинал, пасусе премести, дода неколико речи и формулација, то јест чланак презентује као ауторски текст. Тако да код информационог удара оригинала је врло мало. А велика већина – то су копије и замућене копије (вид. график 2).

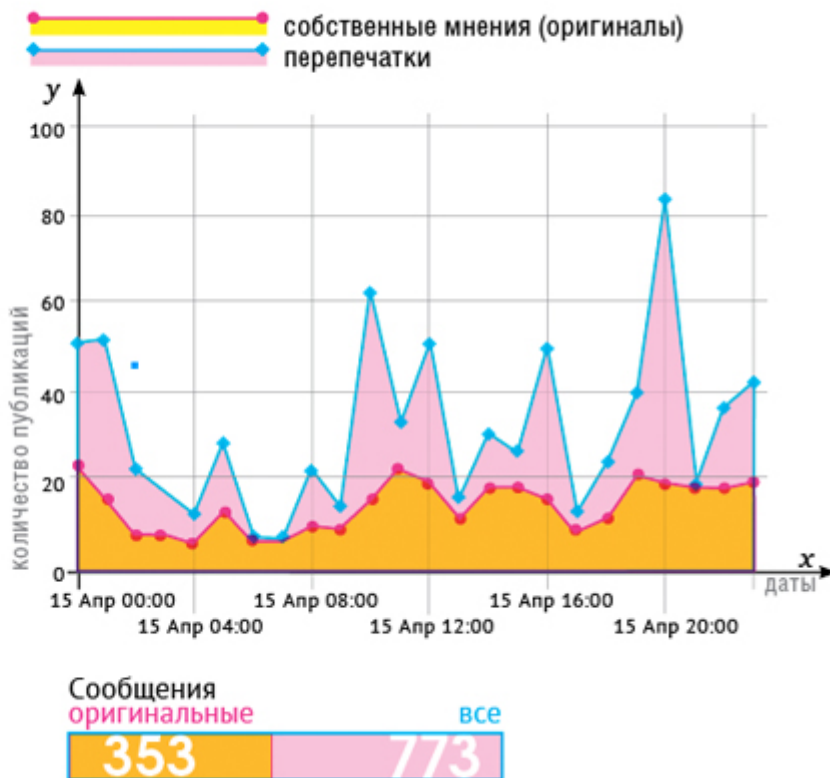
Код оригиналног „природног“ догађаја оригинала је много (вид. графикон 1). Што је и логично: код обичног догађаја, важност је велика, она се не мора вештачки повећавати, зато што о том догађају пише много разних аутора, које се међусобно не познају и свако пише - својим речима. И свака од тих ауторских објава је из угла гледања интернет-претраживача – посебан медијски догађај. А код интернет-удара – оригинала је један-два, евентуално три-пет. И много, много копија (вид. графиконе 1 и 2).

**Дискусије у блоговима и на друштвеним мрежама у току једног дана:**

график 1

Так на графике выглядит естественный информационный повод, связанный с Церковью, — например, приближение праздника Пасхи 15 апреля 2012 года. Почасовой график динамики интернет-публикаций за 5 апреля 2012 года. Ось X — время, ось Y — число оригинальных сообщений и число перепечаток. График выглядит как хаотичная череда всплесков. Так ведет себя естественная новость: происходит событие — и вызывает у людей потребность высказаться на эту тему. Люди не знакомы друг с другом, действия не координируют, высказываются по-разному. Следовательно, у сообщений про такое событие два характерных признака: 1) они довольно сильно разнесены по времени — по графику видно, что сообщения появляются в течение всего дня, и 2) много оригинальных сообщений — авторских мнений (нижняя кривая) и не так уж много дублей — перепечаток (верхняя кривая).

### Естественное событие: Пасха



графикон 1.

Природан догађај: Ускрс

Црвено- Жуто – лична мишљења (оригинали)

Плаво - Љубичасто – копије

Овако изгледа графички приказан природан информациони повод, везан за Цркву – на пример долазак Ускрса 15. априла 2012. године. Приказ по сатима динамике интернет-објава за 15. април 2012. године. Оса X – време, оса Y – број оригиналних порука и број копија. Графикон се понаша као хаотични низ скокова. Тако се понаша природна вест: догоди се неки догађај – и он изазива код људи потребу да нешто кажу тим поводом. Људи се међусобно не познају, њихови поступци нису ко-оргинаирани, изражавају се на разне начине. Следствено, у објавама о оваквим догађајима постоје две карактеристичне особине: 1) оне су поприлично разбацане по времену – по графикону се види да се објаве појављују током целог дана, и 2) много је оригиналних објава – ауторски статуси (доња црта) и нема тако много копија – понављања (горња крива).

