

УДБ
УЧЕБНИК
ДЛЯ ВУЗОВ

**А.А. Шунейко
И.А. Авдеенко**

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ ВУЗОВ

БАКАЛАВРИАТ



СОДАС

Александр Шунейко

**Информационная
безопасность человека**

«ВЛАДОС»

2018

УДК 34:002
ББК 67.410

Шунейко А. А.

Информационная безопасность человека / А. А. Шунейко —
«ВЛАДОС», 2018

ISBN 978-5-906992-91-8

Учебное пособие посвящено проблеме противодействия ложной и недостоверной информации, поступающей к человеку из разных источников – от СМИ до бытовых сплетен и слухов, определяющих общественное мнение. Подробно рассматриваются такие понятия как «дезинформация» и «речевой аферизм». На анализе фактического социально ориентированного материала даются правила и рекомендации по обеспечению информационной безопасности человека, попавшего в агрессивную информационную среду, в том числе в сети Интернет. В заданиях для самостоятельной работы читателям предлагается провести самостоятельный анализ действий по обеспечению информационной безопасности. Пособие адресовано студентам и аспирантам факультетов информационной безопасности, журналистики, менеджмента, юридических, а также всем, кто самостоятельно желает овладеть принципами верного восприятия распространенных коммуникативных форм общения.

УДК 34:002

ББК 67.410

ISBN 978-5-906992-91-8

© Шунейко А. А., 2018

© ВЛАДОС, 2018

Содержание

Введение	6
1. Дезинформация	8
1.1. Дезинформация и сходные явления	8
1.2. Приемы дезинформации	11
1.2.1. Замалчивание	12
1.2.2. Расстановка акцентов	15
Конец ознакомительного фрагмента.	17

**Александр Альфредович Шунейко,
Иван Анатольевич Авдеенко**
Информационная безопасность человека

© Шунейко А.А., Авдеенко И.А., 2018

© ООО «Издательство ВЛАДОС», 2018

© Художественное оформление. ООО «Издательство ВЛАДОС», 2018

© Оригинал-макет. ООО «Издательство ВЛАДОС», 2018

* * *

*Ложь заволакивает мозг
Тягучей дремой хлороформа,
И зыбкой полуправды форма
Течет и лепится как воск.*

Максимилиан Волошин. Газеты. 1915 год

Введение

Практически все люди во время общения (в разговорах, в реальной речи) не только признаются друг другу в любви, проявляют сочувствие и гуманность, желают добра и здоровья, делятся позитивом, строят планы на будущее, сообщают правду, восхищаются успехами, дают искренние советы, клянутся в вечной преданности, но и лгут, корыстно манипулируют, подставляют друг друга, добиваются личной выгоды. Поэтому коммуникативное пространство не всегда, но часто и не во всём, но во многом похоже на заросшее привлекательными цветочками минное поле или даже на роскошный парк, под которым захоронены ядерные отходы.

Любой человек в своей жизни сталкивается с бытовым или профессиональным обманщиком, становится объектом адресного негативного воздействия, испытывает неприятное чувство, фиксируемой формулой «меня используют», или страх от того, что под чужим влиянием против своей воли совершает поступок, которого не желает делать. Рассудок противится этому поступку, но физические действия происходят вопреки ему, или рассудок вовсе отключается от контроля над действиями. Никто не застрахован от контактов с разного рода вымогателями. Все находятся под воздействием массовой дезинформации и живут там же, где работают организованные криминальные структуры. Ложь, увы, такая же постоянная спутница речи, как и правда.

Дезинформация и речевой аферизм – два языковых, социальных, речевых, коммуникативных явления, которые между собой тесно связаны. Дезинформация – понятие более широкое. Она – обязательная база речевого аферизма, но при этом является основой не только для него. Речевой же аферизм обязательно включает в себя тот или иной тип дезинформации, строится на ней, реализует её с конкретной заданной целью. Дезинформация – горячее, без которого механизм речевого аферизма не сдвинется с места, это компонент, без которого не обходится ни одна речевая афера.

Аферизму и дезинформации можно противостоять. Каждый человек в состоянии сводить на нет их воздействие. Но сделать это не так просто. В первую очередь потому, что у дезинформаторов и аферистов есть очень мощный союзник – автоматизм восприятия и порождения речи. Люди редко способны осознанно контролировать свою речь, как правило, в процессе разговоров они «работают на автомате». Этим и пользуются аферисты, хорошо знающие, какую реакцию какая речевая форма у какого типа людей устойчиво вызывает. На этом они работают.

