

ОБ ИНФОРМАЦИОННОМ ВЛИЯНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ НА ЭЛЕКТОРАТ

Автор: А. Н. ПЛЮЩ

ПЛЮЩ Александр Николаевич - кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Института социальной и политической психологии АПН Украины (Киев).

Аннотация. В современном обществе политическим силам не приходится надеяться на расширение числа сторонников без присутствия в информационном пространстве социума. В статье рассматривается информационное влияние как процесс организации информационного пространства, в которое погружен индивидуальный субъект. Акцентируется внимание на том, что возможности индивидуальных субъектов противостоять деструктивным информационным воздействиям обуславливаются усилиями социальных институтов, которые обеспечивают конкуренцию и качество заложенных в информации социокультурных дискурсов.

Ключевые слова: текст * метатекст * гипертекст * влияние СМИ * политические представления * дискурс * интеграция общества

Постановка проблемы. Информационная эпоха характеризуется тем, что "генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти" [1]. Политическую жизнь современного общества невозможно представить без массивных информационных кампаний. Легитимность власти формально стала определяться доверием общества, зависящего от степени расположения общественного мнения. В связи с этим у элиты возникла необхо-

димось активнее прибегать к современным коммуникативным символаобразующим технологиям - для усиления эффективности своего воздействия на сознание масс. Доминантой информационной политики становится потребитель - принимающее звено коммуникативной цепочки. Именно здесь происходит борьба между свободой интерпретации информации и пассивностью усвоения заложенных в ней смыслов [2]. В информационном обществе априори подразумевается готовность индивидуальных субъектов самостоятельно ориентироваться в информационном пространстве социума. При этом предполагается, что ментальный потенциал индивидуального субъекта, обуславливающий возможности интерпретации, осмысления полученной информации, достаточен, чтобы противодействовать деструктивным внешним воздействиям.

Чем сильнее политика включается в круг непосредственных интересов людей, тем больше она оказывает влияние на их политические ориентации. Как показывают исследования, только около 4% граждан Украины имеют опыт постоянной организованной политической деятельности и участвуют в работе политических партий [3]. Оценивая политические события и политических субъектов, они могут опираться на собственный опыт политической деятельности. В отличие от них, подавляющее большинство граждан (96%), делая свой политический выбор, ориентируются на информацию СМИ и собственные умозрительные построения. Именно информационные потоки, в которые погружен человек информационной эпохи, определяют реальные условия его жизнедеятельности и влияют на его политические представления. В условиях разнообразия источников информации, конструирующих множественные версии реальности ("правда" у всех своя), возникает ситуация неопределенности, предполагающая совмещение отдельных вариаций в некую общую картину действительности. Теоретическое осмысление сложной организации процесса информационного влияния позволит глубже понять природу его воздействия на массовое сознание.

Целью статьи является анализ информационного влияния на политические представления индивидуальных субъектов как сложноустроенного процесса, зависящего от степени организации информационного воздействия.

Исследование проблемы. В информационную эпоху СМИ (явно или неявно) проводят интересы конкретных политических сил, освещая планы и действия, направленные на модернизацию общества, а также их эффективность. Информационное влияние рассматривается нами в контексте целенаправленной деятельности субъекта влияния, пытающегося реализовать свои замыслы. Под информационным влиянием будем подразумевать определенную технологию воздействия на процесс интерпретации действительности посредством предложенной в информации модели Мира (и/или ее фрагментов), что, в свою очередь, приводит к конструктивным изменениям исходной модели Мира потребителя информации. Это системное воздействие допускает вариативность поведения индивидуального субъекта в результате социальных коммуникаций.

Типы информации

Информационное влияние будем анализировать как воздействие средств массовой информации, продуцирующих соответствующий продукт, в качестве которого выступают сообщения различных типов, представленные в виде текстов. Воздействие рассматривается нами как спланированная инструментальная деятельность, направленная на достижение конкретных результатов. В зависимости от степени организации отдельных информационных сообщений мы различаем следующие ее типы, функционирующие в обществе: текст, метатекст, гипертекст.

Текст представляет собой отдельное информационное сообщение, моделирующее фрагмент действительности в заданном (т.е. ограниченном) пространстве и временном промежутке. Его непосредственное влияние обусловлено контентом сообщения

и опосредовано местом и ролью сообщения в структуре информационного потока и пространства в целом.