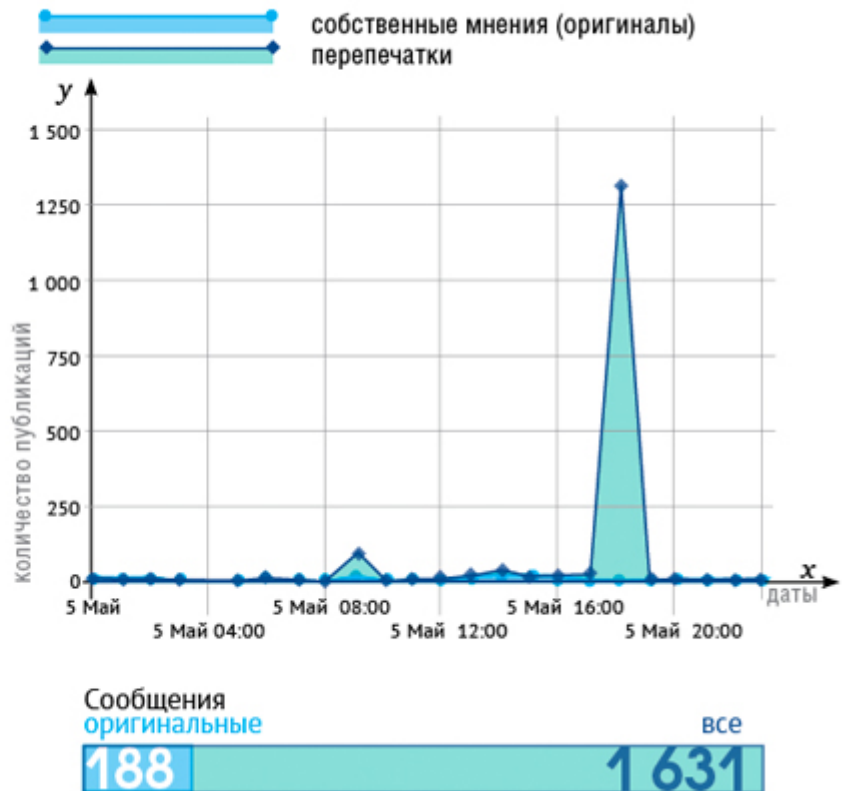
Објаве: оригиналне 353; све 773;

## график 2

Так на графике выглядит искусственно раскрученная новость — вброс. Почасовой график очередной новости по теме «квартира Патриарха» от 5 мая 2012 года. Ось X — время, ось Y — число оригинальных сообщений и число перепечаток.

График выглядит как резкий пик. Так ведет себя искусственная новость: ее раскручивают механическими, алгоритмическими действиями — либо работают роботы, либо скоординированная группа людей в одно и то же время публикует одну и ту же информацию. Это отражено на графике: здесь мала доля оригинальных авторских сообщений (нижняя кривая — горизонтальная, почти на нуле) и, напротив, чрезвычайно велика доля перепечаток (верхняя кривая — резкий пик). Все перепечатки — основное действие по распространению искусственной новости — происходят очень быстро, в течение нескольких минут после публикации оригинального сообщения.

## Информационный вброс: «квартира Патриарха»



Графикон 2.

Информациони удар: „стан Патријарха“

Светло плаво – лична мишљења (оригинали)

Тамно плави – копије

Овако изгледа графички приказ вештачки популарисане вести – информационог удара. Графички приказ по сатима новости по теми „стан Патријарха“ од 5. маја 2012. године. Оса X – време, оса Y – број оригиналних објава и број копија. Графикон изгледа као нагли скок. Тако се понаша вештачка новост: њу вештачки, механички популаришу уз помоћ алгоритамских дејстава – раде или работи или координирана група људи у исто време објављује једну те исту информацију. То се види на графикону: овде је мало удео оригиналних ауторских објава (доња црта – хоризонтална, скоро на нули) и напротив, необично велики удео копија (горња црта – нагли скок). Сва копирања – основни поступак на ширењу вештачке новости – одигравају се врло брзо, у току неколико минута, после објављивања оригиналне објаве.