В результате создаются ложные локальные и глобальные картины мира: из реального мира человек помещается в те миры, которые выгодны дезинформатору и аферисту, миры, в которых он легко управляем и направляем в нужную сторону для совершения необходимых манипулятору действий. Создание таких миров базируется на закономерностях функционирования коммуникативных единиц. Оно осуществляется с использованием уже существующих в языке стереотипов и особенностей трансляции информации.

Когда человек говорит: «Меня обманули», – он невольно дезориентирует себя, впадает в самообман, к которому его подталкивают особенности языковых единиц. Обманули – слово, обозначающее однократное, компактное, внутренне целостное действие. Но в реальности обман – это практически всегда структурированный процесс, включающий в себя несколько действий. Действия, из которых состоит обман – конкретные речевые и коммуникативные проявления, которые можно чётко последовательно описать. Научиться видеть эти явления – значит научиться ограждать себя от манипуляции и обмана, осознанно противостоять им, защищать себя, быть уверенным в своей стабильности.

Каждый человек может научиться противостоять дезинформаторам и аферистам. Для этого необходимо знать, как, с какими речевыми формами, каким образом они работают. Для того, чтобы понимать, как действуют аферисты, необходимо внимательно освоить материал,

представленный в книге. Он состоит из двух частей: в первой рассмотрена дезинформация, во второй – речевой аферизм.

Существующие на настоящий момент образовательные, воспитательные и учебные программы в своей совокупности (при всех их несомненных достоинствах) построены странным образом. С детского сада человека, так или иначе, учат физической безопасности. Ему говорят о правилах дорожного движения, основах безопасности жизнедеятельности, гигиене. При этом практически не учат информационной безопасности. В результате, всем известно, что существуют бактерии и вирусы, способные причинить вред физическому здоровью. Но практически никому не ведомо, что существует множество коммуникативных форм, способных причинить вред ментальному здоровью. Все признают, что слово – мощное оружие, но никто целенаправленно и комплексно защите от этого оружия не учит. Только в форматах семейного, группового и бытового воспитания вырабатываются и обязательно функционируют общие принципы защиты: «не верь всему, что сказано», «на заборе тоже много что написано» и т. п. Эти афористические принципы выполняют свою стабилизирующую роль и свидетельствуют о том, что социумом постоянно осознается потребность защиты личности от негативного информационного воздействия. Трагическое по своей сути отсутствие внимания к информационной безопасности человека обусловлено многими причинами.

1. Государство всегда заинтересовано в защите собственной информации – сохранении государственной тайны, в защите себя от внешней информации – так называемая контрпропаганда; и в то же время оно в гораздо меньшей степени (или вовсе не) заинтересовано в информационной безопасности своих граждан. Любому государству, в той или иной мере, требуются послушные граждане, которыми легко манипулировать при помощи СМИ. В большей степени это стремление проявляется у тоталитарных и подобных им государств. Информационная безопасность человека таким государствам попросту не нужна, она – угроза их стабильности; им нужна информационная уязвимость человека. Такое государство может заботиться о грамотности своих граждан только для того, чтобы они верно (в нужном ключе) воспринимали ежеминутно обрушивающиеся на них лавины тотальной дезинформации.

2. Общество в должной мере не понимает того очевидного факта, что человек постоянно подвергается манипулятивному воздействию через слово и можно научиться противостоять ему. А если и понимает, то воспринимает это как очевидный, само собой разумеющийся факт, с которым бороться нет смысла точно так же, как с плохой погодой или солнечной активностью. При этом инструменты для борьбы с последними всё же создает (зонтики, крема с SPF), а информационную безопасность оставляет на откуп таким зыбким категориям как здравый смысл, интуиция, самосознание.

3. На настоящий момент отсутствуют внятные принципы и правила, понятные рекомендации, которые были бы доступны любому. Работа в этом направлении ведётся. Но её основной удельный вес связан с защитой информации (личной, групповой, корпоративной, государственной), а не с защитой от информации, продуцируемой лицом, группой, корпорацией и государством.

Этот странный дисбаланс нуждается в преодолении. Любой человек имеет право на осознанное восприятие окружающего его коммуникативного пространства и противостояние тем многочисленным угрозам, которые оно содержит. Для этого он должен получить инструмент.

