

В.П. ПУГАЧЕВ

Информационная власть и демократия

История общества всегда была и остается ареной борьбы за власть, ее распределение и использование. Власть - неотъемлемый, организующий элемент любой коллективной жизни и всякой цивилизации, меняющийся вместе с изменением общества. Намечившееся на рубеже XXI века вступление индустриально развитых стран мира, в информационную стадию развития и глобализация мировых коммуникаций привели к глубоким изменениям соотношения властей в обществе, резко повышению политического влияния информационной власти и прежде всего ее главных носителей - средств массовой информации (СМИ). Это стимулировало появление целого ряда концепций, обосновывающих приоритетную значимость СМИ в жизни общества и наступление эпохи "медиаократии" или телекратии [1]. Определить новые возможности политического влияния информационной власти можно, лишь проанализировав ее взаимодействие с другими общественными властями.

Соотношение властей в современном обществе

В зависимости от сфер проявления и ресурсов влияния власть в обществе делится на экономическую, социальную, административно-принудительную (политическую в узком смысле слова) и духовно-информационную [2]. Все эти виды власти в большей или меньшей степени интегрированы в политический процесс, оказывают на него важное воздействие.

При этом *экономическая власть* означает контроль над имеющими стоимостное выражение ресурсами, собственность на различного рода материальные ценности. В обычные, относительно спокойные периоды общественного развития она доминирует над другими видами власти, поскольку, как отмечал Ф. Хайек, "экономический контроль - это не просто контроль одной из областей человеческой жизни, никак не связанной с остальными; это контроль над средствами достижения всех наших целей" [3]. В воздействии на политику экономическая власть обладает следующими свойствами.

1. *Связь с материальными, первичными, наиболее сильно действующими потребностями людей.* Удовлетворение первичных потребностей: в пище, одежде, жилище и т.п. - необходимое условие существования человека. Согласно не только марксизму, но и столь популярной на Западе концепции А. Маслоу, именно эти потребности, будучи неудовлетворенными, в решающей степени детерминируют поведение человека. Прямая связь с удовлетворением важнейших потребностей людей делает экономическую власть важнейшим фактором влияния на позиции политиков, чиновников, избирателей и т.п. В обществе массового потребления, характеризующемся ослабле-

Пугачев Василий Павлович — доктор философских наук, профессор кафедры политической социологии Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

нием традиционной, религиозной, нравственной, этнической и другой "идеологической" мотивации и ростом потребительских ориентаций, политико-поведенческая значимость экономической власти особенно велика.

2. *Широта или даже универсальность мотивационного воздействия.* Она ярко проявляется в широчайших возможностях денег, за которые в рыночном обществе можно приобрести самые разнообразные, в том числе и многие духовные ценности и блага. Проникновение в различные общественные и личные отношения позволяет использовать деньги как достаточно универсальное средство обеспечения лояльности самых различных лидеров, элит и наиболее влиятельных групп населения, в том числе интеллектуальной элиты.

3. *Постоянство воздействия.* Экономическая власть связана с удовлетворением повседневных, непрерывно воспроизводящихся потребностей людей. Поэтому она действует на людей постоянно, побуждая их к определенным действиям, в то время как, скажем, административно-принудительная власть, предусматривая санкции лишь за нарушение закона или других предписаний, влияет на граждан эпизодически. Постоянство воздействия открывает для крупных собственников широкие возможности с помощью различного рода финансовых услуг (льгот, спонсирования, подарков, прямого подкупа и т.п.) постепенно "подтачивать камень" - подбирать ключ к ранее непримиримым политическим противникам в стане правительства или оппозиции.

4. *Незаметность и широкие способности проникновения.* Носителем экономической власти являются деньги. Каналы и объем их перемещения трудно контролировать. Это позволяет широко использовать финансовые ресурсы, даже в нарушение закона, для поддержки определенных политических сил, в том числе во время избирательных кампаний. Электоральная практика последних лет в постсоветском пространстве дает огромное число такого рода примеров.

С экономической властью тесно связана *власть социальная*. Если экономическая власть предполагает распределение материальных благ, то социальная - распределение положений в социальной структуре - статусов, должностей, льгот и привилегий. Современные государства обладают большой социальной властью. С помощью социальной политики они могут влиять на общественное положение не только отдельных лиц, но и целых слоев населения, вызывая тем самым их лояльность и поддержку. Примеры использования социальной власти в политических целях в постсоветской России — резкое увеличение, несмотря на двукратное сокращение армии, числа генералов, осуществленное для обеспечения лояльности Президенту военной элиты; повышение окладов офицерскому составу и выплата долгов по зарплатам и пенсиям накануне президентских выборов 1996 года и др.

В современном мире сохраняет свою первостепенную значимость, хотя и отходит в тень в относительно спокойные периоды, *административно-принудительная власть*. Она опирается на силовые ресурсы и означает контроль за людьми с помощью применения или угрозы применения физической силы. Этот вид власти способен оказывать решающее воздействие на политику и общество, особенно в кризисных ситуациях. Яркий тому пример - роспуск Президентом в сентябре-октябре 1993 года парламента и навязывание обществу преимущественно авторитарной конституции. Хотя политико-принудительная власть и сегодня остается в конечном счете "решающим аргументом" в выходящих за рамки конституционных форм политических баталиях, а также в соблюдении законности и правопорядка, в демократических государствах практическое использование государственного принуждения как средства реализации групповых интересов явно ограничено.