Објаве: оригиналне: 188; све: 1631;

На крају, још једна од карактеристика информационог удара – то је карактер налога на друштвеној мрежи, са кога креће оригинална објава. Врло често информациони удар креће са непопуларних налога. На пример, нека девојчица на друштвеној мрежи „Вконтакте“ –

објављује слике маца, цвећа и т.д. Доста дуго – неколико месеци – фингира реални налог. И одједном се на овом налогу појављује необичан, дугачак, врло емоционалан текст о томе да се њен тата као сада налази у Кримску на неком састанку, да су тамо хиљаде лешева а власт не чини ништа... И то се копира на свим странама. А после тога, после на пример четири сата налог се сам од себе затвара. Зашто су све ово карактеристике информационог удара? Зато што ако је тај налог био мало познат, а онда одједном за неколико сати провоцира наглу експлозију интереса – то значи да није било могуће да за њега сазнају уобичајеним средствима претраге те друштвене мреже. Како – ако та девојчица и није имала много пријатеља? Што значи да су извршиоцима на тај налог скренули пажњу средствима која нису изнутра те друштвене мреже: што значи звали су телефоном, писали писма, убацили повезницу (линк) у другу друштвену мрежу и т.д.

Последња етапа информационог удара – то је преливање у Средства Масовних Информација (СМИ). Информативни интернет-ресурси после два-три сата преузимају причу и праве новост, која почиње речима: „На Интернету пишу да ...“. То је заиста занимљиво – последњих неколико година измишљен је нови начин, како да се са СМИ скине одговорност: раније се сматрало да је потребно проверити извор информације. А данас то више није потребно, јер што би се рекло, „то пишу људи на Интернету, а ми СМИ само преносимо шта се пише“. Тако се убачени информациони удар популарише у интернет-СМИ. А касније, ако се има среће, прелива се и до популарних дневних новина и телевизије.

На основу свих ових карактеристичних особина, кампања против Патријарха Кирила и Руске Православне Цркве се може сматрати класичним информационом нападом.

**Али постоји и други проблем: неки анонимни блогери су избацили новост, а тек након тога су је на друштвеним мрежама преузели реални људи, притом и сасвим нормални – твоји познаници, и почињу да је коментаришу, прослеђују (форвардују), извлаче закључке...**

Ја ову појаву називам ментални вирус. Сви смо ми томе подложни. Сећам се једног случаја из времена перестројке. На Пушкиновом тргу испред редакције „Московских новости“, стотине а понекад и хиљаде људи се скупљало који су дискутовали о политици. Сатима су стојали и по киши и по снегу... Али како су дискутовали? Они су узбуђено и бурно препричавали једни другима оно што су управо прочитали у новинама или видели на телевизији: истина о Стаљину, избор Врховног Совјета СССР, академика Сахарова нису путили да говори... И све је то било налик на неку грозницу, на заразу. А кажу да није само у Москви било тако.

Данас се догађа исто то – само на Интернету. У овом случају – људи препричавају једни другима оно лоше што су сазнали о Цркви. То је заиста ментални вирус. Зашто? Као прво, он провоцира болест чији је главни симптом – страшно узбуђење на сваку, апсолутно сваку новост о одређеној теми. А као друго, човек у том случају говори у фразама: он то пласира као своје сопствено мишљење, али ако се потражи и провери испоставља се да он једноставно понавља оно што је мало раније чуо од другог, са истом аргументацијом, са

истим закључцима. И то је разумљиво – јер вирус се само репродукује. Ако се вирус модификује он не може да се шири – он мутира и гаси се.

**А шта бисте Ви посаветовали оцрковљеном човеку, који све то чита – и лоше му је због тога? Да напусти друштвене мреже и да заостане за светом?**

Ја немам рецепт. Могу да кажем само једно: не треба бркати појмове „средње“ и „норма“. Хиротетички пример: у Јапану је средњи вид – минус три. Али то не значи да је такав вид – нормалан. Норма је стопостотан вид. И овде је исто тако. Из тога што су сви пријатељи и познаници на друштвеној мрежи не произилази да је то нормално.