Эта книга не является универсальным ключом, но позволяет многое расставить на свои места.

1. Дезинформация

1.1. Дезинформация и сходные явления

Каждый человек всё время находится в информационном и коммуникативном полях (пространствах): он постоянно передает и получает информацию. Её качество конструирует представление о мире и самого человека. Специфика коммуникативного пространства определяется двумя основными параметрами: общим характером информационного воздействия, свойственным конкретному промежутку времени, и степенью достоверности навязываемой человеку информации. Современный характер информационного воздействия В.И. Кудашов определяет так: «Динамичное и направленное информационное воздействие приводит к тому, что человек начинает во все большей степени жить не в реальном мире, а в мире информационных фантомов». В художественной форме эта мысль реализована в романе В. Пелевина «Generation “П”». Степень достоверности информации определяется тем, насколько весом в общем объеме информации удельный вес дезинформации.

Дезинформация – это намеренное искажение кем-либо или какими-либо структурами (частными, общественными, государственными) реальных, то есть имеющих место быть в действительности фактов, с целью манипуляции индивидуальным или общественным сознанием и, как следствие последнего, воздействия на поведение личности или коллектива. Дезинформацию как феномен нельзя отнести к какому-либо одному оценочному полю, только конкретные случаи её реализации могут быть оценены как отрицательные, нейтральные или положительные. Положительную оценку допускают *белая ложь, ложь во благо, ложь во спасение*. Нейтральную оценку предполагают *информационные игры*, которые проводят разведки разных стран, а также *дипломатический язык*. Отрицательную оценку продуцирует дезинформация в СМИ. Если исключить ложь в быту, рядовой представитель социума чаще всего сталкивается именно с третьей разновидностью, что формирует у языкового коллектива негативное отношение к дезинформации. Вне зависимости от сферы своего возникновения и оценки дезинформация строится по единым правилам. Они и рассмотрены в работе. Целями и финальными результатами дезинформации (если она квалифицированно проведена) являются внедрение в сознание приёмника ложных фактов, ложных стереотипов, ложной картины мира.

Навязываемая при помощи дезинформации картина мира может быть прямо противоположна той, которая существует в реальности.

А. Кёстлер в «Автобиографии» отмечает: *«В ту пору <30-е годы XX века> я представлял себе лишь тот образ России, который создала советская пропаганда: сверх-Америка, страна величайшего исторического эксперимента, полная сил, энергии, энтузиазма <...> Тусклые улицы, безнадежная нищета, угрюмая официозность речей и печатного слова, всепроникающий дух исправительного заведения. Быть отрезанным от всего человечества, читать газеты, где нет ни критики, ни дискуссий, нет даже сенсаций: уголовной хроники, скандалов, секса – нет ничего по-человечески занимательного. Призывы, лозунги, стереотипы, полная нивелировка всего и вся, и над всеми – вездесущий портрет Старшего Брата, следящего за нами неподвижным взглядом. Пустота и холод индустриализованного пещерного века...»*. А.Д. Сахаров в своих воспоминаниях говорит о том же: *«Десятилетия изоляции нашей страны от остального мира и целенаправленной пропаганды создали в умах многих искаженные*

представления о жизни и целях других государств, образовали предубеждения против отъезда из страны».

Наличие дезинформационного воздействия на социум синхронно и (в большей мере) ретроспективно осознается его представителями.

Из интервью О. Басилашвили корреспонденту «АиФ»: «Советское кино и литература погружали народ в атмосферу лжи. В конце 40-х – начале 50-х на экраны выходит фильм “Кубанские казаки” о счастливой жизни в колхозе, а в это время расстреливают мальчиков, которые после уборки урожая собирали никому не нужные колоски. <...> Нас воспитали во вранье, и мы врем до сих пор. Бандит и мерзавец, укравший миллиарды долларов на строительстве, у нас уважаемый человек».

Заметим, что тема «колосков» стала одним из устойчивых мотивов, который используется для обличения внутренней политики сталинского режима.

Чётких критериев оценки степени дезинформационного воздействия до сих пор не выработано. Их наличие в перспективе позволит хотя бы частично избежать двух характерных крайностей в оценках государственной политики: исключительно отрицательного восприятия прошлого и безудержно оптимистического взгляда на настоящее (или наоборот).

