

Я.Н. Засурский

**Техника дезинформации и
обмана**

**Москва
«Книга по Требованию»**

УДК 03
ББК 92
Я11

Я11 **Я.Н. Засурский**
Техника дезинформации и обмана / Я.Н. Засурский – М.: Книга по Требованию,
2024. – 244 с.

ISBN 978-5-458-40971-1

В монографии на большом фактическом материале рассматриваются приемы и методы манипулирования общественным мнением с помощью буржуазных средств массовой информации и пропаганды. В книге критически осмысливаются разработанные буржуазными теоретиками концепция стереотипизации общественного мнения, техника дезинформации и фальсификации посредством иллюстраций, телесюжетов, приемы использования сенсаций, инсинуации и полуправды, а также манипуляции статистическими сведениями. Авторы анализируют методы аргументации, семантику буржуазной пропаганды, изощренность в обмане масс посредством фашистской техники «большой лжи» и современные средства идеологических диверсий.

ISBN 978-5-458-40971-1

© Издание на русском языке, оформление

«YOYO Media», 2024

© Издание на русском языке, оцифровка,
«Книга по Требованию», 2024

Эта книга является репринтом оригинала, который мы создали специально для Вас, используя запатентованные технологии производства репринтных книг и печати по требованию.

Сначала мы отсканировали каждую страницу оригинала этой редкой книги на профессиональном оборудовании. Затем с помощью специально разработанных программ мы произвели очистку изображения от пятен, кляксы, перегибов и попытались отбелить и выровнять каждую страницу книги. К сожалению, некоторые страницы нельзя вернуть в изначальное состояние, и если их было трудно читать в оригинале, то даже при цифровой реставрации их невозможно улучшить.

Разумеется, автоматизированная программная обработка репринтных книг – не самое лучшее решение для восстановления текста в его первозданном виде, однако, наша цель – вернуть читателю точную копию книги, которой может быть несколько веков.

Поэтому мы предупреждаем о возможных погрешностях восстановленного репринтного издания. В издании могут отсутствовать одна или несколько страниц текста, могут встретиться невыводимые пятна и кляксы, надписи на полях или подчеркивания в тексте, нечитаемые фрагменты текста или загибы страниц. Покупать или не покупать подобные издания – решать Вам, мы же делаем все возможное, чтобы редкие и ценные книги, еще недавно утраченные и несправедливо забытые, вновь стали доступными для всех читателей.

В современной системе методов дезинформации чрезвычайно важное место занимает статистика. У американцев давно уже существует поговорка о трех видах лжи: просто ложь, проклятая ложь и статистика. Это бесспорно верно относительно использования статистики в буржуазной пропаганде. И вновь та самая статистика, задача которой — помочь понять реальные факты жизни, обобщить и проанализировать цифры и данные о том, что происходит в мире, служит буржуазным пропагандистам для того, чтобы придать их выступлениям видимость правдивости, задушить тем самым правду фактов их ложной статистической классификацией и интерпретацией.

Наконец, буржуазная пропаганда в своей аргументации подтасовывает реальные факты с помощью весьма изощренной словесной эквилибристики, различных словесных ходов, выдавая черное за белое. Ее старания таким путем придать респектабельный вид самым отвратительным сторонам буржуазной жизни также являются одним из средств создания видимости правды для того, чтобы расправиться с этой правдой.

Как видим, система техники дезинформации буржуазной пропаганды весьма многообразна. Она насчитывает большое количество приемов, которые все вместе выполняют задачу внедрения буржуазного сознания в умы народов капиталистических стран. Анализ этих методов показывает, что коварство и изощренность их проистекают прежде всего из стремления буржуазных пропагандистов создать видимость правдоподобия своих сообщений, помешать развитию мыслительных способностей человека, убить правду, создав эрзац реальной действительности, который уже давно именуется в мире однозначно — ложью.

Техника дезинформации, прячась за внешним лоском правдоподобия, уводит народные массы капиталистических стран от истины, от понимания законов развития общества, от классовой борьбы.