Метатекст рассматривается как совокупность информационных сообщений, своеобразный информационный поток в пространстве и во времени, в котором доминирует позиция одной политической силы и, соответственно, этим отстаиваются ее интересы. Таким образом, метатекст представляет собой "текст второго порядка", имеющий структурное и/или идейное единство, при всем возможном его сюжетном и жанровом многообразии [4]. В нем задается дискурс, в рамках которого описываются происходящие политические события. Этот дискурс позволяет интерпретировать информацию в необходимом русле. Влияние метатекста, помимо информационного контента, определяется: а) созданием политического контекста, неявным конструированием политического пространства; б) влиянием имплицитной структуры потока сообщений, где доминируют темы, обуславливающие значимость отдельных событий в жизни общества. Ограниченность информационных ресурсов не дает возможности освещать весь спектр проблем, стоящих перед обществом, зато позволяет игнорировать значимую, но "невыгодную" информацию или "затерять" ее в потоке квазиинформации. Это создает объективные предпосылки для манипулирования сознанием потребителей информации.

Под гипертекстом понимается совокупность всех текстов, доступных субъекту в некий промежуток времени, т.е. это самобытное информационное пространство субъекта в рамках его жизнедеятельности. Если в качестве субъекта мы будем подразумевать все общество, то его гипертекст представляет собой информационное пространство данного общества, в котором отражаются интересы различных политических групп в соответствии с существующей социальной структурой и имеющимися у этих групп ресурсами. Внешние источники информации, продукция которых рассматривается как один из метатекстов, в конечном итоге, поддерживают позиции некоторых политических игроков.

Гипертекстовая среда мыслится как пространство, ориентированное на множественные, одновременные потоки информации, в котором "со-размещаются" тексты [5]. Потребители информации одновременно находятся во многих информационных потоках. Чрезмерная смысловая избыточность, в основе которой лежит расширенное производство текстов, размывает правила создания и функционирования смыслов. Социальная коммуникация осуществляется в условиях множественных, фрагментарных дискурсов. Человек включается в сети коммуникативных отношений, используя накопленный культурный потенциал и имеющиеся способы коммуникации для производства и понимания поступающих сообщений.

Помимо содержания информации и формирования контекста восприятия, влияние гипертекста проявляется в усвоении субъектом правил коммуникации между политическими субъектами, позволяющими интегрировать (или игнорировать) социальный опыт всех групп, составляющих общество. Гипертекст индивидуального субъекта обусловлен особенностями функционирования информационного пространства общества и возможностью доступа к разнообразным источникам информации. В демократичном обществе предполагается создание условий для всестороннего рассмотрения имеющихся социальных проблем, представленности в информационном пространстве точек зрения значимых социальных групп относительно их разрешения, а также конкуренцией артикулированных дискурсов, предполагающей сотрудничество политических сил для обсуждения дальнейших способов функционирования общества.

Результаты информационного влияния

Интерпретация информации в процессе ее индивидуального потребления обусловлена интеллектуальным потенциалом субъекта. Смысл полученной информации уточняется и конкретизируется в процессе межличностного взаимодействия. В ходе группового обсуждения помимо индивидуальных особенностей субъекта на процесс

интерпретации информации влияет и его способность донести свои убеждения в ходе дискуссии с носителями других точек зрения, что, в свою очередь, может быть скорректировано занимаемым местом в социальной структуре группы, как формальной, так и неформальной. Социальное устройство общества и атмосфера в нем предполагают возможный публичный спектр интерпретации заложенных в информации смыслов.

Подобный подход рассматривает ситуацию информационного влияния не как единичный акт воздействия информационного продукта, а как длительный процесс интерпретации заложенных в нем смыслов, позволяющих реконструировать одну из версий происходящих в обществе событий. Это позволяет выявить факторы влияния, которые трудно обнаружить при непосредственном взаимодействии индивидуального субъекта с конкретным текстом. Это, во-первых, влияние социального окружения, когда выполняемая социальная роль вносит коррективы в интерпретацию информации, и субъект может присоединиться к точке зрения референтной группы, несмотря на ее расхождения со своими собственными взглядами [8]. Во-вторых, имеет место влияние психологической атмосферы общества, в рамках которой или навязывается негативное восприятие носителей альтернативных точек зрения, или воспитывается толерантное отношение к носителям функционирующих в обществе социокультурных моделей действительности (типов дискурса), допускающее их конкуренцию. В свою очередь, взгляды социальных групп и атмосфера общества могут изменяться в результате информационных кампаний. Осуществляемые в ходе них воздействия направлены не только на взгляды индивидуальных субъектов, но и на изменение представлений, складывающихся в социальных группах и в обществе в целом. Они направлены на мобилизацию граждан на участие в социальных преобразованиях на стороне определенной политической силы, что ведет к изменению расстановки политических сил, следствием чего может стать смена курса социально-политического развития.

