

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

ОЧЕРНЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

*Баглюк Сергей Борисович,
кандидат филос. наук, доцент,
Академия постдипломного образования
Федерального государственного бюджетного учреждения
«Федеральный научно-клинический центр специализированных видов
медицинской помощи и медицинских технологий
Федерального медико-биологического агентства»,
г. Москва*

DENIGRATION AS AN ELEMENT OF INFORMATION WARFARE

*Sergey Baglyuk,
candidate of Philos. Sciences, associate
Professor, Academy of postgraduate education of
the Federal state budget institutions
"Federal scientific and clinical center for specialized types of
medical care and medical technologies of
the Federal medical-biological Agency",
Moscow*

АННОТАЦИЯ

В данной работе рассмотрены способы трансформации общественных настроений от нейтральных до негативных посредством направленного воздействия определенным образом препарированной информации, поступающей к массовым аудиториям из различных медиа-ресурсов. С привлечением отдельных методов социальной психологии, герменевтики и семиотики раскрываются механизмы формирования убеждений, точек зрения, представлений и их изменений под воздействием СМИ. Далее, выводы указывают на актуальность детального изучения методов информационной работы с массовыми аудиториями, что позволяет формулировать рационально-критический подход и на индивидуальном, и общем социокультурном уровнях к тенденциозно представленной информации.

ABSTRACT

In this paper, we consider the ways of transforming public attitudes from neutral to negative through the directed influence of certain prepared information coming to mass audiences from various media resources. With the involvement of certain methods of social psychology, hermeneutics and semiotics, the mechanisms of formation of beliefs, points of view, ideas and their changes under the influence of the media are revealed. Further, the conclusions indicate the relevance of a detailed study of the methods of information work with mass audiences, which allows us to formulate a rational and critical approach both at the individual and general socio-cultural levels to tendentiously presented information.

Ключевые слова: информационная война, очернение, СМИ, язык вражды, коммуникация, установка, идеология, ценности

Keywords: information war, denigration, mass media, hate speech, communication, attitude, ideology, values

Ряд обстоятельств развития современных информационных технологий делает многообразный контент, циркулирующий в пестрой медиа-среде, трудно сводимым к какой-либо однозначной интерпретации. Среди таких обстоятельств можно назвать высокий уровень воздействия на массовые настроения того, что скрывается за широко известной аббревиатурой «www». Всемирная паутина крайне сегментирована: блогосфера; интернет-сообщества; социальные сети; чаты; мессенджеры и т. д. Количество всевозможных жанров и направлений, в рамках которых каждый может стать экспертом, корреспондентом, фотографом, разумеется, блогером, только возрастает. Вместе с тем, такой каскад всевозможных источников информации не является хаотичным, поддаваясь

вполне четкому управлению и структурированию. И, несмотря на то, что все традиционные СМИ продублированы в интернете, битва за аудиторию только возрастает, поскольку функции, ранее зарезервированные исключительно за привычными медиа в формах телевидения, радиовещания и печати, может выполнять любой пользователь сети, организовав, напр., веб-трансляцию, выложив видеозапись на соответствующий ресурс или создав собственный блог.

Возникает ситуация, в которой подача информации значит больше, чем её содержание. Это означает, что подлинность факта, освещаемого в тех или иных информационных источниках, отходит на второй план. Гораздо важнее шокировать, оглушить потенциального или актуального зрителя неожиданным и

выбивающимся из привычных трактовок комментарием. Там, где объективная информация значит всё меньше, и начинается информационная война, понимаемая как «борьба «за умы и сердца людей» с помощью «направленной» информации» [7, С. 400]. Причем, можно заметить, что корректнее говорить об информационных войнах, которые ведут между собой медиа-ресурсы в борьбе за своего потребителя, страны и государства в борьбе за свою идентичность на фоне глобального шествия вестернизации, заказчики и производители рекламного контента в борьбе за внимание целевой аудитории.