При всей важности предыдущих видов власти в последние десятилетия наблюдается бурный рост политического влияния *духовно-информационной власти*. Как считает известный американский прогнозист О. Тофлер, к исходу XX столетия знания и информация стали важнейшим ресурсом власти. Они позволяют "достичь искомым целей, минимально расходуя ресурсы власти; убедить людей в их личной заинтересованности в этих целях; превратить противников в союзников" [4]. Непосредственные

носители и особенно распространители знаний и информации - СМИ, а также школы и университеты, дополняемые властью денег, все более явно превращаются в важный фактор современной политики.

Качественное изменение политического влияния информационной власти и ее главных носителей - СМИ в конце XX века вызвано целым рядом причин.

Во-первых, коммуникационная революция, проявившаяся в распространении спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, компьютерных текстовых коммуникационных систем (видео-, экранных и кабельных текстов и др.), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассеты, дискеты, дисков, принтеров}, Все это создало возможность формировать глобальные, общемировые информационные сети типа Интернет, распространения информации в любой уголок земного шара.

Во-вторых, разработка новейших, опирающихся на выводы кибернетики, поведенческих и других наук высокоэффективных средств, методов и целых технологий воздействия на сознание, подсознание, чувства и поведение людей. Сегодня в политике и в первую очередь в борьбе за власть широко используются разнообразные способы управления сознанием человека, внушения ему идей и оценок, не соответствующих действительности или его собственным интересам. Одно из новейших достижений такого рода - создание искусственной ("виртуальной") реальности с помощью компьютерной обработки видеоизображений и речи, а также использования голографических и некоторых других методов. Применяя современную технику, программисты могут по своему усмотрению заставлять образы реальных людей совершать на экране любые действия, формируя у зрителей ощущение реальности событий. Создание электронными СМИ "виртуальной реальности" может широко использоваться для политической дезинформации граждан и управления их поведением.

В-третьих, разрушение традиционных, преимущественно стихийных коммуникаций, ограничивающих возможности влияния информационных институтов и прежде всего СМИ на людей. К таким коммуникациям относятся устойчивые родовые, родственные, церковные, семейные, соседские, производственные и другие неконтролируемые государством и специализированными информационными институтами связи. На протяжении многих веков спонтанное повседневное общение служило важным источником информации, ее оценки и выработки коллективного мнения. Индустриализация и урбанизация общества, разрушение традиционных коммуникаций и коллективных ценностей, бурный рост индивидуализма привели к атомизации граждан, подавляющее большинство которых сегодня получает политическую и социальную информацию почти исключительно от электронных СМИ и главным образом телевидения. Современный человек в отличие от своих отцов и дедов очень редко находит возможность для обычного общения и тем более политических коммуникаций со своими окружающими и часто даже не знает соседей по лестничной клетке. Все это делает его политическое поведение непосредственно зависимым от масс-медиа.

Особенности информационной власти и ее политического влияния

Информационная власть воздействует на политическое поведение людей с помощью целенаправленного распространения (или блокирования) определенных сведений, информации, которые не воспринимаются ими как внешнее принуждение. Субъектом и носителем информационной власти в современном обществе являются информационные институты - СМИ, информационные и рекламные агентства, научные и научно-просветительские учреждения, а также институты социализации и прежде всего система народного образования: школы, университеты и т.п. Информационные институты обладают различными возможностями и силой воздействия. Наиболее массовое и сильное политическое влияние оказывают аудиовизуальные СМИ, телевидение и радио, информационные и рекламные агентства, школы и университеты.

Форма бытия информационной власти - общественные коммуникации. Информация является содержанием коммуникаций - непосредственного и опосредованного общения людей, их взаимодействия. Без информации (речевой, аудиовизуальной, знаковой, открытой или закодированной и др.) коммуникации невозможны. Информационная власть по существу и означает управление коммуникациями, их содержанием и направленностью посредством информации. Этот вид власти отличается от обычного информационного влияния силой, устойчивостью и асимметричностью воздействия коммуникатора на реципиента, высокой степенью контроля за его поведением, хотя, конечно, грани между данными понятиями (власти и влияния) относительно и часто размыты.

Коммуникации оказывают определяющее влияние на сознание и поведение человека, в том числе и на его политическое поведение. Личность формируется в процессе различного рода коммуникаций: семейных, межличностных, учебных, трудовых, политических и др. Формирование "человека политического", политическая социализация, ориентация и активность индивида осуществляются в политических коммуникациях, т.е. взаимодействии людей по поводу реализации своих коллективных интересов с помощью государственной власти.