Организация политических представлений

Рассмотрим ментальные структуры индивидуального субъекта, с изменения в которых и начинаются те эффекты информационного влияния, которые, в конечном счете, ведут к участию этого субъекта в различных видах политической деятельности. Определим политические представления как конструируемую субъектом модель действительности, предполагающую план собственных действий по модернизации общества в зависимости от воссоздаваемого контекста политической ситуации, включающего образы политических организаций и их лидеров. Подобное рассмотрение предполагает, что субъект может рефлексировать собственные политические взгляды, свое место и роль в политических событиях. При таком понимании политические представления охватывают видение политической действительности и причастность человека к истории общества, его готовность отстаивать свои убеждения как участием в общественных организациях, так и непосредственно политическими действиями.

В политических представлениях проявляется способ социальной реконструкции реальности, обусловленный типом дискурса. Можно выделить следующие этапы разворачивания политических взглядов индивидуальных субъектов в зависимости от сложности организации их ментального пространства.

1. *Представления об изолированном объекте.* Возможно различное понимание устройства объекта (политик, организация, общество), обусловленное когнитивной сложностью модели действительности.

Построение имиджа является основным способом информационного воздействия на политические представления об изолированном объекте. Обычно в массовом сознании государство отождествляется с главой государства (при президентской республике) или с главой правительства (при парламентской республике). Если рассматривать политическую партию, то ее образ, а соответственно, авторитет и рейтинг доверия к этой политической силе, часто сводится к доверию к политическому ли-

дери, возглавляющему ее в данный момент. Образ лидера иногда олицетворяет собой всю структуру политической партии. Этот "персонализм" характерен для начального этапа разворачивания представлений о политической организации, когда сами эти представления достаточно незрелы. Такой, синкретический тип мышления, когда целостный образ подменяется деталью, характерен для электората стран с низкой политической культурой, там, где парламентские традиции и многопартийность только утверждаются.

"Именные" партии и блоки, практическое отсутствие "идеологических" партий составляют специфику политической реальности Украины, да и России. В качестве примеров можно привести практически любые парламентские партии: Ю. Тимошенко и БЮТ, В. Янукович и Партия Регионов в Украине, В. Жириновский и ЛДПР, Г. Явлинский и "Яблоко" в России. Отсутствие программ построения благополучного общества на основе собственной истории и практического опыта успешного функционирования своей организации, т.е. нехватку идей и практики, пытаются подменить искусственно созданными имиджами отдельных политиков. Критерии политического выбора, предлагаемые СМИ, сводятся к обсуждению имиджей политических лидеров, возглавляющих партии и блоки, вместо оценки эффективности работы политических организаций, критического анализа планов модернизации общества.

2. *Представления о взаимодействующих политических объектах.* Более сложна модель политической действительности, когда политический объект анализируется в конкурентной среде подобных объектов. Предложение контекста для благоприятного позиционирования политической силы оказывается неявным способом информационного влияния. Заданный контекст взаимодействия (структура политического пространства) позволяет оценивать имеющихся политических акторов не только исходя из представлений о субъектах, но и с учетом критериев эффективности их политической деятельности. Это дает возможность осуществлять скрытые (манипуляционные) воздействия через позиционирование "необходимых" политических объектов, а также задавая число значимых акторов и критерии их оценивания. Примером информационного влияния, конструирующего "нужный" контекст восприятия политических деятелей, являются президентские выборы 1999 г., когда позиционирование Л. Кучмы относительно основного конкурента П. Симоненко обусловило выбор "меньшего зла". То, что в Украине продублировали технологию президентской кампании 1996 г. российских соседей, не повлияло на ее эффективность.