Далее, в основном фокусе данной работы будет рассмотрена та разновидность информационных войн, которая отражает в своих форме и содержании противостояние различных вариантов культурно-исторического опыта, зафиксированного в национальном и социокультурном своеобразии каждого государства. Сущность и цель войны такого типа и направленности – подавление иного уникального мира, представленного традициями какого-либо народа и навязывание собственной точки зрения, которая беспартийно объявляется более прогрессивной, нежели та, что требует изменения. С чего начинается подобная атака на страну и культуру? С целой серии коммуникативных тактических шагов, основной задачей которых становятся зерна сомнений, их требуется заронить в души людей, но чаще не всего населения, а акцентировано молодого поколения. В целом данные коммуникативные элементы вписываются в стратегию вербальной дискриминации, включающей демонстрацию превосходства над оппонентом; вербальную дискредитацию, заключающуюся в подрыве авторитета оппонента и его словесном унижении; уклонение, уход от ответа и игнорирование, направленные на саботирование условного собеседника; открытое негативное реагирование; моральное уничтожение [6, С. 103]. Подобная стратегия предполагает следующие тактические приемы: угроза, грубый приказ, оскорбление, отказ, обвинение, очернение, обличение, провокация, дистанцирование, игнорирование, создание эмоциональной напряженности, демонстрация обиды, апелляция к негативным чувствам, анализ-минус [6, С. 103].

Обращает на себя внимание то, что здесь не существует строгих границ, отделяющих стратегию дискриминации и её компоненты от включенных в неё тактик, причем сами тактические составляющие в значительной степени перекрывают друг друга и взаимозаменяемы, поскольку перекликаются по смыслу. Вследствие этого, тактика очернения включает в себя в той или иной степени все остальные приемы, запускающие процесс конфронтации точек зрения, взглядов, мнений, убеждений и т. д. Особыми качествами обладает отмеченный выше анализ-минус, т. е. прием, претендующий на беспристрастное изучение какого-либо объекта, но реализующим исследовательскую модель, указывая только на

отрицательные черты изучаемой сферы. В результате оказывается, что подвергшаяся анализу-минус область вообще лишена нейтральных и, тем более, позитивных характеристик. В качестве примера можно привести многочисленные «альтернативные» точки зрения на Вторую Мировую и, соответственно, Великую Отечественную войну. Обилие попыток пересмотра этой рукотворной катастрофы сер. XX в. привело к формированию целой серии мифов [4, С. 54-58], циркулирующих с подачи западных и прозападных идеологов в том числе и в современных российских СМИ.

В данном случае очень важно не снижать давление на ту аудиторию, которая стала мишенью для информационных атак, поэтому следует постоянно развенчивать уже сложившиеся и устойчивые представления об исторических личностях этого периода истории. Причем, этот процесс ниспровержения героев войны в прямом смысле означает снос памятников на территориях некоторых стран, бывших когда-то республиками в составе СССР, или частью стран Варшавского Договора, в переносном, настойчивое сведение всех решений, приказов, действий, публичных выступлений выдающихся представителей отечественной истории военного периода к декларации ими милитаристских, кровожадных, агрессивных устремлений и намерений. В частности, можно указать опубликованную недавно работу американского автора Ш. МакМикина (McMeekin) «Война Сталина», в которой прямо указывается на главную, исключительную и неоспоримую, по мнению МакМикина, ответственность И.В. Сталина за все ужасы Второй Мировой войны, а роль Гитлера в них малозначимая и второстепенная [8, Р. 10-15]. Вдобавок, автор этого исследования приводит большое количество цитат из прямой речи Сталина, в которых тот буквально в каждой фразе подчеркивает готовность развязать войну по малейшему поводу, сравнивая СССР с «кровожадным хищником, сгорающим от нетерпения перед захватом добычи» [8, Р. 19]. Однако, автор крайне туманно подтверждает ссылками на источники данные цитаты, при внимательном изучении аппарата ссылок оказывается, что приведенное выше высказывание процитировано с чужих слов, очевидцев, лично присутствовавших и слышавших от Сталина такие слова.

Таким образом, произвольный пересказ становится твердым фактом, и, если работа, претендующая на статус фундаментального исторического исследования, выдает малоубедительные при внимательном чтении данные за неоспоримый факт, то, что можно сказать о материалах, циркулирующих в СМИ на эту же тематику? Важно заметить, что общий пафос установления подлинной истины, свойственный подобным материалам, подаваемый как долг перед жертвами колоссальной трагедии [8, Р. 15], должен переключить фокус восприятия с рационального на

эмоциональное, в котором критический подход к изучению представленной информации отходит на задний план либо исчезает вообще. И здесь к комплексу стратегий и тактик информационной войны подключаются коммуникативные процедуры, позволяющие нанести удар по сложившимся установкам и связанным с ними убеждениям. Прямолинейное воздействие исключено, потому что установка блокирует информацию, нерелевантную самой установке. Поэтому здесь приходится обходиться без «грубых приказов», «отказов», «демонстрации обиды» и т. п., а вот «апелляция к негативным эмоциям» может сработать при целенаправленном создании определенных условий восприятия информации.