Непосредственно влияя на содержательную направленность коммуникаций, информационная власть способна воздействовать на политическое поведение людей двумя способами:

- побуждать людей к определенным действиям, определять их цели и содержание;
- предотвращать или блокировать возникновение неугодных, как правило, оппозиционных политических движений и протестов.

Впервые на ограничительное свойство власти особое внимание обратили американские политологи Р. Бахрах и М. Баратц, назвавшие его "вторым лицом власти". Реальное проявление в обществе этого свойства информационной власти состоит в ее способности замалчивать политические факты, преуменьшать их значение, отвлекать людей от тех или иных событий с помощью различного рода сенсаций, скандалов, шоу и т.п., окружать заговором молчания и исключать из сферы общественных дискуссий и политических решений определенные темы, события и действия и тем самым предотвращать их адекватное осознание массами и реальное развертывание соответствующих политических конфликтов.

Информационная власть обладает по сравнению с другими общественными властями рядом особенностей политического воздействия.

А. Незаметность влияния и, как следствие, отсутствие или относительно меньшее сопротивление ему со стороны реципиентов. Воспринимая соответствующим образом препарируемую политическую информацию, человек может незаметно для себя превратиться из противника власти в ее сторонника, голосовать вопреки собственным интересам, устранившись от участия в политической жизни, играя на руку своим политическим оппонентам.

Б. Глобальность, быстрота и почти полная безграничность распространения. В современных условиях с помощью спутниковой связи и других технических средств информация может быть почти мгновенно передана в любой уголок земного шара. Укрыть же граждан и территорию от проникновения нежелательных СМИ практически невозможно. Это усиливает возможности использования телевидения, компьютерных информационных сетей, радио, видеокассет и т.д. в политических целях.

В. Способность делать объектом рассмотрения любое общественное или личное явление. Информационная власть и прежде всего СМИ распространяют свое действие не только на общественно-политические процессы, но и проникают туда, куда не допускаются правовые органы, в том числе в охраняемую конституцией личную жизнь политиков и разного рода знаменитостей. Делая достойным общественности те или иные факты, соответствующим образом подбирая, оценивая и комментируя информацию, они дают людям (или организациям) не только политическую, но и нравственную оценку, во многом предопределяют отношение к ним со стороны окружающих,

вливают на их политическую карьеру. Яркий пример способности проникновения масс-медиа в самые интимные сферы человеческих отношений и использования этого в политических целях - инициирование в 1998 году американскими СМИ на основе расследования любовных связей президента США У. Клинтона дела о его импичменте.

Г. Опосредование политического поведения людей. Современный человек получает политическую информацию чаще всего через СМИ и на ее основе формирует собственные суждения, делает выводы, мотивирующие его действия. Это создает возможность массового политического манипулирования.

Информационная власть воздействует на политику как непосредственно через политические коммуникации, так и опосредованно через изменение самого человека: его менталитета, ценностных ориентаций, потребностей и интересов, а также формирование общественного мнения, нравов и морали. Прямое и наиболее заметное влияние на политику информационные институты оказывают через политические коммуникации. В современном обществе политика вообще немыслима без развитой системы информационных институтов, которые выполняют в политической системе целый ряд важнейших функций [5].

Информационные институты и прежде всего СМИ выступают сегодня не только необходимым передаточным звеном в сложном механизме политики, но и ее творцом. Как отмечает Н. Больц, "вследствие того, что наши знания о реальности опосредованы СМИ, стало бессмысленным отличать отображение от отображенного явления... Что есть тот или иной политик или событие - это вообще можно понять лишь в их медиальной (через СМИ. - *В.П.*) инсценировке. То, что реально происходит, становится общественным событием только через свое медиальное отображение" [6].

Формирование субъектов политики

Воздействие СМИ на политику осуществляется не только через непосредственно политические, но и через политически значимые коммуникации. Если первые обеспечивают участников политической жизни необходимой информацией и делают возможными любые коллективные действия больших групп людей, определяют направленность таких действий, то вторые оказывают воздействие на политику посредством формирования субъектов политики, мотивационной основы их политического поведения. Особенно велико это влияние на молодое поколение. Как свидетельствуют специалисты, телевидение, видеотехника и компьютеры воздействуют на психику молодых людей, способы восприятия и осмысления ими политических событий, их нравственные ценности, общественные и политические установки даже сильнее, чем такой важнейший институт социализации, усвоения основополагающих социальных норм и ценностей, как школа. Поэтому от содержания и способов организации телевизионных передач во многом зависят сам облик граждан как субъектов политики, их политические ориентации и активность и в том числе их электоральные предпочтения.

Информационные институты могут воздействовать на формирование граждан в прямо противоположных направлениях. В ряде стран мира они достаточно эффективно выполняют функции политического просвещения людей, их объективного информирования о важнейших внутригосударственных и международных событиях, общественного контроля за власть имущими и т.п. Однако часто СМИ, школы и университеты используются в целях закрепления политического господства привилегированных общественных классов и групп.