С точки зрения семиотики, **дезинформация** – это искусственно и преднамеренно создаваемый отправителем информации шум, который продуцирует у приёмника искажённое представление о реальности. Количество шума в коммуникативном пространстве с течением времени возрастает не только под влиянием сознательной деятельности (воли) дезинформаторов, но и объективно (самостоятельно), то есть под воздействием (или будучи продуктом) увеличения объема самой информации. Действует закономерность: чем больше информации – тем больше шума. Некоторые аналитики возрастающее количество шума воспринимают в качестве одной из особенностей общего характера информационного воздействия в современном мире.

Об этом пишет М. Брэдбери: «В чем у нас сегодня нет недостатка, так это в избыточности. Изобретают все больше языков, чтобы, например, компьютеры могли общаться друг с другом; бесчисленные радиопередатчики засыпают приемные станции потоком сообщений; шум стоит в воздухе и через озоновый слой уходит в атмосферу. Чтобы все эти сообщения услышать, двух ушей мало, да и уловить их никаких приёмников не хватит. Таково наше постмодернистское состояние».

С точки зрения лингвистики, **дезинформация** – это искусственное и преднамеренное конструирование (использование) таких языковых форм, семантика которых в той или иной мере неадекватно передает (отображает) тот сегмент реальности, для описания которого эти формы в данный момент используются. Три эти определения описывают объект с различных сторон, показывая тем самым возможные аспекты его осмысления.

Дезинформация тесно взаимодействует с более широким понятием **манипуляция**. Это скрытое психическое (а не физическое) воздействие, требующее значительного мастерства и знаний. Слово манипуляция в его переносном значении имеет отрицательную оценку, в которой проявляется отношение к этому процессу языкового коллектива. Дезинформации – это один из основных инструментов манипуляции.

Дезинформация отличается от двух смежных с ней понятий: **ошибка** и **ложь**. Опираясь на исследования природы ошибки можно сказать, что **ошибка** и дезинформация противопоставлены как непреднамеренное – преднамеренное; замкнутое в сфере субъекта – практически всегда выходящее за сферу субъекта; приводящее к недостижению индивидуальной цели – направленное на достижение индивидуальной цели. Если ошибка причиняет ущерб,

то, в первую очередь, самому субъекту, дезинформация же ориентирована на ущерб другим и выгоду субъекту. За ошибки могут не судить и даже сочувствовать им – дезинформация подсудна и сочувствия не вызывает. Ошибку нельзя совершить сознательно – дезинформация осознанна.

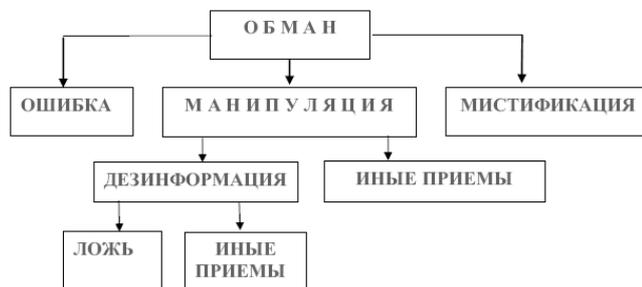
Основные причины ошибок – отсутствие достаточного объема информации, деформации памяти, автоматизм речевого или иного типа поведения и наличие паронимов.

Ошибка трансформируется в дезинформацию в том случае, если она, уже будучи осознана в качестве ошибки, не получает своевременного и адекватного опровержения, не исправляется. Важно подчеркнуть необходимость именно адекватного опровержения, поскольку в практике СМИ нередки ситуации, когда, скажем, ошибочная информация занимает подвал на первой полосе, а её исправление пару строк где-нибудь на шестнадцатой. Такую информационную тактику, в принципе, следует воспринимать в качестве проявления одного из приемов конструирования дезинформации.

Ложь – это только один из частных приемов формирования дезинформации, то есть явление более локальное.

От дезинформации следует отличать еще одно близкое к ней по природе явление – **мистификацию**. При создании последней используются те же самые приемы, но с иной целью. Мистификация выполняет преимущественно эстетическую функцию и соответственно действует в сфере эстетических категорий. В основе мистификации лежит обман, который в конечном счете в рамках какого-либо культурного пространства должен привести к приращению художественных смыслов в той или иной сфере их бытования. Характер координации между перечисленными понятиями можно представить в виде схемы:

Схема



Далее будут описаны приёмы дезинформации и способы, при помощи которых достигается впечатление о её достоверности, а также предложены рекомендации, пользуясь которыми человек сможет оградить себя от дезинформационного воздействия.