То, каким образом формируются установки, конечно, требует отдельного исследовательского внимания, но для ясности того, о чем пойдет далее речь, отметим, что «установка – это психологическая тенденция, которая выражается через оценивание заслуживающих внимание объектов с определенной степенью расположения или неприязни... Оценки эти касаются всех категорий оцениваемых реакций, являются ли они открытыми или скрытыми, когнитивными, аффективными или поведенческими» [5, С. 230]. Итак, установка включает три компонента – аффективный (эмоции по отношению к объекту установки); когнитивный (убеждения, мнения, идеи по отношению к объекту установки; поведенческий (мотивы и цели поведения или склонности к определенным поступкам) [5, С. 230]. Положительные установки, касающиеся оценок собственного исторического и культурного опыта, ценностей, традиций, становятся главной мишенью в информационной войне. Как изменить отношение к национальной истории и её героям с положительного и объединяющего на отрицательное и конфронтационное? В решении этого вопроса применимы, по крайней мере, два социально-психологических подхода, сознательно или нет используемых в западных и прозападных информационных источниках, нацеленных на причинение вреда тем культурам и народам, на чьё общественное сознание они стремятся воздействовать.

Первый социально-психологический подход сформулирован американскими авторами Р. Петти и Дж. Качиоппо – модель уточнения вероятности [2, С. 284-286]. Смысл этой концепции в выделении двух способов обработки информации, которые мы используем при знакомстве новым содержанием, сообщением или серией сообщений, которые требуется проработать для формирования отношения к данным, которые ранее не были нам известны. По мнению авторов, существует два способа проработать сообщение, т. е. обдумать аргументы, содержащиеся в убеждающей коммуникации. Р. Петти и Дж. Качиоппо считают, что необходимость определиться с отношением к новой информации вызывает именно стремление коммуникатора убедить аудиторию в актуальности принятия его точки зрения, в противном случае мы

имеем дело с информирующей, а не убеждающей коммуникацией. Информированная коммуникация нейтральна, не призывает к ней прислушиваться и уж тем более менять поведение в соответствии со смыслом передаваемой информации.

Первый способ сформировать свою точку зрения по отношению к предлагаемой – центральный путь, т. е. когнитивная обработка, включающая тщательное изучение содержания [2, С. 284]. Данный способ включает когнитивную составляющую установки, позволяющую взвешенно подходить к новым данным и анализировать их элементы для более точного познания того, о чем идет речь. Второй способ – периферический путь, поверхностный мыслительный процесс, в ходе которого кто-либо принимает или отвергает сообщение, основываясь на нерелевантных знаках [2, С. 285]. Другими словами, этот способ задействует аффективную сторону установки, актуализируя простые эмоциональные дихотомии: «нравится/не нравится»; «приятно/неприятно»; «выгодно/невыгодно». Хотя последнее требует вдобавок ещё и прагматичного подхода к возможным результатам принятия предлагаемых убеждений: материальный достаток; статусное преимущество; одобрение в коллективе и т. п. Среди убеждающих стратегий, позволяющих в обход центрального, двигаться в процессе убеждения по периферийному пути в намерении изменить чьи-либо имеющиеся установки, выделяются следующие [2, С. 285]: взаимность/взаимодействие («вы должны поверить, что...»; «данная точка зрения заслуживает внимания...»; «такое мнение невозможно игнорировать (или вариант – обойти стороной)...»); последовательность («принято считать, что...»; «существует позиция, с которой трудно спорить...»; «самым разумным будет вывод...»; «здесь напрашивается очевидное решение...»); социальное доказательство («общемировая практика диктует в подобной ситуации...»; «в конце концов, здравый смысл подсказывает...»; «опыт поколений в этом вопросе нельзя игнорировать»; «самым распространенным способом выхода из данной ситуации будет...»); симпатия («достаточно привлекательной выглядит точка зрения...»; «данную благородную позицию нельзя не приветствовать...»; «что может быть прекраснее, чем слова, сказанные...»); авторитет («трудно спорить с мнением уважаемых экспертов...»; «ряд признанных профессионалов в рассматриваемой сфере утверждают...»; «выдающиеся деятели в соответствующей области в один голос утверждают...»; «лидеры современного мира согласны, что...»); дефицит времени («без долгих раздумий решайте, на чьей вы стороне...»; «нельзя ждать вечно, действуйте быстрее...»; «не затягивайте с выбором, не упускайте момент...»; «пожалуйста, придите к заключению как можно скорее, а то окружающие ждут...»).