Примеры дегуманизирующего влияния СМИ на граждан как субъектов политики можно найти в деятельности российского телевидения в последние годы. Систематическое культивирование в аудиовизуальных СМИ крайнего индивидуализма и эгоизма, стремления разбогатеть любым способом, аморализма и насилия, преклонения перед иностранными товарами и культурными ценностями, неуважения к собственному народу, его ценностям и истории и т.п. оказывают вполне определенное политическое влияние. Оно нравственно опустошает личность, порождает аполитичность, терпи-

мость к политическому произволу и криминалу, блокирует рациональное участие граждан в политике, способствует ее дегуманизации, препятствует формированию патриотических чувств и соответствующих политических движений, повышает склонность к антисоциальному поведению и потребность в наркотиках.

Как обоснованно замечает А. Минкин, в мире российского телевидения "нет справедливости, достоинства, ума... нет Бога, нет книг, нет человеческого языка и почти нет нормальных эмоций. А потом настоящий мир кажется подросткам тихим, серым и скучным, и они начинают раскрашивать его, нюхая и глотая что попало" [7]. Политическим итогом такого рода деятельности СМИ являются уход граждан от политики в мир наркотических грез и иллюзий, секса, потребительства и вещизма, склонность к антисоциальным действиям, "одномерная" (Г. Маркузе) личность, электоральный выбор которой легко управляется с помощью красочных пропагандистских шоу и яркой, основывающейся на сформированных ранее стереотипах, политической рекламы.

Влияние информационной власти не ограничивается индивидуальным воздействием, но осуществляется и через социальные, групповые механизмы. Как отмечает Н. Луман, в современном обществе, в отличие от традиционного, именно СМИ "генерируют социальную память" и задают социальный смысл происходящих событий [8]. Тем самым они программируют не только настоящее, но и будущее политическое поведение граждан.

Роль СМИ в международной политике

Резкое возрастание возможностей политического влияния СМИ широко используется не только во внутренней, но и в международной политике. Здесь СМИ и коммуникационные системы в целом превращаются в ведущий фактор достижения внешнеполитических целей и мирового влияния. Как заметил крупнейший американский идеолог З. Бжезинский, средства коммуникации представляют собой третье поколение средств мирового господства.

Бесспорный лидер использования информационных систем для достижения геополитических целей - США. Здесь еще с 60-х годов осуществляются широкие научные, в основном засекреченные, исследования в области управления сознанием и поведением людей. Как пишет Х. Моулана, примерно с этого времени "в Соединенных Штатах уделяется беспрецедентное внимание сравнительному и комплексному изучению социальных институтов, политического поведения, социальных перемен, общественного мнения и средств массовой информации" [9]. В последующие десятилетия научные разработки в области управления массовым сознанием и поведением и их использование во внешней политике получили название "публичной дипломатии", занимающейся, по словам американского профессора Г. Фишера, "причинами и последствиями настроений и мнений общественности, влияющей на разработку и проведение внешней политики" [10]. Продолжением и дополнением этой программы стала реализуемая с 1993 года программа "Национальная информационная инициатива", предусматривающая не только интенсивную информатизацию США, но и использование этого для достижения внешнеполитических целей Америки.

Одно из направлений реализации информационного влияния США в мире - глобальное распространение информационной сети Интернет, фактически контролируемой сегодня Соединенными Штатами. Эта система быстро расширяет свое влияние и популярность, становясь основой информационной сети всей планеты. По замыслам одного из ее главных сторонников - вице-президента США А. Гора, ее реализация позволит включить каждую школу и библиотеку любой страны мира в Интернет. Это откроет новые возможности для утверждения американского лидерства в мире.

Специалисты многих стран отмечают политическую направленность этой программы и с тревогой констатируют, что Интернет устраняет всякий национальный этический и иной контроль за содержанием учебных программ и информации. С ее по-

мощью, воздействуя на людей с самого раннего возраста, можно не только осуществлять языковую и культурную экспансию, но и программировать формирование определенных структур сознания и подсознания, в том числе ценностных ориентаций, "навязывать испорченную, двойственную логику мышления и восприятия событий" [1, с. 38].

Информационное влияние широко используется в современной международной политике в целях идеологической, культурной и экономической экспансии, эксплуатации иностранного интеллектуального потенциала, ослабления национально-государственного самосознания граждан, подрыва духовно-нравственных устоев общества, разрушения без выстрелов и крови целых государств.

Появление высокоэффективных средств и методов информационно-психологического воздействия приводит к пересмотру традиционных представлений об агрессии и войнах. В последние годы СМИ и информационно-компьютерные системы в целом стали рассматриваться и практически применяться как новый вид оружия - *информационное оружие*. Нередко его называют "умным" и "несмертоносным" оружием, хотя его применение может иметь для государств не менее разрушительные последствия, чем пули, бомбы или снаряды. Массированное использование этого оружия сегодня именуется *информационной войной* [11].

Резкое, качественное возрастание роли информационной власти во внутренней и международной политике, а также общие перемены в политическом влиянии различных общественных властей требуют критического пересмотра их места и роли в демократическом государстве и их воздействия на характер политического строя в целом.

