

УДК 159.9.681.5

ББК 88.3

И85

**Рецензенты:**

*Латкин А. П.* — д-р экон. наук, проф. каф. экономики и управления  
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса;

*Родионова И. В.* — канд. экон. наук, доц. каф. экономики  
Морского государственного университета имени адм. Г. И. Невельского

**Исаев, А. А.**

И85 Программы человека : монография / А. А. Исаев. — Москва :  
Директ-Медиа, 2022. — 47 с.

ISBN 978-5-4499-3303-4

Изложены основы кибернетической антропологии (киберантропологии) – науки, рассматривающей человека как высокоразвитого биоробота, который функционирует на основании определенных программ (постоянных и временных). Особое внимание уделено такой научной отрасли киберантропологии как психопрограммистика, содержанием которой являются врожденные программы (алгоритмы), определяющие мышление и поведение человека. Предложены оригинальные трактовки понятий «идентификаторы», «ощущения», «чувства», «эмоции». Выявлены основные врожденные программы (алгоритмы) человека. Рассмотрены примеры использования психопрограммистики на практике.

Настоящая монография является переработанной и дополненной версией монографии «Психопрограммистика».

Для ученых и специалистов в области психопрограммистики.

УДК 159.9.681.5

ББК 88.3

ISBN 978-5-4499-3303-4

© Исаев А. А., текст, 2022

© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2022

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. КИБЕРАНТРОПОЛОГИЯ.....	6
1.1. Человек как биоробот.....	6
1.2. Империя пси-квантов.....	11
1.3. Законы взаимодействия пси-квантов.....	12
1.4. Идентификаторы, ощущения, чувства, эмоции.....	13
2. ПСИХОПРОГРАММИСТИКА.....	17
2.1. Поведение человека в условиях дефицита необходимых объектов потребления.....	17
2.2. Рефлекторные программы.....	18
2.3. Выбор лучшего объекта потребления.....	19
2.4. Формирования информации о необходимых объектах потребления.....	21
3. ПСИХОПРОГРАММИСТИКА НА ПРАКТИКЕ.....	23
3.1. Обмануть компьютер.....	23
3.2. Информационная реинкарнация.....	24
3.3. Рациональная психокоррекция.....	24
3.4. Создание конкурентоспособных товаров.....	28
3.5. Зомбирование покупателей.....	33
3.6. «Свой» или «чужой»?.....	35
3.7. Как стать дебилом?.....	38
3.8. Психоаналитик для России.....	40
Заключение.....	43
Библиографический список.....	44
Об авторе.....	45
ОГЛАВЛЕНИЕ.....	46