Можно отметить, что периферический путь к достижению цели – изменить сложившееся мнение, убеждение, установку, старательно обходит рационально-критические фильтры, присущие детальной интеллектуальной обработке информации. Следовательно, акцент на аффективную установочную составляющую требует максимально усилить положительный эмоциональный фон результата выбора предлагаемой точки зрения, и, наоборот, перегрузить отрицательными характеристиками (очернить) упорное желание аудитории придерживаться устоявшихся взглядов. В ход идут преувеличения: «дремучий», «глухой», «непробиваемый» консерватизм; «бестолковое», «узколобое», «беспросветное» ностальгирование (по прошлому), «избыточная», «нелогичная», «абсурдная» тяга к охранительству и «бездумная» романтизация всего отжившего. И всё это в противоположность динамичному, интенсивному, неизбежному шествию по пути прогресса; открытости новым веяниям и свободному принятию конструктивного реформизма; отказу от средневековой отсталости и смелому индивидуальному выбору быть самим собой. Если принимать во внимание декларируемый неозволюционизм вт. пол XX в. факт, что существуют всеобщие для каждой культуры критерии уровня перспективного развития [3, С. 545], то покажется совершенно очевидной неизбежность культурно-исторического движения всего человечества по пути, почти полностью идентичному тому, что проходит западная цивилизация. Следовательно, согласно этой концепции, только такое направление исторической динамики и имеет подлинную ценность, в отличие от того, что в эту логику не вписывается.

Для того, чтобы переломить в свою пользу стремление значительной части культур и народов к сохранению и поддержанию традиционных ценностных основ культурного наследия прошлого, используется глобальная сеть медиа-ресурсов от печати до интернета. Оказывается, недостаточно простой декларации того, что вместе с вестернизацией каждое государство получает лишь преимущества, ведь установки придерживаться привычных и устойчивых для какого-либо общества представлений и убеждений, будучи трехсоставными, невозможно сломать. В этом случае применим способ, предложенный Л. Фестингером в его теории когнитивного диссонанса [2, С. 299-307].

Фестингер предполагал, что острый эмоциональный дискомфорт, вызываемый рассогласованием между имеющимися в наличии убеждениями и информацией, которая им противоречит, можно урегулировать тремя путями. Первый – селективная экспозиция, т. е. стремление избегать информации, диссонансирующей с собственными установками. Напр., выбирать те источники в СМИ, которые предлагают материалы, комментарии, аналитические программы с

мнениями, по преимуществу, совпадающими с личной позицией кого-либо. Второй – диссонанс после принятия решения, означающий переживания, испытываемые в случае уже сделанного выбора, но с осознанием того факта, что выбор возможно оказался поспешным, и существовали более привлекательные альтернативы. По мнению Фестингера, тот, кто столкнулся с подобным обстоятельством, убеждает себя в выгодах принятого решения так, чтобы в его глазах данные выгоды были более значительными, чем остальные варианты. И третий путь, наиболее парадоксальный, – минимальное обоснование, формулируя который Фестингер переворачивает устоявшуюся в социальной психологии последовательность, утверждающую, что установка предшествует поведению. Для того, чтобы добиться не просто публичного подчинения, а изменения на индивидуальном уровне, лучшим способом будет предложить достаточное вознаграждение или наказание, которое приведет к искреннему согласию [2, С. 306]. Другими словами, изменить установку кого-либо можно предоставив достаточный стимул, чтобы спровоцировать поведение, противоречащее исходной установке [2, С. 306]. При всей обтекаемости формулировки, основным здесь является то, о чем шла речь в модели уточнения вероятности – следовать для достижения цели периферическим путем, т. е. предложить очевидные выгоды при изменении поведения или убеждения. Поскольку эти выгоды измеримы материально, то всё дело в банальном подкупе. Последнее подтверждается в поставленном Фестингером в коллегой экспериментом: «Солгал бы я за доллар?» [2, С. 306-308]. Если испытуемый придерживался исходной установки «не лгать», экспериментаторы поднимали ставки: «Не будете лгать за доллар? А за два? Три? Двадцать?» и т.д., пока испытуемый не сдавался и соглашался пойти навстречу.