Информационные институты и демократия

Велика роль информационной власти в демократическом государстве. Здесь она является неотъемлемой составной частью механизма функционирования демократии. Нормативная модель современной демократии строится на фундаменте представлений о гражданине как о рационально мыслящей и ответственно действующей личности, сознательно и компетентно участвующей в политике. В демократическом государстве, основанном на принятии важнейших решений большинством голосов, обладать такими качествами должны не один человек или привилегированное меньшинство — элита, а массы, устойчивое большинство населения.

Добиться же компетентных политических суждений граждан невозможно без соответствующего образования и знаний, полученных от информационных институтов и прежде всего школы, других политико-образовательных учреждений и особенно СМИ. В современном обществе даже хорошо образованный человек не сможет правильно ориентироваться в сложной мозаике противоречивых политических процессов, принимать ответственные решения без радио, телевидения, газет и журналов. Информационные институты позволяют ему выйти за узкий горизонт непосредственного индивидуального опыта, делают обзримым весь мир политики. В индустриально развитых странах без доступа к СМИ, особенно электронным, фактически невозможны артикуляция и представительство коллективных интересов крупных общественных групп, появление общенациональных лидеров и существование влиятельной оппозиции.

Наличие развитых, демократически организованных информационных институтов, сообщающих гражданам основополагающие общественно-политические знания и объективно освещающих политические события, - одна из важнейших гарантий стабильности демократического государства, эффективности управления обществом. И наоборот, невыполнение ими своих функций в политической системе способно коренным образом исказить ее цели и ценности, нарушить ее эффективность и подорвать жизнеспособность, превратить демократию в иллюзию, форму политического господства властвующей элиты.

Политическое манипулирование

Негативное воздействие информационных институтов на демократию возможно прежде всего с помощью политического манипулирования. В политических науках сам этот термин употребляется по меньшей мере в двух значениях. В широком смысле политическое манипулирование представляет собой любые действия, инициаторы (субъекты) которых скрытно преследуют цели, в корне расходящиеся с официально провозглашаемыми. Оно включает в первую очередь институционально-финансовое манипулирование, осуществляемое с помощью различного рода недемократических норм и регламентаций, тенденциозной "нарезки" избирательных округов, непропорционального распределения финансовых средств и эфирного времени и т.п., и манипулирование политическим сознанием.

Яркий пример институционально-финансового манипулирования - президентские выборы в Казахстане в январе 1999 года. Их официальная цель - свободное волеизъявление народа - явно расходилась с неофициальной - с помощью различного рода уловок обеспечить победу действующего президента. К числу манипулятивных приемов в предвыборный период относились: закрытие не внушающих доверия властям 30 телерадиокомпаний, отсеивание реальных конкурентов под предлогом административных нарушений (и прежде всего с помощью президентского указа, согласно которому из числа претендентов на президентский пост и место в парламенте исключаются все лица, получившие административное взыскание), допуск к выборам для их видимой альтернативности лишь своих, "надежных" людей, не способных составить реальной конкуренции президенту Назарбаеву, использование огромных, по отношению к избирательным фондам других кандидатов, средств на его избирательную кампанию и т.д. [12].

Тракуемое в узком значении политическое манипулирование представляет собой скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать (или бездействовать) вопреки собственным интересам. Любое манипулирование основано на лжи и обмане. Причем это не "ложь во спасение", а корыстные действия. Требуя большей гибкости в политике, манипулирование как способ социального управления имеет для его субъектов ряд преимуществ по сравнению с силовыми и экономическими методами господства. Оно осуществляется незаметно для управляемых, не влечет за собой прямых жертв и крови и не требует больших материальных затрат. Любое манипулирование обычно используется при несовпадении или явном конфликте интересов управляющих (или претендующих на это) и управляемых.

В современном мире теория и практика политического манипулирования получили достаточно глубокую научную разработку и широкое практическое применение. Препуслела в этом властвующая элита США. Правда, в США манипулирование сглаживается сравнительно высоким средним жизненным стандартом населения и ограничено наличием демократических институтов, которые обеспечивают реальную демократию в первую очередь для наиболее влиятельной верхушки общества [13]. Более широкое распространение и грубые формы оно получило в постсоветской России, где управление массовым политическим сознанием опирается на президентскую власть, а также фактическую монополию правящего режима на телевидение, радиовещание и большинство других СМИ.

Современный арсенал способов манипулирования очень разнообразен и включает целую гамму специальных приемов, методов и технологий. К ним относятся: систематическое внушение социальных мифов, подтасовка фактов, распространение лжи и клеветы, фрагментация информации и ее тенденциозное комментирование, а также использование специальных методов формирования иллюзорного сознания, таких, как "полуправда", "наклеивание ярлыков", "перенесение чужого авторитета", "спираль умолчания" и т.п., показ на телевидении неугодных политиков в непривлекательных ракурсах, использование для компрометации противников искажающего реальность

монтажа кадров, применение изощренных манипулятивных электоральных технологий и т.д. Для каждого информационного жанра наряду с общими приемами манипулирования существуют и специальные методы формирования иллюзорного сознания и управления политическим поведением людей [5].