3. *Представления об обществе в целом, где политические объекты являются результатом исторического развития данного общества.* Это развернутая модель политических представлений, когда индивидуальный субъект способен представить поле политической деятельности как одну из сфер жизни общества и себя как ее участника. В рамках создаваемой им картины реальности он воспроизводит взгляды той или иной социальной группы на политическую действительность. На этом этапе политические представления субъекта обусловлены особенностями его мировоззрения ("мировидения"), тем, как он видит устройство своего общества. "Мировидение" можно понимать как базовую структуру сознания, как систему стереотипов, обычно не рефлекслируемую, а используемую автоматически. Она задается семантическим пространством, определяющимся через тезаурус, способы детерминации событий, систему оценивания (в которой скрыта позиция автора).

Конструирование модели общества как коммуникационной среды разнообразных общественных групп выявляется одним из способов информационного влияния. Предложение иной модели производящих событий, иной точки зрения является наиболее скрытой формой информационного воздействия, в рамках которой предлагается альтернативный способ восприятия действительности. В результате осуществляется влияние на устройство семантического пространства индивидуальных субъектов путем изменения устройства этого пространства: а) изменяются категориальные структуры, определяющие смысловые параметры осей семантического пространства; б) изменяется значимость осей; в) может меняться ориентация осей; г) изменяется

размерность пространства, подразумевающая глобальное преобразование структуры пространства в целом. Если наблюдается рост популярности одного из транслируемых дискурсов, выражающих "мировидение" некоей группы политических интересов, то, как следствие, можно предположить и рост политического влияния этой группы ("идеи овладевают массами"). Типичным примером результата такого информационного влияния является деление общества на "своих" и "чужих". В этом случае точка зрения, выражающая интересы одной группы, объявляется "прогрессивной" и "единственно верной". При этом взгляды других групп провозглашаются "антисоветскими", "антиукраинскими", "антидемократическими" и т.д. Утверждение бинарного способа мышления в обществе позволяет перейти от идеологического противостояния к политическим преследованиям в отношении носителей альтернативных взглядов.

Применяя метафору, можно сказать, что для внешнего наблюдателя сформированные политические представления индивидуального субъекта имеют древовидную структуру: ее "корни", невидимые внешнему наблюдателю, - это ментальная система социокультурных представлений, задающая категориальную структуру семантического пространства, служащую холстом (фоном), на котором проявляются политические устремления. Политические убеждения - это "ствол", устойчивая система координат, позволяющая размещать основных политических игроков и задающая критерии, позволяющие оценивать деятельность политиков. Эта имплицитная картина политической действительности скрывается за событиями жизни общества и постоянно пополняющимися сведениями об изменяющихся политических субъектах и их действиях, являющимися ее "кроной". Заметим, что это метафора устройства системы политических представлений, но не ее функционирования, так как такое видение, в частности, не предполагает возможности изменения политических взглядов.

В целом, политические представления представляют собой подвижную, динамичную систему политических ориентации, в которой эпизод действительности является одним из фрагментов мозаичной картины мира. Мы выделяем три пласта ментальной организации политических представлений, на которые ориентированы информационные воздействия:

А - базовый пласт, определяющий устройство общества и его историю, роль, место, значение политики в жизни социума, степень и форму участия индивида в политических событиях; **Б** - нормативный пласт, задающий расклад политических сил, критерии оценивания политических субъектов; **В** - ситуативный (повседневный) пласт, заданный описанием (нарративом) политических событий и воссоздающий изменчивую модель политической ситуации.

Информационное влияние и направлено на реконструкцию ментальной организации политических представлений и формирование "нужной" картины действительности, побуждающей субъекта поддержать один из путей модернизации общества. Таким путем обеспечивается содействие одной из политических сил. В результате информационного влияния каждый пласт политических представлений подвергается видоизменениям. На ситуативном уровне происходит расширение представлений о политических субъектах, об их активности, о ситуации в обществе в целом. На нормативном - изменение имплицитной структуры политического пространства, задающей критерии оценивания политической действительности. На базовом уровне - изменение социокультурного опыта, дополнение набора социальных позиций (вследствие этого возможно новое понимание устройства общества) и трансформация оснований интеграции субъектов коммуникации в единое общество.