I. Информация как инструмент буржуазной пропаганды

Пропагандистский механизм информационных сообщений

Значительную часть сведений, передающихся по каналам прессы, радио, телевидения, составляют сообщения о последних событиях. В разных странах они именуются по-разному. Скажем, на английском языке их обозначают журналистским профессионализмом «новости» (news). В нашей репортерской практике это слово отчасти также имеет употребление, но в целом указанные сообщения у нас принято именовать информацией. В отличие от аналитических материалов, рассматривающих с определенных позиций ту или иную проблему, под информацией в журналистике, на наш взгляд, следует понимать сообщения из любой сферы действительности, которые освещают последние события и в которых прямой комментарий либо не соединяет фактов причинно-следственной связью, либо отсутствует совершенно.

В таком узкоспециальном значении понятие «информация» не вполне совпадает с его общетеоретической трактовкой, ибо в общетеоретическом смысле оно обозначает сведения об окружающем мире, используемые организмом (или машиной) в своей деятельности¹. Применительно к журналистике информацией в этом смысле выступают все, в том числе аналитические, материалы при условии их восприятия адресатом. Данное обстоятельство определяет, в частности, совокупное обозначение прессы, радио, телевидения как средств массовой информации.

¹ См. Н. И. Жуков Информация. Философский анализ информации — центрального понятия кибернетики. Минск. 1966, стр. 41.

Столь очевидные различия в понимании рассматриваемого термина требуют их безусловного разграничения. На наш взгляд, оно может быть достигнуто добавлением к слову «информация» определений «событийная» или «оперативная», если имеется в виду специальное журналистское понятие. Как часть общего потока журналистских материалов, событийная информация с марксистско-ленинских позиций не может не служить целям пропаганды¹.

Капиталистическая пресса, радио, телевидение широко оперируют событийными сообщениями. В некоторых газетах им отводится до 65% всей редакционной (свободной от рекламы) площади номера. Оперативная информация занимает значительную часть времени общественно-политического радио- и телевещания, выходя в эфир специальными выпусками несколько раз в день, а то и круглые сутки. И этот мощный поток журналистских «сведений» нередко выдается в капиталистическом мире за беспристрастную, объективную регистрацию событий, свободную от пропагандистских целей. «Подготавливая информацию, журналист должен постоянно быть начеку, чтобы не допустить использования новости в целях пропаганды»², — гласят, например, «Каноны журналистики», принятые Ассоциацией японских издателей и редакторов газет.

Подобные заявления зиждутся по существу на двух посылках. Во-первых, критерием объективности журналистского материала выдвигается абстрактно понимаемая беспристрастность, отсутствие в нем всякого «мнения», и, во-вторых, категорично утверждается, что буржуазные журналисты как раз избегают или по крайней мере стремятся избежать выражения каких бы то ни было мнений в информационных сообщениях.

Неправомерность данной концепции обнаруживается уже в том случае, если под «мнением» понимать лишь прямую авторскую оценку события или какой-то его стороны. Например, в английских буржуазных газетах на полосах с рубрикой «Новости» нередко публикуются ма-

¹ Здесь и далее пропаганда понимается как средство целостного идеологического воздействия на массы, в которое органически включено и агитационное воздействие.

² «The Free Press in the World». Naples, 1957, p. 122.

териалы, включающие в той или иной степени прямые авторские высказывания по поводу сообщаемого. Именно поэтому приведенное выше определение событийной информации не сводит ее только к «сообщениям без прямых оценок», указывает на возможность присутствия в информационной заметке авторского комментария, но в особой форме, которая исключает рассмотрение причинно-следственной связи явлений и тем самым отличает информационный материал от аналитического.

Однако даже если брать ту часть информационных сообщений, где прямой комментарий, прямые авторские оценки событий отсутствуют совершенно, то и тогда рассуждения буржуазных журналистов о «чистой» информации, не содержащей никакого мнения, оказываются несостоятельными.

Предметом событийной информации в журналистике выступает единичный актуальный факт — необычайно сложный феномен действительности¹. По существу это завершенный или незавершенный процесс взаимодействия различных объектов. Каждый такой процесс неразрывно связан со множеством других, составляющих в совокупности бесконечное разнообразие.