1.2. Приемы дезинформации

Дезинформация – это всегда целенаправленная деятельность, регулируемая своими законами, своими заказчиками и реализуемая посредством определенного набора приемов. **Приемы дезинформации** – это совокупность фильтров, которые силы, владеющие правом (возможностью) распространения информации, ставят (помещают) между истинной (реальной) картиной мира и воспринимающими её субъектами (приёмниками) для того, чтобы создать в представлении последних выгодную для них ложную картину реальности. Определение можно сформулировать и по-иному: **приемы дезинформации** – это конституирующие её свойства или средства, при помощи которых истинная информация трансформируется в ложную. Знание природы этих приемов важно для всех, так как все в той или иной степени оказываются под жестким воздействием дезинформации.

Приемы, при помощи которых создается (конструируется) дезинформация, это: замалчивание, расстановка акцентов, отвлекающий маневр, ложь, ложная аргументация, подмена семантики, размывание семантики, уход от прямого ответа, манипулирование словами, ложная или дезориентирующая установка, подтасовка, повтор, доведение до абсурда, вырывание из контекста, антропоморфная персонификация.

Использование перечисленных приемов не ограничивается сферой дезинформации. Они (приемы) функционируют в различных областях культурного пространства: в художественном творчестве (например, при создании сюжетных линий детективов); в сценариях компьютерных игр (в первую очередь, квестов); могут послужить базой для создания эффекта комического и т. д.

Важен не прием сам по себе, а прием плюс его функциональная установка и сфера бытования, то есть **прием** в совокупности с тем, **для чего и где он служит**. Вопрос же о том, интересы каких конкретных сил обслуживает прием, будет затрагиваться в очень малой мере, потому что, во-первых, не всегда на него можно найти четкий ответ и, в то же время, во-вторых, приводимые ниже примеры часто говорят сами за себя.

Примеры реализации значительного количества из числа перечисленных выше приемов в буржуазных СМИ, главным образом, США и Великобритании 60–70-х гг. представлены в книге «Техника дезинформации и обмана». Но, обращаясь к материалам этого коллективного труда, следует помнить о двух факторах. Первый – его авторы пользуются менее четкой классификацией приемов и часто смешивают собственно прием и способ, при помощи которого достигается впечатление о его достоверности. В основе используемого в книге инструментария лежит классификация, автор которой – Л. Дуб, то есть подразделение приемов на семь типов:

- 1) наклеивание, навешивание ярлыков (name calling);
- 2) блистательная неопределенность, сияющие обобщения (glittering generality);
- 3) прием перенос или трансфер (transfer);
- 4) прием по рекомендации, ссылка на авторитет, свидетельство или свидетельствование (testimonial);
- 5) прием простонародность, свои ребята, или игра в простонародность (plain folks);
- 6) подтасовка, перетасовка карт (card stacking);
- 7) общая платформа, общий вагон или фургон с оркестром (band wagon).

Если у «подтасовки карт» есть прямой аналог в приведенном выше списке, это – подтасовка, то «наклеивание ярлыков» и «блистательную неопределенность» можно воспринимать как разные проявления одного приема – расстановки акцентов, а прочие приемы могут быть отнесены к способам. Кроме того, отсутствует дифференциация между понятиями дезинфор-

мация и ложь и т. д. Второй – авторы несвободны, что вполне закономерно и не должно восприниматься в качестве упрека в их адрес, от однозначной идеологической установки.

Существуют попытки расширить *азбуку пропаганды*, сформулированную в Институте анализа пропаганды в США в конце 30-х годов XX века, и добавить к семи приемам еще ряд приемов, фиксирующих разные типы пропагандистской манипуляции. Например: осмеяние, метод отрицательных групп отнесения, повторение лозунгов или повторение шаблонных фраз, эмоциональная подстройка или эмоциональный подстрой, продвижение через медиаторов, мнимый выбор. Но в подобных расширениях, безусловно, очень интересных самих по себе, как и в *азбуке пропаганды*, при формализации представления о том или ином приеме часто смешиваются два плана: внутренний механизм его реализации и достигаемый с его помощью пропагандистский (семантический) эффект. Отсутствие приоритетного плана при описании приводит к тому, что классификация оказывается не достаточно строгой. Кроме того, приемами подчас называются собственно тактики воздействия, реализация которых не является по своему информационному составу гомогенной, предполагает использование нескольких приемов. С нашей же точки зрения, в основе определения (и вычленения) приема должны лежать два принципа: (1) семиотический механизм его конструирования, так как при помощи одного приема могут достигаться различные семантические эффекты и при помощи различных приемов может быть достигнут один семантический эффект; (2) дальнейшая нечленность приема.