Манипулирование довольно широко применяется в западных демократиях, особенно в партийной пропаганде и во время избирательных кампаний. Сегодня ни одна президентская или парламентская избирательная кампания в США и многих других государствах не обходится без использования приемов манипулирования и рекламы, которые, тесно переплетаясь между собой, создают у зрителей представления о политике, весьма далекие от реальности.

Как показывают эмпирические исследования, "средний" избиратель обычно судит о кандидате в президенты или парламент по тому имиджу, который создают ему телевидение и другие масс-медиа. В странах Запада, а в последние годы и в России, успешно развивается целое направление рекламного бизнеса - имиджмейкинг, занимающееся созданием привлекательных для избирателей образов политических деятелей. Нанимаемые за большие деньги профессиональные имиджмейкеры и организаторы избирательных кампаний диктуют претендентам не только форму одежды и манеры поведения, но и содержание выступлений, которые изобилуют множеством заманчивых обещаний, очень часто забываемых после победы на выборах.

За искусно изготовленной СМИ блестящей рекламной упаковкой кандидатов избирателю бывает трудно различить их истинные деловые и нравственные качества, определить политические позиции. Такого рода рекламно-манипулятивная деятельность превращает выбор граждан из свободного сознательного решения в формальный акт, заранее запрограммированный специалистами по формированию массового сознания. Как отмечает Р. Гайслер, "манипулирование означает видимость демократии, тоталитаризм в маске демократии. Формально право принятия решений имеет народ, в действительности же, напротив, народ настолько управляется, что он поддерживает решения властвующей элиты и формально демократически легитимирует их" [14].

Новая угроза демократии

Изменения в соотношении различных властей в современном обществе, симбиоз экономической, информационной и политической властей, доминирование в их деятельности методов манипулирования могут привести к качественному перерождению политического строя при сохранении им внешне демократической оболочки. Такого рода модель общества, вырисовывающаяся в некоторых странах в результате усиления манипулятивных тенденций, еще не обрела ясных очертаний. Она имеет во многом гипотетический характер и пока не получила однозначного названия. Одни авторы называют ее "медиократия", другие - "информационный фашизм", третьи - "информационный тоталитаризм" [15].

Субъективной основой новой формы политического и социального господства может служить не совместимое с идеалами демократии как народовластия потребительское индивидуалистическое мировоззрение, блокирующее адекватное осознание гражданами политических реальностей и организованные формы политической активности. Такого рода сознание формируется в ряде современных, сложно организованных государств не столько стихийно, сколько с помощью искусных методов психологического и иного воздействия, а также многократных повторений, осуществляемых прежде всего посредством рекламы. Как заметил герой знаменитой тоталитарной антиутопии О. Хаксли, поразительно превосходящей многие современные реалии США и России, "по сотне повторений три раза в неделю в течение четырех лет... - готова истина" [16]. Фактическая монополия властвующей элиты на электронные и другие СМИ позволяет ей широко и весьма эффективно использовать их в целях формирования массовых настроений и программирования политического поведения граждан, буквально вдалбливая угодные ей ценности в сознание людей, особенно молодежи,

посредством непрерывной навязчивой рекламы, а также фильмов и различного рода развлекательных шоу, пропагандирующих потребительский образ жизни.

На опасность тоталитарного перерождения формальной демократии под воздействием новейших достижений НТП указывал еще несколько десятилетий назад один из ранних теоретиков информационного общества Дж. Мартин. Озабоченный распространением компьютерных досье и других негативных последствий информатизации, он уже тогда поставил вопрос: «Не приведет ли это к "информационному фашизму"?».

Развертывающаяся в современном мире коммуникационная революция создала возможность электронного контроля за жизнью, образом мыслей, планами и настроениями как отдельных граждан, так и любых общественных организаций. Быстрый доступ к обширной информации практически о любом конкретном человеке или организации, ее централизованная обработка и обобщение дают властям мощное оружие по предотвращению или пресечению нежелательных действий, косвенному, внешне не бросающемуся в глаза управлению поведением людей.

Влияние НТП на возможности программирования сознания и политического поведения человека не ограничивается техническими средствами, но и проявляется в методах воздействия. В арсенале современных инструментов управления массовым сознанием имеются методы не только индивидуального, но и статистического воздействия. Последние предполагают преимущественно косвенное, без прямых указаний и запретов влияние на человека, вполне совместимое с иллюзиями индивидуальной свободы. Такие методы ориентированы на большие группы людей, допускают некоторую степень индивидуальной свободы и значительные индивидуальные отклонения в поведении. Однако в целом они гораздо более эффективны, чем используемые традиционными тоталитарными режимами методы управления сознанием с помощью прямой идеологической индоктринации и запретов.

Арсенал конкретных методов управления массовым сознанием и поведением достаточно разнообразен, и многие из них держатся в секрете. Один из таких методов - заимствованный из кибернетики триггерный способ управления населением. Суть этого метода состоит в управлении системой через контроль за ее ключевыми точками, которыми применительно к современному обществу являются прежде всего финансовые ресурсы, электронные СМИ, наиболее влиятельные элиты и организованные группы. Триггерный способ социального управления широко используется в политике правящей элиты посткоммунистической России [17].