Освещая реальность, журналист неизбежно вычленяет из всего многообразия, сплетения фактов какие-то единицы. Тем самым он уже как бы указывает на важность отображаемых событий, косвенно фиксирует свое отношение к ним. Кроме того, «мнение» репортера проявляется и в описании факта, ибо разные индивиды по-разному отражают действительность, особенно когда дело касается сложных явлений, которые нельзя воспринимать только чувственно. Событийная информация в журналистике — вторичная, отраженная информация, и, как таковая, она не может не содержать хотя бы скрытого «мнения».

¹ См. В. А. Вьюник, В. Н. Тишунин. Информация как газетный жанр. Л., 1962; Н. В. Колесов. Жанры советской периодической печати. М., 1964; *его же*. Газетные жанры. М., 1971; Н. Г. Пальгунов. Заметки об информации. М., 1967; В. В. Ученова. Событие, факт, интерпретация. — «Вестник МГУ». Серия XI. «Журналистика», 1967, № 2, стр. 34—42; Р. Ф. Иванова. Конкретные социологические исследования и публицистика. — «Вопросы теории и практики массовых форм пропаганды», вып. 1. М., 1968; М. В. Шкондин. Событие, информация, читатель. — «Вестник МГУ». Серия XI. «Журналистика», 1968, № 5, стр. 85.

Это обстоятельство отмечено в ряде работ советских исследователей. Е. И. Пронин, например, вводит два понятия комментирования. С его точки зрения, комментарий можно понимать в узком смысле, как прямое повышение однозначности и увеличение информационной избыточности в сообщении — иными словами, сокращение степени свободы интерпретации сообщения реципиентом; комментирование же, понимаемое широко, — это отбор и знаковое кодирование информации¹. С таким подразделением нельзя не согласиться. Но для четкости формулировок целесообразно понимать под комментированием в первом значении лишь прямую авторскую оценку явления, а во втором — обозначить его как интерпретацию факта.

Из сказанного вытекает, что информационные журналистские сообщения, так же как и аналитические материалы, всегда выступают инструментом пропаганды определенных взглядов. К подобному пониманию событийной информации в конце концов приходят и некоторые буржуазные идеологи. Но при этом они оказываются в безраздельной власти субъективистских и релятивистских концепций. Так, видный сотрудник «Нью-Йорк таймс» Б. Эткинсон говорил: «...большая доля субъективности заключается уже в определении того, что является и что не является информацией. Курс акций фондовой биржи и расписание движения судов — единственное, что не субъективно в газетах»². Та же мысль в заявлении немецкого буржуазного исследователя прессы Э. Довифата: «Направляемые с самых различных сторон требования к печати писать «конкретно-объективно» — не выполнимы. Газета, даже ее чисто информационная часть, является насквозь субъективным делом. Даже честнейшая добрая воля быть объективным в самом благоприятном случае позволяет быть лишь субъективно правдивым. Достигнуть большего она не может... Всякий отбор, всякая обработка и подчеркивание одного сообщения происходит с необходимостью за счет другого и тем самым подвергается влиянию субъективных момен-

¹ См. Е. И. Пронин. Печать и общественное мнение. М., 1971, стр. 34.

² «Reporting the News. Selections from Nieman Reports. Ed. by L. M. Lyons». Cambridge, Massachusetts, Belknap Press of Harvard Univ. Press., 1965, p. 214.

тов... Тот, кто отрицает субъективность газеты, отрицает саму газету»¹.

Такие рассуждения основаны на отмеченном выше буржуазном понимании объективности, безоговорочным условием которой выдвигается отсутствие в журналистском материале какого бы то ни было мнения. Поскольку при ближайшем рассмотрении оказывается, что избежать мнения в событийной информации попросту невозможно, любое журналистское сообщение и объявляется субъективным, неистинным.

Однако за подобным релятивизмом кроется классовая буржуазная позиция, основанная на смешении понятий «интерпретация» и «субъективная интерпретация». Если, по Довифату, журналистские материалы вообще и событийная информация в частности не могут быть правдивыми без приставки «субъективно», то выходит, что объяснение действительности всегда субъективно, что истинного, объективного освещения явлений быть не может. Доведенное до логического конца, это рассуждение явились бы отрицанием возможности всякого истинного знания об окружающем мире, всякой науки, т. е. привело бы к абсурду.