1.2.1. Замалчивание

Замалчивание (иные наименования – информационная блокада, умалчивание, умолчание). В процессе использования этого приема (если замалчивание не соединяется с другими приемами) источник информации сообщает ряд истинных фактов, но не весь. Какой-либо из фактов или их совокупность опускаются. В силу того, что информационная цепь оказывается разорванной, неполной, теряются причинно-следственные связи между определенными фактами, у приёмника создается ложное представление об определенном сегменте действительности.

То есть источник руководствуется принципом, зафиксированным А. Кёстлером: «<...> в пропаганде полуправда гораздо действеннее истины, а переход к обороне чреват поражением». Это утверждение разделяет и С. Г. Кара-Мурза считающий, что умолчание как вид искажения информации «открывает еще большие возможности для манипуляции, нежели прямая ложь». *Ложь умолчания* анализирует Ю.А. Ермаков.

Характерно (и едва ли не провокационно) в этой связи название телепередачи времен перестройки «Прожектор перестройки», поскольку это название было прямо ориентировано на замалчивание, так как сам прожектор светит в темноте и способен выхватить из неё только определенные части окружающего мира, но не в силах дать целостной картины.

Во 2-й части романа В. Войновича «Жизнь и необычайные приключения солдата Ивана Чонкина» так описывается деятельность редактора районной газеты: «*Это был старый газетный волк, как он сам себя с гордостью называл. Но не из тех волков, которые, высунув язык, гоняются за свежими новостями. Нет, от новостей он как раз всегда шараялся в панике. И если в городе или районе случалось что-нибудь достойное внимания, то есть действительно какая-нибудь новость, Ермолкин делал все, чтобы именно она никак не попала на страницы его газеты. Бывало, читая где-нибудь, что даже какая-то буржуазная газета не могла скрыть чего-то, Ермолкин только*

руками разводил. Да что ж это в буржуазной газете редактор такой, если чего-то скрыть не может.» Рассуждения энкэвэдэшника на ту же тему: «Ах, Андрей Еремеевич, – покачал головой Фигурин, – не мне вам говорить, что нам нужна не всякая правда, а только та, которая нам нужна.»

Когда речь идет о государственной политике, реализуемой через СМИ, основной причиной замалчивания являются стремление представить себя в глазах сограждан или мирового сообщества (партнеров) в наиболее выгодном свете, а также – стремление создать иллюзию, что официальная (декларируемая) идеологическая доктрина не расходится с реальной политикой.

Так советской пропагандой замалчивались секретные статьи советско-германского договора 1939 года. Замалчивались определенные аспекты фронтовой действительности в Великой Отечественной войне. Частично замалчивался характер позиций противостоящих друг другу в период перестройки сил.

В своих воспоминаниях Г. Арбатов пишет о том, что восемь лет замалчивался факт болезни Л. И. Брежнева. Наложив табу на информацию о болезни Брежнева, власть хотела представить его как жизнеспособного и деятельного лидера, проецируя эти характеристики и на себя саму.

Функцию поддержания на должном уровне авторитета власти выполняло в СССР и замалчивание фактов крупных природных и техногенных катастроф, а также состояния окружающей среды. Ограждая социум от информации о катастрофах, СМИ формируют у него излишне оптимистическое представление о действительности, в котором присутствует компонент семантики «при такой власти все хорошо и опасаться нечего». Примечательно, что в то же время, когда советские СМИ замалчивали правду о состоянии окружающей среды в стране, они активно акцентировали внимание на положении в этой области за рубежом.

Сходная функция (поддерживания/создания авторитета) реализуется и в тех случаях, когда объект «А», конкурирующий с объектом «Б» в той или иной области, замалчивает достигнутые в ней последние успехи.

Замалчивание как фактор (инструмент) внешней политики используется для оправдания определенной позиции государства или правительства по тому или иному вопросу.

Замалчивание эффективно для трансформации представлений социума об определенной личности в целом или конкретном поступке этой личности. При этом замалчивание конкретных фактов биографии определенного лица может приводить к нежелательным для дезинформаторов последствиям.