Влияние как организация информационного пространства

Чтобы в полной мере оценить влияние информации на политические представления индивидуального субъекта, необходимо выйти за рамки единичного сообщения и анализировать это сообщение как часть информационного "потока" (постоянно используемые СМИ) и информационного пространства в целом (все потенциально до-

ступные источники). Это позволит избежать ловушки феноменологического подхода, превалирования текстоцентризма, субъективного толкования смысла того или иного сообщения [9]. Воздействие на индивидуального субъекта начинается со "встречи" потребителя с информационным сообщением. Его влияние может быть обусловлено новизной, оригинальной формой подачи, стилем изложения. Обычно новые сведения помещаются в уже сформированную структуру политических представлений, в уже заданную систему политических координат с присущей ей логикой функционирования. Непосредственное информационное влияние отдельного сообщения всегда опосредовано межличностным обсуждением в составе групп и соотношением смысла этого сообщения с доминирующими в общественном сознании дискурсами в рамках общей атмосферы, господствующей в массовом сознании [6, 7, 8]. Чаще всего интерпретации отдельных информационных сообщений дополняют набор иллюстраций, подтверждающих имеющуюся модель политической ситуации, и обычно не затрагивают устройство политической системы и обоснование существующего общественного порядка, т.е. нормативный и базовый пласты политических представлений.

Влияние метатекста (как информационной кампании) на политические представления индивидуальных субъектов обусловлено его контентом и структурной организацией. Метатекст позволяет индивидуальному субъекту корректировать модель политического пространства, действующих в нем политических акторов и его имплицитную структуру, формировать критерии оценивания политических сил на основе приведенной информации в рамках используемого дискурса. Как правило, происходит воздействие на ситуативный и нормативный пласты политических представлений. Влияние метатекста на воззрения социальных групп проявляется в становлении группы приверженцев предложенных политических взглядов в результате создания сходных моделей политической действительности. Это позволяет привлечь граждан к деятельности в рамках предложенной программы трансформации общества. Влияние метатекста на общество в целом обусловлено не только предложенным дискурсом и существованием его целевой аудитории, но и местом этого потока в информационном пространстве социума, что определяется наличием каналов передачи и количеством сообщений, т.е. охватом сегмента информационного пространства.

Влияние гипертекста проявляется в создании общественной атмосферы, позволяющей индивидуальному субъекту выбрать тип дискурса, соответствующий его устремлениям. Это дает возможность индивидуальному субъекту отыскать информацию, освещающую интересующий его вопрос с различных точек зрения, оценить влияние политических сил, проявляющуюся в структуре гипертекста.

Информационное пространство дает возможности понять позицию выразителей альтернативных способов модернизации общества и путей его развития, позволяет сравнить качество дискурсов различных политических сил. Тем самым создаются условия для трансформации имеющейся у субъектов системы политических представлений. Толерантное отношение к альтернативным политическим взглядам побуждает индивидуальных субъектов, понимающих ограниченность своих социокультурных и политических позиций, к поиску оснований для расширения собственной модели социума (от фрагментарной модели социума, состоящего из различных групп интересов, к модели единого сообщества). Влияние гипертекста на социальные группы проявляется в предоставленной им возможности артикулировать свои взгляды, в создании условий для конкуренции дискурсов, заложенных в метатекстах. Изменение числа сторонников определенного дискурса может привести к переформатированию политических сил, а значит к внесению изменений в программу модернизации общества. Наличие в гипертексте разнообразных конкурирующих дискурсивных практик, востребованных в общественном сознании, позволяет обществу вырабатывать общий метадискурс, включающий в себя альтернативные дискурсы. Или унифицировать стиль мышления, навязав дискурс одной политической силы всему обществу, что в определенных условиях позволяет некоторое время выдерживать внешнюю и внутреннюю конкуренцию, но изменение этих условий может привести к появлению

несовместимых точек зрения на развитие общества. В крайнем случае, это ведет к дезинтеграции общества.

В информационную эпоху информационное влияние рассматривается как медиа сопровождение своих политических интересов одной из политических групп через использование СМИ. Причем функции СМИ трансформируются: от распространения информации и сообщения фактов, представляющих материал для конструирования модели Мира, СМИ переходят к ментальному программированию, задавая способ мышления. Непосредственное воздействие отдельных информационных сообщений и кампаний дополняется косвенным непрерывным влиянием, когда индивидуального субъекта погружают в управляемое информационное (и социальное) пространство. Влияние осуществляется путем производства информационного продукта различной организационной сложности, контролем над источниками информации, созданием социальных структур, поддерживающих необходимый тип дискурса. Компетентность индивидуального субъекта, позволяющая понять заложенные в дискурсе интенции и оценить последствия предлагаемой программы деятельности, должна быть дополнена способностью и возможностью открыто выражать и отстаивать свои убеждения.