Марксизм не приемлет релятивизма в довифатовском смысле. В. И. Ленин писал: «Диалектика, — как разъяснял еще Гегель, — включает в себя момент релятивизма, отрицания, скептицизма, но не сводится к релятивизму. Материалистическая диалектика Маркса и Энгельса безусловно включает в себя релятивизм, но не сводится к нему, т. е. признает относительность всех наших знаний не в смысле отрицания объективной истины, а в смысле исторической условности пределов приближения наших знаний к этой истине»². Интерпретирующий, пропагандистский характер событийной информации не исключает в принципе объективности, истинности передаваемых ею сведений. Подлинный и единственный критерий объективности сообщения не отсутствие в нем мнения, передачи которого избежать невозможно, а степень соответствия этого мнения и журналистского материала в целом объективной реальности.

¹ Цит. по: Е. П. Прохоров. Публицистика в жизни общества. М., 1968, стр. 87.

² В. И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 18, стр. 139.

Проблема отражения действительности в оперативной информации (если оставлять в стороне заведомую дезинформацию) не отличается от проблемы познания вообще. С позиций марксизма-ленинизма субъективен лишь образ события или факта. Содержание же этого образа может быть сходным с явлением реальности и, значит, объективным и истинным. Но для того чтобы оно было таковым, отражающий явление субъект должен верно представлять тенденцию развития бытия, воспринимать и оценивать события с правильных позиций. В применении к журналисту это означает верное представление тенденции развития *общественного* бытия, поскольку пресса, радио, телевидение прежде всего и главным образом призваны давать аудитории ориентацию относительно явлений социальной действительности.

Журналистика, естественно, не может отразить всех фактов социального бытия. Самая высшая задача, указывал В. И. Ленин, — охватить объективную логику его эволюции «в общих и основных чертах с тем, чтобы возможно более отчетливо, ясно, критически приспособить к *ней* свое общественное сознание...»¹. И он разъяснял, что охватить эту объективную логику можно только в том случае, если «смотреть на каждый вопрос с точки зрения того, как известное явление в истории возникло, какие главные этапы в своем развитии это явление проходило, и с точки зрения этого его развития смотреть, чем данная вещь стала теперь»².

Однако такой подход к общественным явлениям возможен лишь с прогрессивных социальных позиций. В современных исторических условиях до конца последовательным прогрессивным общественным классом выступает только пролетариат. И потому лишь журналист, вооруженный его идеологией, разделяющий его идеальные позиции, способен в своих сообщениях, в том числе информационных, объективно отразить социальную действительность, дать ее явлениям истинную интерпретацию. В силу этого событийная информация в коммунистической журналистике, выполняя пропагандистскую функцию, остается тем не менее объективной информацией. Ее предназначение — так воздействовать на обще-

¹ В. И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 18, стр. 345.

² В. И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 39, стр. 67.

ственное сознание, чтобы привести субъективную деятельность людей в соответствие с объективной тенденцией исторического развития.

Буржуазная журналистика враждебна идеологии пролетариата. Следовательно, ее событийная информация, будучи инструментом пропаганды, не в состоянии объективно отражать социальную действительность в целом. В соответствии с интересами господствующего класса она не может не ориентировать аудиторию на противодействие объективной тенденции общественного бытия.

Отбор информации в целях буржуазной пропаганды

Как отмечено выше, уже отбор фактов для освещения на газетной полосе или в эфире есть интерпретация реальности. Очерчивая общую панораму событий, информационный орган создает у аудитории определенное видение мира. Первейшим и непременным условием объективного отражения социальной действительности в этой панораме для общеполитического органа информации должно быть преимущественное освещение сфер политики и экономики, где наиболее четко, непосредственно проявляется сущность социальной структуры общества, антагонистический или неантагонистический характер его классовых отношений. Соответствует ли данному условию событийная информация в буржуазной журналистике? На этот вопрос нельзя дать однозначного ответа.