В тоталитарных или близких к ним по своей природе обществах создаются условия, при которых информацию можно дозировать не только для всего социума в целом, но и для отдельных его частей, повергая тем самым последние в ситуацию полной или частичной информационной изоляции.

Замалчивание может осуществляться и исходя из собственно тактических соображений. Например, тогда, когда хозяева СМИ, для того чтобы мобилизовать свои силы для преодоления последствий какого-либо события, определиться с тактикой собственного поведения в сложившейся ситуации, переносят сообщение о событии на более поздний срок. В СССР так было с известием о смерти Сталина. Внутрипартийными тактическими соображениями объясняет А. Т. Твардовский то, что на XXIII съезде КПСС обходился молчанием вопрос о культе личности.

Стремление представить себя в наиболее выгодном свете порождает замалчивание фактов, которые могут обеспокоить общественность, знание которых социумом может потребовать от власти дополнительных усилий в той или иной области.

Следует помнить о том, что обнаружение предмета замалчивания приемником или даже возникновение у него обоснованного предположения о его существовании влекут за собой подрыв доверия к источнику и понижение его авторитета, то есть продуцируют результат, прямо противоположный тому, на который реализация замалчивания направлена.

Пример такой ситуации приводит Г. Арбатов: «*Притом подлинные размеры своих военных сил мы скрывали не только от общественности, но и от партнеров на переговорах в Вене, а это, естественно, еще больше подрывало доверие к нам*».

Замалчивание может ограничивать круг вариантов объяснения события или возможных действий, между которыми приёмнику предлагается сделать выбор, и тем самым ставит его в жесткие, удобные для источника рамки. То есть по форме выбор предлагается, а на самом деле – навязывается. Если же при этом дилемма состоит из двух несоизмеримых в содержательном плане частей, то действия адресата дезинформации предопределены.

Вспомните сцену из фильма «Подкидыш», где Ф. Г. Раневская спрашивает девочку: «*Девочка, чего ты хочешь: на дачу поехать, или чтобы тебе голову оторвали?*».

Высказывания современных политиков, бизнесменов и государственных чиновников подчас буквально дублируют слова героини Раневской. Из интервью с А. Чубайсом: «*Можете любить Западную Европу, можете не любить, но мы с ними должны взаимодействовать, быть на одном поле. Не хотите – не надо. Будете вместе только с Индией, Пакистаном и арабскими странами. Нравится вам это? Но только у нас будет такая же жизнь, как и там. В этом смысле нет альтернативы: западник, или не западник?*».

Для того чтобы использовать этот прием, политикам и журналистам не обязательно быть знатоками кинематографа, так как сам по себе прием прочно вошел в политический дискурс и применялся, например, в Германии накануне прихода к власти фашистов. Об этом в «Автобиографии» пишет А. Кёстлер: «*Поляризация, не оставлявшая среднего пути между опасными крайностями, нарастала с роковой неотвратимостью. Об этом красноречиво свидетельствует название тогдашнего бестселлера, книги некоего Никербокера “Германия нацистская или советская?”. Не было третьей силы, не было лучшего выбора*». Воздействие на приемника этих и подобных им высказываний базируется, во-первых, на изначально ложной установке «третьего не дано», а во-вторых, на том, что априорная проигрышность одного из вариантов оттеняет (подчеркивает) мнимую предпочтительность другого. В результате этого дезинформатор навязывает (стремится навязать) выгодную для него точку зрения, а приёмник оказывается в ситуации, подобной той, которая воссоздана в стихотворении Максимилиана Волошина «Гражданская война»: «*И там, и здесь между рядами // Звучит один и тот же глас: // – “Кто не за нас – тот против нас! // Нет безразличных: правда с нами!”*».

Сводя до минимума совокупность возможных объяснений события, замалчивание навязывает приёмнику выгодный для источника способ их интерпретации. Исследователи манипуляции в качестве одной из используемых в её рамках технологий называют *мнимый выбор*. Суть этой технологии в том, что «слушателям или читателям сообщается несколько разных точек зрения по данному вопросу, но так, чтобы незаметно представить в наиболее выгодном свете ту, которую хотят, чтобы она была принята аудиторией». К конструированию ситуации мнимого выбора, реализуемого на уровне государственной информационной политики, можно отнести случаи, когда государство целенаправленно увеличивает (или способствует уве-

личению) количество информационных печатных органов (или каналов ТВ), которые, формально различаясь по принадлежности и непосредственным задачам, фактически сообщают один объем информации.