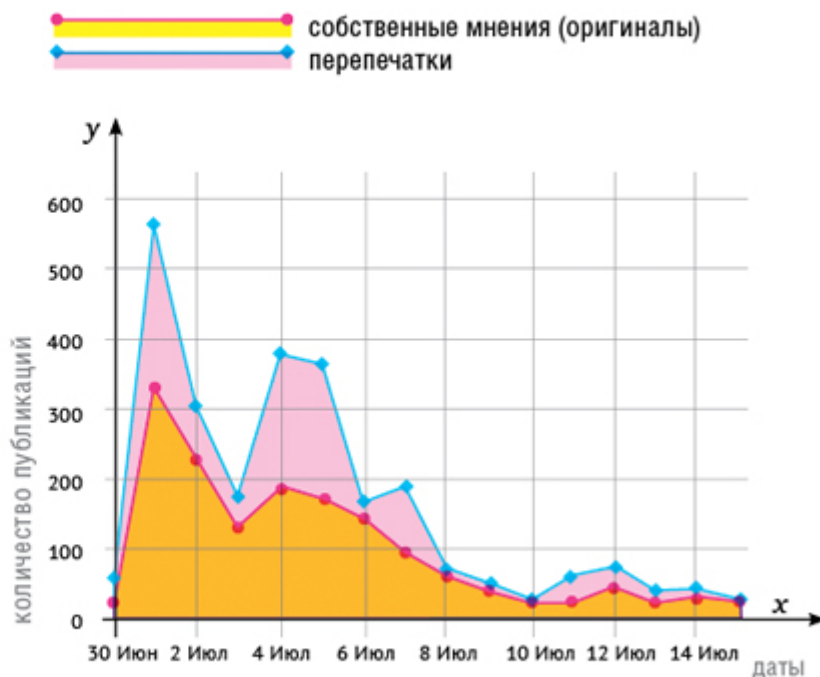
### Дискусије на блоговима и друштвеним мрежама у току две недеље:

график 3

Так ведет себя естественная новость на графике за две недели. Ось X — даты, ось Y — количество публикаций. Случается событие — и резко возрастает число публикаций про него. Среди публикаций много собственных мнений (то есть оригиналов — нижняя кривая) и не слишком большое количество перепечаток (верхняя кривая). Потом событие начинает постепенно забываться, число публикаций падает, за две недели упоминание события сходит на нет.



Естественная новость



Графикон 3.

Природна новост

Црвено – жута - лична мишљења (оригинали)

## Плаво – љубичаста - копије

Овако се понаша природна вест на графикону за две недеље. Оса Х – датуми, оса Y број објава. Догађај се деси – и наглорасте број објава о њему. Међу објавама много је личних мишљења (то јест оригинала – доња линија) и не тако много копија (горња линија). Затим догађај почиње да се постепено заборавља, број објава пада, за две недеље сећање на догађај се губи.

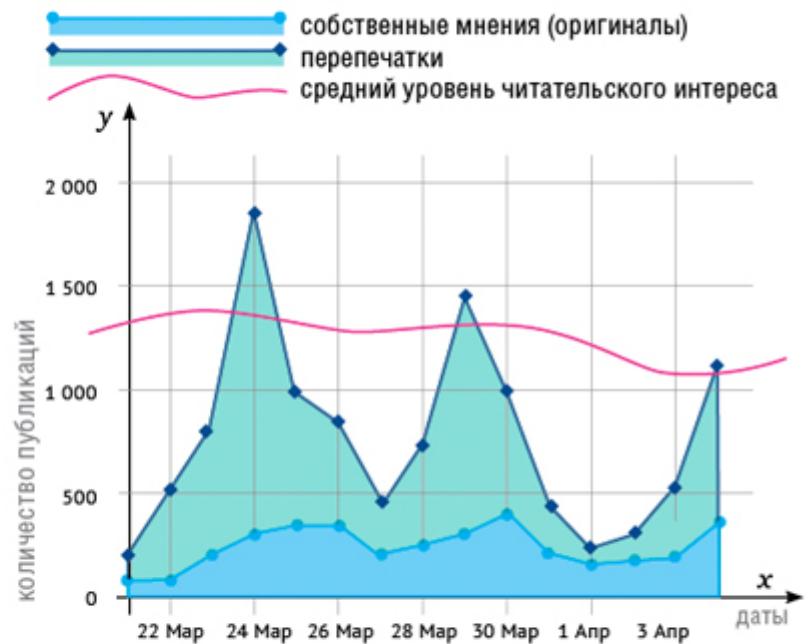
Објаве: оригиналне: 1580; све: 2597;

## график 4

Так ведет себя информационный вброс на графике за две недели. Ось X — даты, ось Y — количество публикаций.