В условиях вхождения человечества в информационную стадию развития обладание информационной, экономической и политической властью, а также владение новейшими техническими средствами и методами психологического воздействия создает возможность использовать демократические институты как инструмент социального господства. Строго говоря, демократия, трактуемая как власть меньшинства, элиты, легитимированная с помощью выборов, вполне совместима с новыми формами социального господства. При наличии системы эффективного управления сознанием и электоральным поведением граждан демократические институты могут превратиться в красивую оболочку авторитарных или даже неототалитарных структур власти. Урезанная до эпизодического электорального участия, формальная демократия вовсе не опасна и даже полезна для сохранения нового типа политического господства, поскольку она позволяет:

- формально легитимировать и камуфлировать социальное и политическое господство с помощью процедуры "народного волеизъявления" и популярной демократической фразеологии;
- беспрепятственно использовать экономическую и информационную власть для формирования массового типа "одномерного" человека - работника-потребителя, не задумывающегося над высокими материями и политически легко управляемого;
- под прикрытием лозунгов свободы (на деле лишь для богатых и сильных) осуществлять политику мирового гегемонизма (лидерства), попирая государственный

суверенитет народов и с помощью денег и информационного влияния устанавливать угодные правительства.

Не только в опытной в области социального управления и богатой Америке, но даже в кризисной и бедной по уровню жизни большинства населения России в условиях вопиющих социальных конфликтов правящая элита показала свое умение удерживать под контролем политическое поведение масс с помощью современных методов электронного манипулирования. Убедительным доказательством этого служат президентские выборы 1996 года в России. Несмотря на, казалось бы, безнадежное положение Президента за полгода до выборов (в январе его поддерживали лишь 6-8% опрашиваемых избирателей), с помощью СМИ организаторы его избирательной кампании и имиджмейкеры смогли обеспечить его переизбрание.

Конечно, возможности манипулятивного использования информационной власти в целях социального и политического господства не безграничны. Они зависят прежде всего от степени ее концентрации, монополизации информационных институтов. Информационный плюрализм, доступ к электронным и другим масс-медиа представителей всех признающих конституцию политических сил резко сужают возможности политического манипулирования. Этому служат также экономическая самостоятельность СМИ, их подконтрольность обществу, независимость (по крайней мере в вопросе "Быть или не быть?") от крупного капитала и рекламодателей.

Общие границы манипулирования задаются также уже существующим состоянием массового сознания, сложившимися стереотипами и взглядами людей. Для того чтобы быть эффективным, манипулирование должно опираться на менталитет и бытующие представления населения, хотя под воздействием пропаганды они могут постепенно измениться.

Существенными препятствиями для манипулирования являются собственный опыт людей, а также не контролируемые властью системы коммуникаций: семья, родственники, знакомые и друзья, интеракционные группы, складывающиеся в производственной и иной деятельности, и т.д. Чем в большей степени манипулятивные идеи расходятся с собственным опытом граждан, тем труднее их усвоение. Однако политическое манипулирование, особенно при монополии его инициаторов на СМИ, экономическую и политическую власть, способно обходить этого рода барьеры, поскольку верификационные возможности индивидуального и группового опыта применительно к политике ограничены и допускают различные интерпретации.

Так, провал экономической политики правительства можно объяснить по-разному: его некомпетентностью или коррумпированностью, тяжелым наследием прошлого режима, неизбежностью трудностей в период реформирования, поисками оппозиции или враждебных государств и т.п. Наиболее слабые защитные механизмы против манипулирования существуют у населения в области новой проблематики, по которой у людей еще не сложилось мнение.

Пути демократизации информационной власти

Надежно ограничить манипулятивные возможности информационной власти можно с помощью ее соответствующей общественной организации. В современных демократических государствах существуют три главные формы общественной организации масс-медиа: частная (например в США), государственная (преобладает во Франции) и общественно-правовая (ФРГ). Думается, России в большей мере подошла бы общественно-правовая организация электронных СМИ. Она предусматривает финансирование масс-медиа главным образом за счет специального налога, их внутреннюю автономию и в то же время подотчетность общественным советам, созданным из представителей всех политических сил в парламенте. Такая организация СМИ предотвращала бы их зависимость от крупного капитала (главный недостаток их частной организации), ограничивала возможности их бюрократизации и сглаживала конфликтность передач, которая может иметь место при прямом распределении экранного и

эфирного времени между различными партиями в условиях государственной организации СМИ (французская модель).

Важнейшим принципом демократической организации масс-медиа является плюрализм властей в обществе, плюрализм самих информационных институтов и прежде всего СМИ. Плюрализм властей означает разделение в обществе экономической, административно-политической и духовно-информационной властей. Контроль экономически и/или политически господствующих групп над главными масс-медиа означает конец демократии или по меньшей мере ее существенную деформацию. Такого рода тенденция достаточно явно прослеживается в современной России, где большинство СМИ находятся под контролем финансово-олигархических групп и Президента.