Конечно, следует учитывать, все указанные способы убеждения не применяются по отдельности. Для усиления эффекта их можно сочетать в различных пропорциях, в зависимости от обстоятельств. И при этом, постоянно подчеркивать плюсы от навязываемой точки зрения и минусы той, которую требуется изменить. В этих целях подключается ещё один компонент, близкий тому, что касается очернения, – язык вражды (hate speech) [1, С. 428-430]. Суть данного феномена в постоянном риторическом давлении на оппонента, т. е. в том, к чему (или к кому) требуется вызвать негативные эмоции, всё должно быть плохо. Этот подход, конечно без крайних форм, более актуальных в полемике пользователей социальных сетей, в значительной степени реализован в указанной выше работе Ш. МакМикина, в которой И.В. Сталин представлен исчадием ада, в котором лишь едва угадывается человеческий облик.

Подводя итоги можно отметить следующее:

- Информационные войны стали частью не только реальности, представленной в масс-медиа, но существенной составляющей международной

повестки дня. Противостояние национальных интересов, идеологий, культурно-исторического опыта стало повседневным фоном отношений между странами и народами;

- Борьба за доминирование мировоззрения, представленного «коллективным Западом», в противоположность стремлению к самобытности культур, не испытывающих желания сдаваться вестернизации, требует привлечения не только передовых информационных технологий, но и эффективных способов убеждения и воздействия на общественное сознание;

- Для результативного отражения масштабных информационных атак требуется знать, как работают механизмы трансформации установок, мнений и точек зрения. Это позволяет применять для анализа и изучения вредоносного контента рационально-критические процедуры, блокирующие негативное эмоциональное воздействие на аффективную установочную составляющую;

- Также можно отметить, что рациональный, последовательный и поступательный подход к исследованию содержания информации в медиа-среде позволяет распознать завуалированные под объективные исследования тенденциозные, понимаемые в широком смысле, сообщения, тексты и материалы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гликина А.В., Анисина Н.В. Анализ «языка вражды» в текстах Интернет-СМИ // Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Лучшие доклады. 2018. – СПб.: Издательство: Федеральное

государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого" (Санкт-Петербург), 2018.

2. Гриффин Эм. Коммуникация: теории и практики. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2015 – 688 с.

3. Культурология. XX век. Словарь. – СПб.: Университетская книга, 1997. - 640 с.

4. Пенкина О.В., Потапов А.Е., Шахторин А.А. Мифы и факты о Великой Отечественной войне // Общество: философия, история, культура. – Краснодар: Учредители: Издательский дом ХОРС (Краснодар), 2021. - № 3.

5. Перспективы социальной психологии / Пер. с англ. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 688 С.

6. Трофимова В.А. Дискурсивные средства реализации нарушения максим одобрения и симпатии в речевой модели коммуникативного давления // Филологический аспект. – Нижний Новгород: Учредители: Плесканюк Татьяна Николаевна (Нижний Новгород), 2021. - №02 (70).

7. Фефилов Ф.А. Роль средств массовой информации в межкультурной коммуникации / Лингводидактика и межкультурная коммуникация: актуальные вопросы и перспективы исследования. Сборник научных статей. Ответственные редакторы Н.В. Кормилина, Н.Ю. Шугаева. Чебоксары, 2018. – Чебоксары: Издательство: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева (Чебоксары), 2018

8. McMeekin S. Stalin's War. A New History of World War II. – New York: Basic Books, 2021. – 924 P.

ДЕМОНИЗАЦИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Баглюк Сергей Борисович,

кандидат филос. наук, доцент,

Академия постдипломного образования

Федерального государственного бюджетного учреждения

«Федеральный научно-клинический центр специализированных видов

медицинской помощи и медицинских технологий

Федерального медико-биологического агентства»,

г. Москва

DEMONIZATION AS AN ELEMENT OF INFORMATION WARFARE

Sergey Baglyuk,

candidate of Philos. Sciences, associate

Professor, Academy of postgraduate education of

the Federal state budget institutions

"Federal scientific and clinical center for specialized types of

medical care and medical technologies of

the Federal medical-biological Agency",

Moscow

АННОТАЦИЯ

Данная работа рассматривает методологию препарирования информации в современной массовой культуре. С привлечением контент-анализа, герменевтики и семиотики раскрываются механизмы формирования односторонних взглядов и представлений, закрепляемых в общественном сознании под воздействием медиа-ресурсов. Далее, формулируются выводы, в которых утверждается важность