Раскрывается искусственное событие — и несколько дней о нем говорят (на графике — первый пик). За несколько дней интерес к нему начинает падать, и количество публикаций постепенно снижается. В тот момент, когда событие само собой забылось бы, происходит следующий вброс (второй пик) — то есть что-то снова как будто случается. И так несколько раз. Таким образом авторы вбросов не дают остывать интересу публики к обсуждаемой теме. Как всегда в случае вбросов, значительно различается число оригинальных сообщений и перепечаток. Первых — мало (нижняя кривая), вторых — чрезвычайно много (верхняя кривая).

## Информационный вброс



Графикон 4.

## Информациони удар

Светло плаво – лична мишљења (оригинали)

Тамно плаво – копије

Црвена линија – средњи ниво интереса читалаца

Овако се понаша информациони удар на графикону за две недеље. Оса X – датуми, оса Y – број публикација. Популарише се вештачки догађај – и неколико дана се о њему говори (на графикону – први врх). После неколико дана интерес за њега почиње да пада и број објава постепено се смањује. У том тренутку када би се догађај сам од себе заборавио, догађа се следећи удар (други врх) – то јест неште се поново као догоди. И тако неколико пута. На тај начин аутори информационог удара не дају да се интерес публике за одређену тему охлади. Као и увек када су у питању информациони удари, значајно се разликује број оригиналних објава и број копија. Првих је – мало (доња линија), других – необично много (горња линија)

Објаве: оригиналне: 3367; све: 11.406;

## Емигранти из Православља



## Често Цркву критикују људи који су уопште нецрквени, страни Цркви...

Да то ми се чини нарочито интересантним. Читао сам блогове познаника – и не могу да схватим зашто човек који себе убраја у на пример атеисте, хвата у лету новост о томе да су неког свештеника ухватили у нечему, да је Црква неком нешто одузела. Неколико пута сам улазио у разговор, покушавајући да кажем: „Слушај, ти ниси „члан клуба“, зар ти није свеједно?“

Покушавао сам да објасним да је то интеллигентан безобразлук у стилу: ја сам не верујем, у Цркви никад нисам био, ја сам могу да радим шта год хоћу, али док сте се ви декларисали као верујући, ви морате бити више него праведници, и док си ти свештеник, ја могу од тебе нешто да захтевам... А зашто? При том аргументација мојих саговорника ми се чинила врло неуверљива: „Црква се увлачи у мој секуларни простор, укључим телевизор а тамо поп и мене то нервира“. Ја као одговор на пример предложим да се узме телевизијски програм и просто преброји колико је тамо православних емисија недељно. Један мој познаник је написао у свом блогу да га код Цркве највише „нервирају“ црквена звона близу његове куће. На то му је неко одговорио да је то са звонима управо тако и замишљено: намерно зато и звоне....

Питао сам се зашто се људи тако лако и са таквим задовољством љуте на Цркву. И одједном сам схватио, да сам нешто слично, у своје време примећивао код емиграната. Тада се то звало „ложење на одлазак“. На пример, програмер се спрема да емигрира из Русије у САД – и много пре поласка на сваком састанку, на сваком семинару уместо да говори о програмирању. Почине да говори о томе како је све ужасно и како и куда све ти иде и срља у овој земљи. Свако ко се спремао да оде, морао је стално себи то да понавља – да би сам себе „ложио“, а уједно и убедио познанике и пријатеље у исправност своје одлуке и да би код свих око себе изазвао саосећање – а уједно су и сви око њега патили и од негативне енергије. Али и кад би отишао он се не би смирио – учествовао би на руским интернет форумима и настављао преко океана исто то „ложење“. Доказивао би себи и другима да није без разлога отишао, у стилу: ево имам кућу на обали, травњак, роштиљ, окружен сам паметним људима а тако у Русији су остале само будале и идиоти.

Тако да, када данас читам како програмери-атеисти, бизнисмени-агностици или неко други непрекидно објављују на својим налозима новости о Цркви, које чини се не би требало да их уопште занимају – мене све то невероватно подсећа на „ложење“ с оне стране океана. Зато што после седамдесет година совјетске власти, сви смо ми у неку руку – емигранти из Православља. Разлика је једино у томе што се данас иселавају добровољно а из Православља смо били избачени мимо наше воље. При том, у нашој земљи као да је све наклоњено Хришћанству: под ногама као да је река која нас носи туда. Можемо се њој препустити а можемо се и одупирати. Али све као да нас гура у том правцу, ка Православљу: то је суштина наше културе, сви рођаци и пријатељи носе крстиће, око нас је много цркава.