Замалчивание может проявляться в негласном запрете на использование определенных пластов лексики и даже конкретных слов. Это, в первую очередь, слова, фиксирующие понятия (идеологемы), концентрацию внимания на которых социума власть или хозяева СМИ считают по той или иной причине нежелательными.

Замалчивание проявляется и в академической традиции, в частности в том, что в толковые словари, претендующие на полноту и адекватность воспроизведения лексикона того или иного языка, по идеологическим соображениям не включаются определенные слова. То есть обходятся молчанием (по сути – объявляются несуществующими) лексемы, которые или содержат в своем оценочном плане негативное отношение к компонентам государственного устройства, или именуют реалии и понятия, о существовании которых официальная идеология предпочитает не упоминать, так как они характеризуют её в невыгодном свете. А. Вежбицка отметила слова, незарегистрированные 12-томным «Словарем польского языка». Э. И. Хан-Пира указал, что слова *лишеницы, невозвращенцы, невыездные, спецпереселенцы, спецпайки* и др., не нашли отражение в толковых словарях русского языка. Восьмое издание Словаря русского языка С. И. Ожегова не включает в себя такие широко употребительные слова, как *сионизм, сионист, сионистский*.

Противоположностью замалчивания является гласность и свобода слова. Об истории и конкретных фактах проявления (и отсутствия) гласности в СССР в период перестройки много писал А.Д. Сахаров. Возникновение, развитие и упрочение гласности в СССР воспринимается в качестве фактора, который существенным (или даже определяющим) образом повлиял на уничтожение диктата КПСС и самого государства.

1.2.2. Расстановка акцентов

Расстановка акцентов (иное наименование – смещение акцентов). В процессе использования этого приема могут сообщаться все факты, но акцентируются только определенные из них, именно им уделяется большее внимание, другие же упоминаются как бы вскользь. Говоря языком кинематографа, одни факты подаются в фокусе, другие в «мягком» фокусе, когда камера не сосредоточена на объекте. Этот прием хорошо иллюстрируется популярным во времена Хрущева с его «догоним и перегоним Америку» анекдотом. Хрущев и Кеннеди соревнуются в беге. Кеннеди приходит первым. Сообщения американских СМИ: «Наш президент победил!» Сообщения в СССР: «Никита Сергеевич занял почетное второе место, президент США пришел вторым от конца». Факты те же, но акценты их искажают.

Примером может служить современное российское телевидение, которое справедливо называют телевидением катастроф. Характерно, что осознание этого факта отражается в фольклоре, например, анекдот: *«Телеведущий: // – Вы будете смеяться, но у нас в стране опять катастрофа»*.

Осознается оно и проникательными потребителями СМИ. Из интервью с А. Розенбаумом: *«Я вчера включил программу “Время”: из 40 минут один полуположительный сюжет и то – очередная сплетня. Все остальное – жертвы, катастрофы и трупы – крупным планом. Нельзя так прибивать народ своей же страны!»*.

Аналогичную мысль утверждает и режиссер А. Кончаловский, но делает при этом иные предположения: – *Ну-ка, ответьте мне, какое главное оружие терроризма? Главное оружие террористов – свобода информации. Новости, которые покупают за большие деньги. А покупают прежде всего новости, связанные с трагедиями. Если бы завтра была введена блокада на сообщения о террористических актах, количество безумных, бессмысленных взрывов, несущих гибель невинным людям, уменьшилось.*

Примечательно, что достаточно очевидную мысль о влиянии СМИ на социум акцентируют именно кинорежиссеры и при этом такие, которые большую часть своего экранного времени отдали изображению сцен насилия.

К этому следует добавить, что современные российские СМИ не только подробно информируют о произошедших катастрофах, но и активно прогнозируют грядущие. Российскому противоположно английское телевидение, которое, как рассказывают англичане, работает в предельно щадящем режиме, чтобы не обеспокоить сограждан.

Самые простые и эффективные способы расстановки акцентов – это последовательность расположения фактов при подаче информации и диспропорциональное дозирование времени на их освещение. Но есть и масса других способов, например, использование ведущими программ жестов, мимики и интонации, которые фиксируют определенную оценку сообщаемых фактов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.