Эффективному выполнению информационными институтами своих функций в обществе способствуют их разнообразие и соревновательность. Это может обеспечиваться как за счет собственного многообразия масс-медиа, наличия в обществе многих информационных агентов, газет, радио- и телестанций, так и с помощью редакционной независимости отдельных теле- и радиопрограмм. Демократизму информационной власти служит также осуществляемое во многих странах предоставление всем политическим силам количества экранного и эфирного времени пропорционально голосам, полученным на выборах.

Плюрализм СМИ не означает их независимость от граждан и собственного народа, как это имеет место в современной России в отношении электронных СМИ, к которым даже высший орган государственной власти - Федеральное Собрание — не имеет прямого доступа. В демократическом государстве информационная власть, как и любая другая власть, нуждается в контроле со стороны общества. Для дорогостоящих масс-медиа, которые не по карману не только отдельным гражданам, но и большинству партий, свобода слова не должна быть свободной от избирателей, народа.

В большинстве западных демократий существуют специальные органы контроля за СМИ, следящие за соблюдением ими этических и правовых норм. Так, во Франции такой инстанцией является Высший совет по аудиовизуальной коммуникации. Он контролирует не только государственные, но и частные теле- и радиостанции, выдает им государственные лицензии на право выхода в эфир. В Великобритании общие направления деятельности радио и телевидения определяют правительство и парламент. За соблюдением прессой этических норм следит специальная комиссия по самоконтролю.

Демократический контроль со стороны общества за масс-медиа, конечно, не имеет ничего общего с предварительной цензурой, существующей в тоталитарных и авторитарных государствах, и не является нарушением свободы слова и выражения мнений. Информационная, политическая и любая другая свобода одних людей требует ограничений в тех случаях, когда она нарушает свободу и права других граждан и целых государств.

Помимо специальных органов государственного или общественного контроля использовать СМИ в интересах граждан и предотвратить негативные последствия их деятельности помогает коммуникационное воспитание населения и особенно молодого поколения. Теоретическая основа такого воспитания - специальная наука и учебная дисциплина - информационная педагогика. Ее главная цель - научить граждан критически относиться к масс-медиа, компетентно и ответственно их использовать. Изучение этой дисциплины призвано знакомить людей с центральной ролью СМИ в демократическом государстве и в современной политике в целом, с их позитивным и негативным воздействием на реципиентов, формировать у них способность ориентироваться в сложном потоке информации и выработать иммунитет к манипулированию и низкопробной, оглуляющей человека печатной, видео- и иной продукции.

Политико-коммуникационное воспитание молодого поколения получает все большее распространение в западноевропейских демократиях. Очевидно, оно еще более необходимо России и другим посткоммунистическим странам, в которых грамотность населения в области массовых коммуникаций низка, а возможности их использования в

манипулятивных целях высоки. Лишь комплексно решая различные проблемы в области массовых коммуникаций, политической социализации, экономики и политики на основе учета мирового опыта и собственных общественных реальностей, можно создать эффективную и жизнеспособную демократию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Glutz P.* Chancen und Gefahren der Telekratie // Die Neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte. 1995. № 1. S. 32-41.
2. *Пугачев В.П., Соловьев А.И.* Введение в политологию. М., 1998. С. 109-116.
3. *Хайек Ф.А.* Дорога к рабству // Новый мир. 1991. № 7. С. 218.
4. *Тофлер О.* Проблема власти на пороге XXI века // Свободная мысль. 1992. № 2. С. 114.
5. *Пугачев В.П.* Средства массовой информации в современном политическом процессе // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки. 1995. № 5. С. 12-15.
6. *Gesprach mit Norbert Bolz* // Die neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte. 1995. № 1. S. 26.
7. *Минкин А.* Огнетушитель искры Божьей // Новая газета. 1999. № 2. С. 1-3.
8. *Luhmann N.* Die Realitat der Massenmedien. Opladen, 1996.
9. *Moulana H.* Trends in Research on International Communication in the United States // Gazette. Amsterdam. 1973. Vol. 19. P. 79.
10. *Fischer G.H.* Public Diplomacy and Behaviourial Sciences. Bloomington, 1972. P. 7.
11. *Поздняков А.* Информационная война за влияние в мире и политическая власть // Власть. 1996. № 10. С. 50-52.
12. *Дуванов С.* Когда говорят "За нами Москва", - отступать некуда // Новая газета. 1999. № 2. С. 2.
13. *Паренти М.* Демократия для немногих. М., 1990.
14. *Geibler R.* Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie. Tübingen, 1973. S. 87.
15. *Пугачев В.П.* Информационный тоталитаризм как перспектива либеральной демократии в XXI веке // На рубеже веков. 1997. № 4. С. 45-54.
16. *Замятин Е. Мы; Хаксли О.* О дивный новый мир. М., 1989. С. 198.
17. *Пугачев В.П.* Дестабилизация России: причины и пути преодоления // Вестник МГУ. Сер. 12. Социально-политические исследования. 1994. № 4. С. 3-14.

© В. Пугачев, 1999