Капиталистическая пресса, радио, телевидение функционируют в обществе антагонистических классовых противоречий. По существу они несут два различных информационных потока: один — управляющим, эксплуататорам, другой — управляемым, эксплуатируемым. Эти потоки иногда предстают «изолированными» — в форме так называемых качественных и массовых газет, специальных радио- и телепередач, рассчитанных на определенную аудиторию; иногда же бывают «организационно» соединены, как, например, в большинстве региональных и местных изданий, в «общих» радиотелевизионных программах новостей; но в любом случае они адресуются различным слоям. Обращение к тому или иному потоку — либо в виде «организационно изолированных» качественных и популярных газет, либо в виде преимущественного

выбора каких-то сообщений в «смешанных» средствах массовой информации — определяется классовым положением и связанным с ним уровнем образования человека¹.

Адресованный представителям правящего класса качественный информационный поток отражает по преимуществу сферы политики и экономики. Например, в английских качественных буржуазных газетах «Таймс» и «Гардиан» политico-экономические материалы, по подсчетам автора, занимают в среднем 63—64% всей информационной площади.

Массовый информационный поток, напротив, освещает главным образом те сферы действительности, где классовые отношения проявляются менее четко, опосредованно или не проявляются совершенно. В основном он состоит из «развлекательных» сообщений скандально-уголовного толка. Как показало специальное исследование, в английских популярных газетах «Дэйли экспресс» и «Дэйли миррор» они составляют соответственно 67 и 75% всего объема событийной информации. Подобное преобладание «развлекательных» новостей характерно и для буржуазных радио- и телевизионных программ, рассчитанных на широкую аудиторию. Так, анализ 1800 сообщений, переданных за два месяца двумя информационными программами американского телевидения, выявил «высокий процент занимательных, но малозначительных материалов»².

Причины столь явного различия между двумя информационными потоками состоят в следующем. Качественный поток призван до некоторой степени ориентировать управляющих в процессах социальной деятельности с тем, чтобы они могли эффективно противодействовать объективной тенденции общественного развития, идущей вразрез с их устремлениями. Это и находит свое выражение в преимущественном отборе сообщений из тех сфер реальности, где классовые отношения проявляются наиболее четко, непосредственно. Освещая главным образом названные сферы, качественная буржуазная журнали-

¹ Подробнее о качественной и популярной буржуазной журналистике, о причинах широкого распространения массовых газет см.: «На службе монополий». М., 1977.

² S. Cohen, J. Yong (ed.). The Manufacture of News. London, Constable, 1973, p. 41.

стика на данной ступени — ступени отбора категорий информации — приближается к объективному отражению общественного бытия, насколько это отвечает интересам власти имущих. И не случайно В. И. Ленин, разоблачая классовую сущность буржуазной прессы, подходил к ней дифференцированно, называл капиталистические газеты не только орудиями обмана масс, но и орудиями информации для буржуазии¹.

В отличие от качественного потока адресованный трудащимся массовый буржуазный информационный поток призван в первую очередь отвлечь внимание эксплуатируемых от всего, что прямо связано с классовой природой общества. Выполнение этой задачи и начинается с преимущественного отражения тех сфер действительности, где классовые отношения проявляются опосредованно или не проявляются совсем.

Преобладание сенсационно-развлекательных новостей в информационном «блоке» не что иное, как искажение объективной картины социального бытия. Приученная с помощью развлекательных материалов воспринимать общественные явления на неклассовой основе, массовая аудитория принимает за «общечеловеческий» и такой факт, который явился результатом классовых противоречий. Отсюда подавляющее количество развлекательных сообщений в популярном информационном потоке переходит в определенное качество: они становятся орудием «обмана и одурачения для массы трудящихся»².

Интересам правящего класса объективно служит и установка капиталистических средств массовой информации и пропаганды на преимущественное освещение необычных, экстраординарных событий. Она наиболее характерна опять же для массового информационного потока, создатели которого неизменно руководствуются принципом: «Если собака кусает человека, это не новость, но, если человек кусает собаку, это новость»³. В стремлении отражать исключительное буржуазные репортеры игнорируют диалектику общего, особенного и единичного. В результате информационная событийная панорама искажает объективную картину действительности, что ведет к социальной дезориентации аудитории.

¹ См. В. И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 42, стр. 329.

² Там же.

³ «Campaign», 8 November 1968, p. 24.