И емигрант из Православља осећа, да би било логично да се он према свему томе одреди, да нешто прочита, да сазна нешто о историји, да схвати зашто су паметни, пристojни људи – православни. Али он то неће, њега то мрзи – и он почиње себе да „пали“: како је у Цркви

све ужасно, и како је добро да је он ван свега тога. Њему дају информациони повод и он са задовољством изјутра седа за компјутер да би се ужаснуо и наужасавао: ето, код попова је као и раније све лоше што значи да за данас могу да се умирим и да о томе не размишљам.

### **А како Вам се чини, зашто се људи противе повратку из емиграције у Православље?**

Ја целог живота радим у колективу програмера и могу да кажем шта је карактеристично за овај круг људи. По правилу, пут задовољења потребе за мистичним полази од мистичких и езотеричних пракси. Мени је јасно зашто – због својеврсне интелектуалне новине. Јеванђелске приче, пословице које су настале из Светог Писма – све је то окружење, у коме ми живимо, на које смо навикли и које не примећујемо. Мистика – то је нешто неистражено. А програмер – то је човек, који воли „ум-разум“, воли да проналази и разумева нешто компликовано. Зато је интелектуална новина за њега привлачна. Њему се свиђа када кажу: то што ти већ знаш, није много занимљиво, а ми ћемо ти сад испричати нешто што други не знају и не разумеју. То – је компликовано, и мораћеш да се потрудиш и поразмислиш. Али зато ћеш постати „главни Баја“. А тек што је за пет година дао сто испита на Универзитету и тек што је научио пет језика програмирања. Њега све то привлачи.

Па и више од тога. Сва мистичка учења у суштини кажу следеће: сви људи око нас су скотови и наивчине, али постоји Пут (обавезно са великим словом), по коме иду Изабрани и ти можеш бити један од њих, али ти је потребан Учитељ (такође великим словом), а на крају Пута ти ћеш стећи силу и постаћеш бољи од људи-наивчина. У суштини – то је једноставно саблазан. Али програмера то подсећа на рад са техничком инструкцијом: постоје људи који умеју то што ти не умеш, теби је то потребно због професије, читај инструкцију, вежбај и такође ћеш све знати.

### **Али у неку руку инструкција постоји и у Хришћанству: сви су људи грешни, али постоји пут за савладавање грехова – то је покајање и по том путу неможеш проћи без Учитеља – Христа. Где је ту принципијелна разлика?**

Како ми се чини ево у чему: иако секташи и езотерици у почетку неко време заиста говоре човеку о његовом несавршенству па чак га и понижавају, они потом врло брзо почињу да га хвале и да раде са његовом гордошћу. Тквим учењима је својствена подела људи на категорије, слично као подела на касте у Хиндуизму. И онај који преноси наук је увек – разумљиво – у највишој категорији. И обећава да ће и тебе до те категорије довести. А у Хришћанству је све принципијелно другачије. Нико ти не обећава светост. Хришћанство – то је нешто што те тера да се осећаш недостојним пред Богом сваког дана.

Али то ја тек сад схватам. Раније када сам се у младости интересовао за источњачке религије – нисам схватао.

### **А шта Вас је привело Хришћанству?**

Као прво, засигурно, сложеност, „ум-разум“. Ја сам такође био програмер, завршио сам математички факултет. Када сам почео да читам хришћанске књиге – „Једноставно Хришћанство“, „Писма Баламута“ Луиса, „Реч о смрти“ светитеља Игњатија Брјанчанинова, оца Серафима (Роуза) – ја сам одједном схватио да је то компликованије и паметније него сва она „источњачка“ духовна литература заједно. А као друго, у

Хришћанству ме је освојила лепота. Знате, моја деца су много пута гледала „хари Потера“. Ја им нисам бранио – нека је тамо и магија али су ипак јасно постављене ствари, где је добро а где зло. Али онда почнеш да гледаш „Хронике Нарније“ и одједном увидиш да је „Хари Потер“ неко мутно трчање по неким тамним одајама са неким чудним задацима. А „Хронике Нарније“ – то је отворени, блистави свет са јасном поруком гледаоцу. Са Хришћанством је код мене било исто тако. Осетио сам, да у поређењу са источњачким религијама, са њиховим песимизмом и тешким односом човека са светом, од Хришћанства сила светлост.

*Графикони припремљени на основу података добијених од компаније „Ашманов и партнери“*

Константин Мацан, Игор Ашманов  
Фото Алексеја Јушенокова  
Извор: Фома.Ру

1. Октобра 2012. године