В любом социуме предполагается некоторая упорядоченность политических симпатий, когда индивидуальный субъект примыкает (вольно или невольно, явно или неявно) к какой-нибудь влиятельной группе политических интересов или остается маргиналом. Индивид с неустойчивой системой политических установок усваивает дискурсы доступных ему информационных источников и/или начинает ориентироваться на господствующие в общественном сознании дискурсы, к которым примыкает или которые отвергает. У человека с устойчивыми политическими убеждениями новые данные о политических реалиях анализируются через призму имеющейся модели действительности. В обычных условиях используемая базовая картина мира и привычный политический порядок не рефлексированы, а воспринимаются как сами собой разумеющиеся. Чаще всего им потребляется информация "своих" СМИ, которые говорят "на одном языке" с потребителем и используют тот же политический контекст.

Культура общества наделяет индивидуального субъекта ментальной "программой" интерпретации поступающей информации, которая включает селекцию информации, ее восприятие, согласование полученных сведений с имеющейся моделью действительности, внесение корректив в свою модель мира и апробацию модифицированной модели в условиях собственной жизнедеятельности. Отдельное информационное сообщение вряд ли способно перепрограммировать ментальные программы (можно сказать, что такое возможно в исключительных случаях). Кардинальные изменения устойчивых политических взглядов предполагают длительные информационные воздействия, в результате которых происходят изменения субъективного опыта, или изменения в личной жизни, сопровождающиеся сменой социальных ролей, или перемены в социальном устройстве, ведущие к смене традиционных взглядов на общество и его историю. Для трансформации политических представлений в обычных условиях необходимо последовательное воздействие на них посредством организации сегмента информационного пространства. При этом отстаиваемый дискурс должен выдерживать конкуренцию с дискурсами других политических сил и быть востребованным в обществе. Кроме официального присутствия, рыночной конкурентоспособности, необходима интеллектуальная состоятельность.

Цель информационного влияния в информационном обществе состоит не столько в том, чтобы предоставить дополнительный объем информации, сколько в том, чтобы подталкивать потребителей к "желательной" позиции или точке зрения на политическую ситуацию, навязывая тип дискурса, выгодный конкретной политической силе. Основной мишенью для информационных воздействий служат люди, недовольные существующей социальной ситуацией или с политической ориентацией либо неустойчивой, либо находящейся на этапе становления. Чаще всего это молодежь, люди, мало или вовсе не участвующие в политической деятельности и не интересующиеся поли-

тикой. Отсутствие политической позиции, непонимание своей роли в политических процессах, неинформированность о них приводят к ориентации на господствующий дискурс общественного сознания. Увеличение своего влияния обходится политической силе дешевле, когда не надо нести дополнительных затрат по перепрограммированию системы мировидения.

Защита от одностороннего информационного влияния

В информационном обществе можно говорить о тотальности информационного влияния. Оно не сводится к усвоению набора фактов из отдельных сообщений, или к захвату сегмента информационного пространства; его цель - конструирование ментальных структур сознания, позволяющих интерпретировать информацию. Не разъяснять каждый раз, что случилось, подавая то или иное сообщение, а рассчитывать, что получатель информации "правильно" интерпретирует новые факты и разместит их в имеющуюся модель картины мира. И тогда внешнее влияние, предлагающее другую интерпретацию фактов, другую точку зрения будет упираться в глубинные ментальные структуры субъекта, в необходимость их трансформации, что предполагает другой порядок воздействий (и другой порядок ресурсов).

Эффективность информационного влияния политической силы на общество оценивается не только по количеству сторонников и занимаемому сегменту информационного пространства, но и по конкурентоспособности предлагаемого дискурса, т.е. по тому, насколько его приверженцы смогут противостоять информационным воздействиям других групп. Привлекательность одного из дискурсов приводит к увеличению количества его сторонников. Модификация политических взглядов граждан ведет и к изменениям в раскладе политических сил, следствием чего может быть смена траектории общественного развития.

В обществе предусмотрены механизмы, нивелирующие возможности одностороннего информационного влияния. Система образования снабжает субъектов умением оценивать и отсеивать информацию, т.е. определенным мировидением, умением ориентироваться в информационном потоке, чтобы не получать одностороннюю информацию, и способностью воссоздавать целостную картину происходящего на основе отдельных фрагментарных сообщений. Устройство информационного пространства должно обеспечивать для каждой влиятельной группы политических интересов артикуляцию своей версии происходящих событий и возможность их разностороннего обсуждения. Конкретное СМИ, явно или неявно выражающее интересы отдельных групп политических интересов, продуцирует информационный продукт и рассчитывает на удовлетворение потребностей своей целевой аудитории. Вместе с тем его основной задачей является востребованность в обществе предлагаемого дискурса, расширение круга его применения. Наука обеспечивает качество дискурсов общественного сознания, вырабатывая критерии, позволяющие оценивать степень их прогностической ценности и соответствия практическим результатам.

Умение индивидуального субъекта противостоять одностороннему влиянию предполагает: 1) существование сформированной системы политических убеждений, предполагающей понимание индивидуальным субъектом своего места и роли в политическом процессе. Это вносит конструктивный структурообразующий момент в процесс интерпретации информации и создает упорядоченность на нормативном уровне; 2) поступление разносторонней информации, наличие нескольких каналов ее получения, что создает некоторую избыточность информации, хаос на ситуативном уровне; 3) наличие способа мышления (дискурса), позволяющего реконструировать целостную картину происходящих событий (на основе противоречивых, альтернативных фрагментов информации, отражая при этом ограниченность и неполноту своей модели) на базовом уровне.

Социальное устройство общества должно допускать существование различных типов дискурса общественного сознания. Конструирование информационного по-

тока, контролирование процессов его функционирования используется некоторыми социальными субъектами для оказания воздействия на психику людей и изменения их поведения, для психологических манипуляций. То есть, специальным образом организованное изменение информационной среды является своеобразным информационным оружием, которое, в частности, активно используется в политической борьбе [10,11].

Подводя итоги, отметим, что в основе информационного влияния лежит навязывание доминирующего дискурса об устройстве общества (включая его историю) в масштабах информационного пространства страны. Следующей процедурой программирования восприятия индивидуального субъекта является задание "выгодной" имплицитной картины политической действительности, в рамках которой позиционируются действующие политические субъекты. Проявляется информационное влияние через текст сообщения, 1) задающего категориальную структуру семантического пространства индивидуальных субъектов, 2) позиционирующего политических субъектов в рамках неявно предполагаемой политической структуры, 3) предлагающего критерии оценивания сложившейся политической ситуации (а значит, и действующих политических субъектов).

Компетентность индивидуального субъекта и, следовательно, его готовность противостоять информационным влияниям обусловлены результатами деятельности социальных институтов, обеспечивающих конкуренцию и качество общественных социокультурных дискурсов. Система образования предлагает способ мировидения, исходную матрицу модели событий, формирует необходимый нормативный дискурс. Различные социальные группы конкурируют в СМИ в попытках донести свои интерпретации, предлагая вариации этого дискурса, а наука подтверждает его практическую применимость.

Однако изменяющаяся жизнь может опровергнуть теоретические конструкции, предлагаемые действующими социальными институтами. И может случиться так, что политика общества, декларирующая самые благие намерения ("рай на земле", "мир, труд, май", "богатые помогут бедным", "демократия для всех"), но при этом игнорирующая интересы составляющих его групп, в конечном счете, ведет к деградации (и дезинтеграции?) самого общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ.; под научн. ред. О. И. Шкаратана. М" 2000.
2. *Eco U.* The role of the reader. Bloomington: Indiana University Press, 1979.
3. Полгичний портрет Украши. Часопис фонду "Демократичш швдатови". 2007. N 37 - 38 // http://www.dof.org.ua/modules/pages/files/page_307-372_14_11_07.pdf
4. *Лотман Ю. М.* Структура художественного текста // Об искусстве. СПб., 1998.
5. *Купер И. Р.* Гипертекст как форма коммуникации // Социологический журнал. 2000. N 1/2.
6. *Лазерфельд Д., Мертон Р.* Наркотизирующая дисфункция средств массовой коммуникации // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань, 2000.
7. *Брайант Дж., Томпсон С.* Основы воздействия СМИ. М.: Изд. дом "Вильяме", 2004.
8. *Нозль-Нойман Э.* Общественное мнение: открытие спирали молчания. М, 1996.
9. *Трахтенберг А. Д.* Дискурсивный анализ массовой коммуникации как идеологический инструмент // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2006. N 8.
10. *Литвиненко А. В.* Информационные спецоперации // <http://www.it2b.ru/it2b2.view2.page63.html>
11. *Почепцов Г. Г.* Информационные войны. М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001.